

РОССИЙСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО
Том 20 • Номер 4 • апрель 2019
ISSN 1994-6937
Russian Journal of Entrepreneurship
издательство Креативная экономика

Свобода как основополагающий принцип культуры предпринимательства

Извеков А.И. [1, 2], *Завьялова Е.К.* [3], *Посохова С.Т.* [4]

[1] Северо-Западный государственный медицинский университет им. И.И. Мечникова, Санкт-Петербург, Россия
[2] Дом Cartier в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия
[3] Высшая школа менеджмента – Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия
[4] Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

АННОТАЦИЯ:

В статье обсуждается взаимосвязь формально-юридической трактовки культуры бизнеса, психологической интерпретации структуры предпринимательской деятельности и философского понятия духовной свободы. Представленное междисциплинарное исследование демонстрирует возможности новой методологии в научной концептуализации предпринимательской деятельности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: предпринимательство, свобода предпринимательства, личностные качества предпринимателя, нравственные и моральные принципы предпринимательства, корпоративная этика

Freedom as a fundamental principle of the business culture

Izvekov A.I. [1, 2], *Zavyalova E.K.* [3], *Posokhova S.T.* [4]

[1] North-West State Medical University named after I. I. Mechnikov, Russia
[2] The House of Cartier in Saint Petersburg, Russia
[3] Higher School of Management - St. Petersburg State University, Russia
[4] St Petersburg State University, Russia

Введение

Предпринимательство все активнее относится к числу основных движущих сил большинства поступательно развивающихся обществ, а концепция предприимчивости превращается в мощнейшую идеологическую силу, незаметно вытесняющую тоталитарные и даже многие демократические доктрины, владевшие умами не одно столетие [42]. Однако это вовсе не означает, что одновременно утверждаются и высокие этические стандарты предпринимательской деятельности. Сегодня очевидные очертания приобретает критичная диспропорция: в предпринимательство вовлечена впечатляющая масса людей с разным социальным статусом, с разноуровневой культурой и крайне неоднородными ценностями, установки которых радикально влияют

на общественное самосознание. Тем не менее, системообразующие принципы целеполагающих регуляторов предпринимательства не осознанны обществом в полной мере и до сих пор не стали полноценным предметом современной гуманитаристики. Более того, одна из важнейших составляющих сути предпринимательства – исторически проявляющиеся нравственные нормы и правила социальных и межличностных взаимоотношений – отодвинуты на второй план. Каноны, позволяющие предпринимателям ощущать и соблюдать границы, пределы общественной значимости дела, становятся аморфными и теряют смысл. Способность ориентироваться на конструктивность социального взаимодействия, нести ответственность не только за результативность собственного труда, но и его встраивание в общественное развитие – практически не востребована. Потребность быть внутренне свободным в выборе действий по преобразованию общества и себя – элементарно игнорируется.

Литература, посвященная концептуализации культуры предпринимательства, достаточно обширна [4, 19] *(Belyaeva, Bogatyreva, 2018; Kuzovkova, 2017)*. В качестве основных подходов к определению предпринимательской культуры можно указать следующие:

- правовой (акцент на кодифицированных нормах) [9, 14, 41] *(Dyumets, Sizova, 2017; Karpinskaya, Zemtsova, 2018; Hisrich, Langan-Fox, Grant, 2007)*;
- этический (акцент на неформализованных принципах взаимодействия) [18, 25, 28, 43, 49] *(Kuznetsova, 2018; Pluzhnik, Ilnitskaya, Luchchi, 2018; Fedko, 2018)*;
- функциональный (акцент на прагматическом эффекте деятельности) [15, 16, 46, 50] *(Kirtsner, 2001; Korolev, Evgrafova, 2018*; *Mitchell, 2004);*
- социокультурный (акцент на традициях общества) [13, 28, 39] *(Isabekova, Kapyrin, Meshkov, 2018; Fedko, 2018; Daugherty)*.

ABSTRACT:

The article discusses the relationship between formal legal interpretation of business culture, psychological interpretation of the structure of entrepreneurial activity and the philosophical concept of spiritual freedom. The presented interdisciplinary study demonstrates the possibility of a new methodology in the scientific conceptualization of entrepreneurship.

KEYWORDS: entrepreneurship, freedom of enterprise, personal qualities of the entrepreneur, ethical and moral principles of entrepreneurship, corporate ethics.

JEL Classification: L26, M11, M21 **Received: 05.04.2019 / Published: 30.04.2019**

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Izvekov A.I. (arkady.izvekov@gmail.com)

CITATION:

Izvekov A.I., Zavyalova E.K., Posokhova S.T. (2019) Svoboda kak osnovopolagayuschiy printsip kultury predprinimatelstva [Freedom as a fundamental principle of the business culture]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 20. (4). – 873-890. doi: 10.18334/rp.20.4.40533

Однако ни в одном из приведенных способов концептуализации, как и в многочисленных вариантах их комбинаций, условия возникновения и принципы ретрансляции культуры предпринимательства не сопоставляются с принципом духовной свободы личности.

Новизна исследования состоит в соотнесении классических концепций, затрагивающих проблемы этики бизнеса, и современных трактовок морально-нравственных начал предпринимательства. Данная подход является прямым следствием из поставленной цели: определить взаимообусловленность формирования предпринимательской культуры с обретением личностной ответственности за последствия принимаемых решений в процессе развития бизнеса.

Ретроспектива возникновения отечественного и зарубежного предпринимательства являет бесспорные примеры его становления, сопряженные с формированием уникальной культуры, репрезентированной этикой ответственности, социально-позитивной миссией богатства, ролью капитала в улучшении общества, участием в благотворительности и, наконец, даже в особом внешнем виде предпринимателей [20, 48] *(Kuzmichev, Shapkin, 1995; Beekun, Stedham, Yamamura, Barghouti, 2003)*. В настоящее время культура предпринимательства не только не определена, но и ложно редуцирована к необходимости формально следовать нормам закона и внешним признакам благопристойности [39, 40] *(Daugherty)*. Во многих случаях зыбкость личностных установок означает: если внешние правила игры возможно нарушить без последующего наказания, отсутствие внутренних правил чести и достоинства станут мотивом по умолчанию, чтобы это сделать.

Возможно, сложившиеся противоречия – одно из негативных последствий кризиса развития Критической теории общества – единственной концепции XX столетия, развернувшей классический вариант дискуссии о смысле предпринимательства в индустриальную эпоху. Выдающиеся представители Франкфуртской школы – Т. Адорно, Э. Фромм, Г. Маркузе – приложили огромные усилия, чтобы показать репрессивную суть современного им капитализма [1, 2, 22, 30] *(Adorno, 2012; Adorno, 2011; Markuze, 2000; Fromm, 1998)*. Вполне вероятно, она остается таковой и в наши дни. Однако не только

ОБ АВТОРАХ:

Извеков Аркадий Игоревич, профессор кафедры педагогики, философии и права, доктор философских наук, доцент; генеральный директор (arkady.izvekov@gmail.com)

Завьялова Елена Кирилловна, профессор, заведующая кафедрой организационного поведения и управления персоналом, доктор психологических наук, профессор (zavyalova@gsom.pu.ru)

Посохова Светлана Тимофеевна, профессор кафедры специальной психологии, доктор психологических наук, доцент (svetpos@mail.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Извеков А.И., Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Свобода как основополагающий принцип культуры предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2019. – Том 20. – № 4. – С. 873-890. doi: 10.18334/rp.20.4.40533

гуманитарная наука, но и многообразные социальные институции в целом остаются индифферентными к самоочевидной проблеме нравственного кризиса предпринимательства совершенно безотносительно того, насколько им близко или чуждо наследие классических критиков капиталистического общества [12] *(Izvekov, 2015)*.

Снятие этих противоречий, хотя бы в некоторой мере, требует современной концептуализации культуры предпринимательства и ее реализации в практике бизнеса. Развитие идей предпринимательской культуры базируется на понимании многомерности и полифункциональности предпринимательства как особой преобразующей деятельности общества и конкретной личности, на принятии включенной в бизнес личностью основных принципов самораскрытия, в том числе принципа свободы, на соотношении моральных и нравственных ценностей субъектов предпринимательства.

Психологические аспекты предпринимательства

Общая психологическая структура предпринимательской деятельности мало чем отличается от любой другой деятельности человека как субъекта социальной интеракции [41] *(Hisrich, Langan-Fox, Grant, 2007)*. Она предполагает цель, средства, мотив, планирование, переработку текущей информации, принятие решений, профессиональные действия, проверку результатов и их коррекцию [10] *(Zavyalova, Posokhova, 1997)*. Тем не менее, очевидны ее отличительные признаки. Среди наиболее значимых признаются многоплановость, мобильность, динамичность, рискогенность. Бизнес возникает и развивается в постоянно меняющихся социальных и конкурентных условиях [38, 45] *(Bogatyreva, Edelman, Manolova, Osiyevskyy, Shirokova, 2019)*. Бессмысленно отрицать, что это, как минимум, означает негарантированность получения прибыли и иных преференций. Стартапы характеризуются высокой вероятностью краха или банкротства, требующей от предпринимателей постоянной готовности к не всегда взвешенному риску, умения быстро менять выбранную тактику или даже стратегию, способности предвосхищать сценарии развития событий и т.п.

Уникальность предпринимательской деятельности заключается в высокой степени персонификации, которая сохраняется, несмотря даже на новейший цифровой контекст бизнеса**.** В ней цель, средства и результаты глубоко, как ни в каком другом виде деятельности, связаны с личностью предпринимателя. Полная идентификация дела со смыслом жизни во многом провоцирует непропорциональную значимость деловой сферы при обесценивании других: культурного самосовершенствования, увлечений, семьи и т.п. Долговечность бизнеса превращается в сверхценную идею образа жизни, поглощающую личность, заменяющую собой полноту бытия [23, 31] *(Markuze, 2003; Fromm, 2007)*.

При всей важности отмеченных особенностей системообразующий признак предпринимательской деятельности органично связан со свободой. В отечественной культурной традиции сложилась представление, что «предпринимать» означает «затевать, решаться, исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо зна-

чительного» [8, с. 319] *(Dal, 1978; p. 319)*. «Предприимчивый» раскрывается как «умеющий предпринимать что-нибудь в нужный момент, находчивый, изобретательный, практичный» [24, с. 806] *(Ozhegov, 2012; p. 806)*. По сей день в России слово «предприниматель» часто ассоциируется с понятием «предприимчивости», которое трактуется как склонность, способность к предприятиям, крупным оборотам, смелость, решительность, отважность в определенном деле. Важно, что такие качества, как решительность, находчивость, изобретательность, смелость, отважность – атрибуты свободной личности [49].

Принцип свободы в предпринимательстве

Весь перечень элементов предпринимательской деятельности «пронизан» принципом свободы**.** Активность и инициатива – основные движущие силы предпринимательства – выливаются в самостоятельные решения, принятые независимо от давления внешнего контекста. Собственно, главное первичное решение – стать предпринимателем – не является результатом чьего-либо приказа или указания. Его происхождение, дальнейшее развитие и, возможно, угасание сосредоточено в человеке, который становится предпринимателем только в случае принятия не только персональных имущественных обязательств, но и личной морально-нравственной ответственности. Выбор цели и средств ее достижения, принятие решений – все это относится к сфере исключительной свободы предпринимателя.

По мнению Фридриха фон Хайека, предпринимательство – это скорее не особая форма социально-экономической деятельности, а характеристика поведения человека, неразрывно связанного со свободой [34] *(Khayek, 2018)*. Безусловно, свободные формы предпринимательства ограничены существующими в обществе морально-этическими и правовыми нормами. Более того, именно в противоречиях личной спонтанности и социальных регламентов обретает свое начало культура предпринимательства. Надо признать, что культура предпринимательства не существовала бы вовсе, если бы личность предпринимателя не была бы наделена правом свободного определения смысла предпринимательской деятельности. Вопрос, который более, чем актуален в наши дни, как принцип свободы отражен в современной культуре предпринимательства.

Бесспорно, что свобода предпринимательской деятельности, вытекающая из норм и правил, не запрещающих определенные виды деятельности, или разрешающих их – сфера юриспруденции, репрезентированная представителями консалтинговых компаний и государственных надзирающих органов. Предмет рассмотрения в нашем случае – свобода личности, включающейся в процесс предпринимательства. Именно из свободы личности проистекает сама суть предпринимательской культуры, которая не может ни возникнуть, ни включаться в общественное регулирование, минуя ответственность. Признанные авторитеты экзистенциальной философии Ж.-П. Сартр, М. Хайдеггер, К. Ясперс обосновали идею необходимого и достаточного условия свободы

личности – ответственность за выбор целеполагающей перспективы собственного становления [27, 33, 36] *(Sartr, 2004; Khaydegger, 1993; Yaspers, 1991)*.

Однако, в целом, нюансы различения понятий «духовно свободного», «морального ответственного» и «нравственного чувствительного» в современной культуре предпринимательства практически игнорируются. В обширной литературе акцент делается на корпоративных нормах и ценностях, а вовсе не на идее свободы личности и собственно предпринимательской культуре [39] *(Daugherty)*. Приведем только несколько примеров. Так, Г. Стивенсон высказался о предпринимательстве как о науке, призванной управлять погоней «за возможностями без оглядки на ресурсы, находящиеся в данный момент под контролем» [51] *(Stevenson, Spence, 2011)*. Аналогично, Р. Хизрич говорит не о моральной ответственности, а исключительно о риске предпринимателя, цена которому – деньги и удовлетворение [42]. И. Кирцнер, видит ответственность предпринимателя лишь в регулировании и подстройке системы, обеспечивающей движение рынков к состоянию равновесия [15] *(Kirtsner, 2001)*. При этом им, как и рядом других авторов, этические проблемы культуры предпринимательства зачастую рассматриваются исключительно в контексте формальных регуляторов предпринимательской деятельности [44, 46] *(Key, 1999; Mitchell, 2004)*.

Личностные особенности предпринимателя в аспекте принципа свободы

Специфика культуры предпринимательства определяется не только историческими и экономическими особенностями развития предпринимательской среды, но едва ли не в большей степени своеобразием психологии человека как основного источника преобразовательной активности. Предпринимателем может стать только человек, обладающий устойчивой комбинацией личностных черт и деловых качеств. Еще на заре возникновения теории предпринимательства М. Вебер отмечал, что «ресурс предприимчивости» представляет собой нечто вроде своеобразной способности реагировать на внезапно возникающую, жесткую ситуацию в системе с неопределенным результатом. Он выделял следующие «идеальные» типы предпринимателей, выражающиеся в особенностях отношений управления и подчинения: организующий мир бюрократ (конфуцианство); упорядочивающий мир работяга-предприниматель (индуизм); наемный управляющий-самурай (буддизм); руководитель-воин, покоряющий неблагоприятную и даже враждебную среду (ислам); творец-ремесленник, способный не только к оперативному ситуационному диагнозу, но и к позитивному действию (христианство) [5] *(Veber, 2016)*. Классификация Вебера только кажется устаревшей. В современном мире, секуляризирующимся ускоренными темпами, все традиционно-нравственное по умолчанию подвергается обструкции. Звучит парадоксально, но тем актуальнее становится «архаичная» теория М. Вебера, ибо в ней скрыто напоминание о смысле социальной ответственности современного бизнеса**.** В наши дни об этом говорят очень немногие.

Подобным образом Й. Шумпетер [35] *(Shumpeter, 2008)* подчеркивал, что предприниматель – это человек, отличающийся, во-первых, волей, специфическим взгля-

дом на определенные элементы действительности и способностью представить их в истинном положении; во-вторых, способностью не бояться одиночества, неопределенности и сопротивления среды; в-третьих, способностью воздействовать на других людей, определяемой словами «иметь вес, обладать авторитетом, уметь заставлять повиноваться». У Шумпетера мы можем обнаружить и слова, хотя бы косвенно, но отсылающие нас к идее нравственного содержания предпринимательства: ведь оно предполагает радость творчества, обретаемую в самостоятельном ведении дел.

Развернувшиеся в начале XXI века и продолжающиеся по сей день психологические исследования раскрыли широкую панораму профессионально важных качеств и личностных свойств предпринимателей, находящихся на разных этапах включения в бизнес, занимающихся бизнесом разного масштаба и форм, достигших и не достигших успеха [37, 43] *(Abrahams, 1995)*. Убедительно показано, что никакой предприниматель не состоится, если не будет обладать предприимчивостью, деловой хваткой, способностью организовать предпринимательскую деятельность, знанием всех сторон своего дела. К необходимым профессионально важным качествам предпринимателей сегодня относят:

- успешность в формировании первоначального капитала коммерческого предприятия и проведении коммерческих операций;
- личное участие в исполнении своего дела;
- моральная и материальная ответственность за результаты своего дела;
- принятие решения при выборе направлений развития дела;
- использование права распоряжаться получаемой в деле прибылью.

Личностный портрет охватывает еще более многочисленные интеллектуальные, эмоциональные, коммуникативные свойства, особенности самоорганизации и самоконтроля предпринимателей. Осознавая психологическую масштабность личности предпринимателей, но не имея возможности подробно описывать каждый блок свойств, мы эскизно представим типичные личностные проявления в деловой сфере [10, 11] *(Zavyalova, Posokhova, 1997; Zavyalova, Posokhova, 2004)*. Так, *коммуникативные свойства* проявляются в выраженной потребности устанавливать и сохранять контакты с людьми, в широком круге не всегда глубокого общения, в позитивном эмоциональном фоне общения, в отсутствии страха и волнения перед большой аудиторией и авторитетными людьми, в принятии людей без выраженного доверия к ним, в прямолинейности и недостаточной гибкости стиля коммуникации, в умеренном лидерском потенциале, в групповом фаворитизме.

Интеллектуальные свойства проявляются в интуитивном определении актуальных потребностей общества, в успешном решении конкретных, практических задач, в преимущественной ориентации на здравый смысл и факты, в умеренной оперативности и гибкости мышления.

Эмоциональные свойства проявляются в реалистичном восприятии окружающего мира, в оценке препятствий на пути к достижению цели как преодолимых, в сохране-

нии уверенности в себе и спокойствия в критических ситуациях, в активных поисках выхода из проблем, в эмоциональном равновесии при общении с людьми и взвешенном отношении к критическим замечаниям в свой адрес, во взвешенном отношении к риску и вероятности успеха, в ориентации на позитивный исход своих начинаний.

Самоорганизации и самоконтроль проявляются в умении начинать дело с нуля и доводить его до успешного завершения, в умеренном волевом контроле, в настойчивости в преодолении внутреннего сопротивления и внешних барьеров в ситуациях, которые глубоко затрагивают личный интерес и интересы дела, в гибком отношении к моральным нормам, в возможности нарушения обязательств и общегрупповых правил.

Система смыслов как элемент культуры предпринимательства

Полномерное воплощение профессионально важных качеств и личностных свойств в предпринимательской культуре, как и их становление благодаря культуре, возможно только с опорой на принцип свободы и ответственность за нее. Соответственно нецелесообразно проводить разделение между социально-институализированными нормами предпринимательской культуры в виде законов, моральных принципов, традиций и личностными установками, представлениями о смысле жизни, справедливости благосостоянии ее непосредственных носителей. При этом принцип свободы отражен совершенно по-разному в каждой из сфер и в индивидуальном сознании каждого представителя бизнеса.

Логично считать, что в предпринимательстве принцип свободы должен быть конституирован этическим кодексом профессиональной чести и достоинства, отражающим меру социальной ценности бизнеса и моральную ценность личности в нем. К сожалению, на сегодняшнем этапе развития предпринимательской культуры наблюдается сведение этического кодекса преимущественно к деловому этикету. Выбор личностью конкретных этических установок предпринимательской и непредпринимательской деятельности, и, в целом жизни, более ощутим в повседневных действиях и поступках, поскольку неразрывно сопряжен с опорой на принятые и ставшими относительно устойчивыми нравственные и моральные координаты. Подобный выбор неотделим от процесса самоопределения. Один из итогов подобного самоопределения выражается в конкретном личностном представлении о смысле дела, успеха, богатства и, в целом, собственного **Я.** В частности, предприниматели обладают высокой идентификацией с делом, который они создают и поддерживают. Идентифицируя себя с ролью предпринимателя, они четко представляют предмет своей деятельности и выполняемые функции. Хотя такого рода идентичность не всегда полностью осознается, в большинстве случаев их личностные установки совпадают с деловыми позициями организации. Как в личных жизненных девизах, так и в репрезентации девизов организации, значительное место они отводят работе и оптимистической жизненной направленности [26] *(Posokhova, Chernyakevich, 2017)*.

Смысл бизнеса для предпринимателя, как и смысл организации для работников коммерческой и государственной сфер, отчасти заключается в прагматической ценности, прежде всего в деньгах, получении удовольствия. Для предпринимателей смысл денег и богатства зависит от многих факторов, но довольно часто воплощает средства достижения свободы, реализации своих планов, обеспечения высокого жизненного уровня семьи, развития дела, возможности широкой благотворительности. Практика показывает, что те, кто, занимаясь бизнесом, стремится исключительно к быстрому обогащению, редко достигают истинного успеха. Действительно, деньги – не единственная составляющая смысла, который в целом оказался у них богаче и разнообразнее, чем у представителей других сфер деятельности. Для предпринимателей смысл организованного дела воплощается в социальной и личной ценности его направленности, в карьерной перспективе, в достижении успеха, в создании условий для гармоничного межличностного общения, в ресурсе личностного роста. Созданное дело – это то пространство, без которого «нельзя прожить» и которое наполняется «трудом», «коллективом», «новыми знаниями», где проводится большая часть времени, где достигнутые цели воспринимаются как социальный успех, основание для уважения со стороны окружающих. Одновременно предприниматели отчетливо осознают, что бизнес связан с болезненными состояниями, появлением многих относящихся и не относящих к деловым отношениям проблем [26] *(Posokhova, Chernyakevich, 2017)*.

Для понимания предпринимательской культуры важен еще один, полученный с помощью статистической обработки факт: система личностных смыслов дела у предпринимателей не только более разнообразна, чем у сотрудников других групп предприятий, но и менее жестко структурирована. Гибкость личностных смыслов, вероятнее всего, связана с самостоятельностью предпринимателей, расширяющей границы свободы для самовыражения и самоосуществления. Возможность самореализации в бизнесе стимулирует творческий потенциал, создает чувство защищенности и стабильности и одновременно повышает ответственность. Надо учитывать и обратное: ответственность позволяет предпринимателю реализовать себя в полной мере [26] *(Posokhova, Chernyakevich, 2017)*.

Только достигнутое самоопределение предопределяет стратегию личностного поведения в ситуации нравственных провокаций, неизбежно возникающих в предпринимательской деятельности. Оказалось, что в ситуациях, моделирующих нравственный конфликт, предприниматели, а также представители коммерческой и государственной сфер фиксируют свое сознание на нравственном барьере и пытаются его устранить его с помощью агрессии. Однако такого рода фиксация наиболее характерна для предпринимателей. С одной стороны, они более, чем представители других социальных сфер, склонны видеть преимущественно негативные стороны нравственных препятствий, которые серьезно досаждают и волнуют. С другой – именно предприниматели склонны к более частому отрицанию нравственных препятствий и поискам в них благоприятных для себя знаков. В отличие от работников коммерческой и госу-

дарственной сфер предприниматели чаще стремятся самостоятельно разрешить фрустрирующую нравственную ситуацию, признавая свою ответственность за нее. Вполне вероятно, что предприниматели, полностью отвечая за жизнеспособность и конкурентоспособность своего дела, придают особое значение конфликтной ситуации, связанной с нравственным выбором, и в силу своей активной жизненной позиции стремятся самостоятельно преодолеть барьеры [26] *(Posokhova, Chernyakevich, 2017)*.

Экзистенциальные и прагматические составляющие свободы предпринимательской деятельности

Философско-психологический ракурс рассмотрения свободы как принципа культуры предпринимательства указывает на то, что именно ответственное принятие свободы открывает перспективу различения цели предпринимательской деятельности и средств ее достижения. К формированию личностной предпринимательской культуры ведет не столько формальное следование положениям и нормам права, сколько безусловная, свободно выбранная установка на законность деятельности, выраженная во внутреннем требовании быть честным. Такая личностная позиция – быть честным в бизнесе безотносительно того, попадает ли иной выбор под наказание со стороны Закона или нет, – в значительной мере предопределяет возможность наиболее полной самореализации в предпринимательстве. Исполнение требований Закона в таком случае составляет суть честности в отношении добровольно принятых на себя обязательств, регламентированных не только законодательством, но и осознанной ответственностью перед всеми участниками предпринимательской деятельности.

Раскрытый аспект воплощается в сугубо психологической интерпретацией такого явления, как система личностных смыслов и ценностей. Ценностно-смысловая система играет исключительно важную роль в предпринимательской деятельности вообще и в формировании культуры предпринимательства в частности. В таком контексте целесообразно обратиться к научному наследию Л. Выготского, который определял систему смыслов как динамическую, т.е. способную меняться во времени под влиянием внутренних и внешних факторов. При этом под смыслом он понимал не просто некое мысленное содержание суждения, а переживание повышенной субъективной значимости предмета или явления [6, с. 96]. Динамическая система смыслов обладает рядом специфических свойств, одно из которых состоит в ее условной двойственности. Смыслы по своему содержанию могут быть экзистенциальные – духовные, связанные с решением вопросов цели существования или поисками ответа на вопрос «зачем»? и прагматические – связанные с задачами самосохранения, целями увеличения благосостояния или поисками ответа на вопрос «как»?

В предпринимательской деятельности с экзистенциальными смыслами, прежде всего, соотносится цель развития бизнеса. В качестве таковой может выступать представление о принципиально новой услуге, о товаре исключительного качества и т.п., но не уровень материального благополучия, достигнутый предпринимателем. По

отношению к подобной цели финансовые, товарные, производственные и иные процессы предстают средством ее реализации. Соответственно материальное положение, капитал предприятия, деловые связи и т.п. могут стать в сознании предпринимателя прагматическими смыслами. И только в случае подобного различения целей и средств возможен полномерный успех предпринимателя.

Любые смыслы, в том числе и те, которые мы определили у предпринимателей, могут быть истинными или ложными. В случае, когда прагматические смыслы наделяются личностью признаками экзистенциальных, происходит подмена смыслов, и они приобретают ложный характер. Например, это происходит, когда в качестве экзистенциального смысла предпринимателем выбираются количественные показатели успеха: деньги, доступность материальных благ, уровень качества жизни в целом. Иными словами, средствам существования приписывается смысл жизни, что является признаком глубокого кризиса личности. Его крайний случай – фетишизация вещей. Как выразился Э. Фромм, тогда человек формирует в себе рыночно-ориентированную модель личности или псевдо-личность, которая является лишь отражением того, что ожидают от нее остальные, а истинная собственная суть утрачивается [30, с. 162] *(Fromm, 1998; p. 162)*.

Главное следствие подмены экзистенциальных смыслов прагматическими для предпринимательской деятельности состоит в утрате способности различать цели и средства ее достижения. Это ведет к неизбежному предпринимательскому кризису. Его наиболее очевидным признаком становится ситуация, в которой управленческие решения принимаются не согласно принципам менеджмента продвижения к цели, а по «законам» бухгалтерии, по сути своей являющимися инструментом обслуживания средств ведения предпринимательской деятельности. Предельное выражение замещения экзистенциальных ценностей прагматическими, возведенными в ранг смысла существования личности, проявляется в мошенничестве.

В более широком контексте дифференциация экзистенциальных и прагматических смыслов дает инструментарий для личностного управления формированием предпринимательской культуры, ограничивающей смысловой хаос. С данных позиций наиболее адекватно решается вопрос об индивидуальном смысле таких понятий, как «успех», «неудача», «риск» [10, 11] *(Zavyalova, Posokhova, 1997; Zavyalova, Posokhova, 2004)*. Смысловая сфера предпринимательской культуры конкретизируется в системе личностных этических установок и правил [17] *(Kotenko, Chiker, 2017)*. В предпринимательской деятельности на ее формирование значительное влияние оказывает существующая социально-психологическая ментальность, выраженная в конкретных представлениях о человеке, значении личности, свободе, собственности и т.п., и психологические особенности самих предпринимателей. Однако при всем многообразии нюансов профессиональной предпринимательской этики, ряд принципов остается константным. В первую очередь, это касается различения нравственного и морального.

В классической этике существует достаточно четкое разграничение понятий морали и нравственности [3, 21, 32] *(Adorno, 2000; Markuze, 1994; Fromm, 1990)*. Мораль базиру-

ется на моделях должного поведения в обществе, которые укоренены в индивидуальном сознании. Правила морали не только удерживают общество от распада, но и превращаются в некие условия, которые участник социальных отношений должен выполнить, чтобы быть принятым в них, не стать изгоем. Нравственность – социальный эквивалент совести, которая заявляет о себе, прежде всего, как нравственное чувство сопричастности, сопереживания, сострадания к жизни других людей, а вовсе не как принцип должного поведения в обществе. Нравственные свойства личности постоянны и проявляются во всех ситуациях, вне зависимости от того, насколько они согласуются или расходятся с внешними обстоятельствами [7, с. 92] *(Golik, Izvekov, 2017; p. 92)*.

Подобная двойственность находит свое непосредственное отражение в культуре предпринимательства. В упрощенно схематическом виде можно представить, что нравственные критерии предпринимательской деятельности отражены во внутреннем мире личности в виде безусловных, не нарушаемых ни при каких обстоятельствах принципов и установок. Они неразрывно связаны с такими понятиями, как чувство сопричастности и ответственности перед миром, совесть, бескорыстие, щедрость. Нравственные критерии проявляются в поступках и наиболее отчетливо – в ситуациях нравственной провокации, конфликта, в решении не совершать те или иные действия, которые моги бы принести не запрещенную законом прибыль или иную выгоду, но одновременно нанесли бы вред незащищенным социальным группам, экологии, привели бы к обману клиентов, партнеров, подчиненных.

Моральные критерии предпринимательской деятельности прямо или косвенно отражены в сложившихся кодифицированных нормах, в некодифицированных, но устоявшихся традициях, обычаях и нравах конкретного общества, в принципах профессиональной этики, в этических кодексах предприятий, в миссии предприятия. Их нарушение тут же становится очевидным, явным. Поэтому неукоснительное следование подобным предписаниям – неотменяемое условие, выполнение которого позволяет оставаться предпринимателю «внутри» предпринимательского сообщества. Однако принудительное исполнение моральных норм ничего не говорит о нравственных установках личности. И если нравственные критерии деятельности не согласуются с моральными, это рано или поздно приведет к конфликту, кризису. Его последствия совсем не обязательно подпадут под действие статей административного или уголовного права. Тем не менее, репутация и статус предпринимателя неизбежно изменятся таким образом, что он потеряет доверие в глазах партнеров.

Заключение

Структурообразующее условие возникновения полноценной культуры предпринимательства – внутренняя согласованность личностных нравственных установок и знания о моральных правилах, предъявляемых обществом к предпринимателю. Только в том случае, если этот принцип сформирован и воплощен в повседневной предпринимательской деятельности, постепенно складывается положительный имидж предпри-

нимателя, позволяющий ему создать устойчивые взаимосвязи с другими участниками предпринимательской деятельности. Внутренне требование быть честным, дополненное осознанным следованием моральным правилам – основополагающее условие успеха, возможного только лишь в сопряжении с обще социальным представлением о смысле и цели развития.

Принцип свободы во всех его проявлениях актуализируется и реализуется только личностью. В предпринимательстве свобода человека состоит не просто в выборе своего дела, и не в спонтанности собственного самопроявления в деле. Человек определяет шаги самореализации в деле, но его дело рано или поздно начинает предопределять поступь становления сути человека как нравственного существа. В неразрывном переплетении намерений и действий, целей и результатов неизбежно проявляет себя ответственность – в виде успеха или поражения, признания или отверженности, победы или поражения.

Государственная практика большинства современных обществ не принимает данные обстоятельства в расчет. Политическая установка на абсолютную свободу целей и смыслов предпринимательской деятельности вроде бы соответствует современной идее демократии. Однако в наши дни свобода такого рода имеет тенденцию обернуться произволом, который если и ограничен, то только формальными нормами права. Вместе с тем, позитивная перспектива социального развития возможна только в том случае, если бизнес свободно примет на себя нравственную ответственность за будущее обществ, а не только за прибыль и капитализацию корпораций. И хотя данное противоречие столь же далеко от своего разрешения, как было и во времена Карла Маркса, например, все же честнее отдавать себе в отчет в его наличии, чем прятать проблему за многотомными трудами о корпоративной этике, игнорирующими проблему.

ИСТОЧНИКИ:

1. Адорно Т. Исследование авторитарной личности. - М.: Астрель, 2012. – 473 с.
2. Адорно Т. Негативная диалектика. - М.: Академический проект, 2011. – 538 с.
3. Адорно Т. Проблемы философии морали. - М.: Республика, 2000. – 239 с.
4. Беляева Т.В., Богатырева К.А. Национальная культура и предпринимательство: обзор литературы и направления будущих исследований // Российский журнал менеджмента. – 2018. – № 16(2). – с. 273-294.
5. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. - М.: Директ-Медиа, 2016. – 422 с.
6. Выготский Л. Психология развития человека. - М.: Смысл: ЭКСМО, 2003. – 634 с.
7. Голик Н., Извеков А. Иррациональный парадокс просвещения. / Англо-саксонский цугцванг. - СПб.: Алетейя, 2017. – 224 с.
8. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. / В 4 т./ Т.3. - М.: Русский язык, 1978. – 555 с.
9. Дюмец Ж., Сизова Ю. Культура предпринимательства: источник формирования // Российское предпринимательство. – 2017. – № 3. – с. 247-254. – doi: 10.18334/rp.18.3.37290 .

10. Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Активная стратегия адаптации и предпринимательский потенциа. / Психологические проблемы самореализации личности. - СПб.: Издательство С-Петербургского университета, 1997. – 212-225 с.
11. Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Психология предпринимательства. - СПб.: изд-во СПбГУ, 2004. – 296 с.
12. Извеков А. Франкфуртская школа о духовной свободе: объект подавления и сфера формирования смысла // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. вопросы теории и практики. – 2015. – № 9-1(59). – с. 86-89.
13. Исабекова О.А., Капырин П.Д., Мешков Н.А. Культура предпринимательства и социология инноваций. - М.: Изд-во ИИУ МГОУ, 2018. – 148 с.
14. Карпинская Е.А., Земцова Т.В. Международный опыт регулирования малого предпринимательства // Генезис экономических и социальных проблем субъектов рыночного хозяйства в России. – 2018. – № 12. – с. 22-24.
15. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
16. Королев В.К., Евграфова О.В. Экономическая культура предпринимателя в России: проблемы «форматизации» // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. – 2018. – № 1(197). – с. 141-147.
17. Котенко Л.М., Чикер В.А. Этические установки собственников бизнеса как основа принятия решения // Вестник омского университета. серия: психология. – 2017. – № 4. – с. 52-59.
18. Кузнецова М.Ф. Предпринимательские университеты в контексте современных образовательных реформ // Философия образования. – 2018. – № 1(74). – с. 108-115. – doi: 10.15372/PHE20180112 .
19. Кузовкова С.В. Культура предпринимательства: проблемы терминологической неопределенности // Журнал экономической теории. – 2017. – № 2. – с. 163-169.
20. Кузьмичев А.Д., Шапкин И.Н. Отечественное предпринимательство: очерки истории. - М.: Прогресс-академия, 1995. – 192 с.
21. Маркузе Г. Одномерный человек. - М.: REFL-book, 1994. – 341 с.
22. Маркузе Г. Разум и революция. - СПб.: Владимир Даль, 2000. – 544 с.
23. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. - М.: АСТ: Ермак, 2003. – 312 с.
24. Ожегов С. Толковый словарь русского языка. - М.: Мир и Образование: ОНИКС, 2012. – 1375 с.
25. Плужник И.Л., Ильницкая Т.О., Луччи Ф. Предпринимателями рождаются или становятся? Эффективные академические модели обучения предпринимательству студентов вузов // Образование и наука. – 2018. – № 5. – с. 56-78.
26. Посохова С.Т., Чернякевич Е.Ю. Психологическое содержание приверженности организации // Позитивная психология менеджмента. – 2017. – с. 43-64.
27. Сартр Ж.П. Бытие и Ничто: Опыт феноменологической онтологии. - М.: Республика, 2004. – 639 с.

28. Федько Д.П. Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства // Мир науки. – 2018. – № 4. – с. 7. – url: https://sfk-mn.ru/PDF/07MUSK418.pdf.
29. Филькевич И.А. Новые подходы к образованию предпринимателей // Современная конкуренция. – 2018. – № 1(67). – с. 76-82.
30. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. - Минск: Поппури, 1998. – 672 с.
31. Фромм Э. Здоровое общество. - М.: АСТ: Хранитель, 2007. – 544 с.
32. Фромм Э. Иметь или быть. - М.: Прогресс, 1990. – 336 с.
33. Хайдеггер М. Время и бытие: статьи и выступления. - М.: Республика, 1993. – 447 с.
34. Хайек Ф. Конституция свободы. - М: Новое издательство, 2018. – 528 с.
35. Шумпетер Й. Теория экономического развития. - М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 401 с.
36. Ясперс К. Смысл и назначение истории. - М.: Политиздат, 1991. – 527 с.
37. Abrahams J. The mission statement book: 301 corporate mission statements from America's top companies. - Berkeley, CA: Ten Speed Press, 1995. – 640 p.
38. Bogatyreva K., Edelman L., Manolova T., Osiyevskyy O., Shirokova G. When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture // Journal of Business Research. – 2019. – № 96. – p. 309-321.
39. Daugherty L. Defining Corporate Culture. How Social Scientists Define Culture, Values, and Tradeoffs among Them. Electronic Resource. Rand. [Электронный ресурс]. URL: https://www.rand.org/pubs/working_papers/WR499.html.
40. Driskill G.W., Brenton A.L. Organizational Culture in Action: A Cultural Analysis Workbook. Sage Publications, Inc, 2005.-240 p
41. Hisrich R., Langan-Fox J., Grant S. Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology // American psychologist. – 2007. – № 62. – p. 575-589.
42. Hisrich R., Peters M., Shepherd D.A. Entrepreneurship. 10th ed. McGraw-Hill, 2016. 603 p
43. Jagdeep S., House R., Brodbeck F. Culture and leadership, across the world: The GLOBE Book of In-Depth Studies of 25 Societies. Taylor & Francis Group, LLC, 2008. P. 812-818
44. Key S. Organizational Ethical Culture: Real or Imagined? // Journal of Business Ethics. – 1999. – № 20. – p. 217-225.
45. McCormick B. It's the Organization's Culture!: What's Responsible for Business Or Failure? Human Resource Development Press, 2008. 110 p
46. Mitchell K. Managing the corporate work-health culture // Compensation & Benefits Review. – 2004. – p. 33-39.
47. Overbeeke M., Snizek, W.E. Web Sites and Corporate Culture: A Research Note // Business and Society. – 2005. – p. 346-356.
48. Beekun R., Stedham Y., Yamamura J.H., Barghouti J. Comparing business ethics in Russia and the US // International Journal of Human Resource Management. – 2003. – № 8. – p. 1333-1349.
49. Roberts M., Stevenson H., Sahlman W., Marshall P., Hamermesh R., eds. New Business Ventures and the Entrepreneur. 6th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2006. 211 p

50. Schein E.H. Organizational Culture: A Dynamic Model. Alfred P. Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, 1983.- 29 p
51. Stevenson H., Spence S. Getting to Giving: Fundraising the Entrepreneurial Way. - Belmont, MA: Timberline LLC, 2011. – 198 p.

REFERENCES:

Abrahams J. (1995). *The mission statement book: 301 corporate mission statements from America's top companies* Berkeley, CA: Ten Speed Press.

Adorno T. (2000). *Problemy filosofii morali* [Problems of moral philosophy] M.: Respublika. (in Russian).

Adorno T. (2011). *Negativnaya dialektika* [Negative dialectics] M.: Akademicheskiy proekt. (in Russian).

Adorno T. (2012). *Issledovanie avtoritarnoy lichnosti* [Research authoritarian personality] M.: Astrel. (in Russian).

Beekun R., Stedham Y., Yamamura J.H., Barghouti J. (2003). *Comparing business ethics in Russia and the USInternational Journal of Human Resource Management. 14* (8). 1333-1349.

Belyaeva T.V., Bogatyreva K.A. (2018). *Natsionalnaya kultura i predprinimatelstvo: obzor literatury i napravleniya buduschikh issledovaniy* [National culture and entrepreneurship: a literature review and future research directions]. *Russian Management Journal*. (16(2)). 273-294. (in Russian).

Bogatyreva K., Edelman L., Manolova T., Osiyevskyy O., Shirokova G. (2019). *When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture Journal of Business Research*. (96). 309-321.

Dal V. (1978). *Tolkovyy slovar zhivogo velikorusskogo yazyka* [Explanatory dictionary of the living great Russian language] M.: Russkiy yazyk. (in Russian).

Daugherty L. Defining Corporate Culture. How Social Scientists Define Culture, Values, and Tradeoffs among Them. Electronic ResourceRand. Retrieved from https://www.rand.org/pubs/working_papers/WR499.html

Dyumets Zh., Sizova Yu. (2017). *Kultura predprinimatelstva: istochnik formirovaniya* [Formation and shaping of the entrepreneurial culture]. *Russian Journal of Entrepreneurship. 18* (3). 247-254. (in Russian). doi: 10.18334/rp.18.3.37290 .

Fedko D.P. (2018). *Predprinimatelstvo v kulture i kultura predprinimatelstva* [Entrepreneurship in culture and culture entrepreneurship]. *Mir nauki. 9* (4). 7. (in Russian).

Filkevich I.A. (2018). *Novye podkhody k obrazovaniyu predprinimateley* [New approaches to the education of entrepreneurs]. *Modern competition. 12* (1(67)). 76-82. (in Russian).

Fromm E. (1990). *Imet ili byt* [To have or to be] M.: Progress. (in Russian).

Fromm E. (1998). *Begstvo ot svobody. Chelovek dlya sebya* [Escape from freedom. Man for himself] Minsk: Poppuri. (in Russian).

Fromm E. (2007). *Zdorovoe obschestvo* [A healthy society] M.: AST: Khranitel. (in Russian).

Golik N., Izvekov A. (2017). *Irratsionalnyy paradoks prosvescheniya* [Irrational paradox of the enlightenment]SPb.: Aleteyya. (in Russian).

Hisrich R., Langan-Fox J., Grant S. (2007). *Entrepreneurship Research and Practice: A Call to Action for Psychology American psychologist*. (62). 575-589.

Isabekova O.A., Kapyrin P.D., Meshkov N.A. (2018). *Kultura predprinimatelstva i sotsiologiya innovatsiy* [The culture of entrepreneurship and sociology of innovation] M.: Izd-vo IIU MGOU. (in Russian).

Izvekov A. (2015). *Frankfurtskaya shkola o dukhovnoy svobode: obekt podavleniya i sfera formirovaniya smysla* [Frankfurt school on spiritual freedom: object of suppression and sphere of sense formation].*Historical, philosophical, political and legal sciences, culturology and art history. theory and practice*. (9-1(59)). 86-89. (in Russian).

Karpinskaya E.A., Zemtsova T.V. (2018). *Mezhdunarodnyy opyt regulirovaniya malogo predprinimatelstva*[International experience of regulation of small business]. *Genezis ekonomicheskikh i sotsialnyh problem subektov rynochnogo khozyaystva v Rossii. 1* (12). 22-24. (in Russian).

Key S. (1999). *Organizational Ethical Culture: Real or Imagined? Journal of Business Ethics*. (20). 217-225.

Khaydegger M. (1993). *Vremya i bytie: stati i vystupleniya* [Time and being: articles and speeches] M.: Respublika. (in Russian).

Khayek F. (2018). *Konstitutsiya svobody* [The Constitution of liberty] M.: Novoe izdatelstvo. (in Russian).

Kirtsner I. (2001). *Konkurentsiya i predprinimatelstvo* [Competition and entrepreneurship] M.: YuNITI-DANA. (in Russian).

Korolev V.K., Evgrafova O.V. (2018). *Ekonomicheskaya kultura predprinimatelya v Rossii: problemy «formatizatsii»* [Economic culture of an entrepreneur in russia: the problem of "formatting"]. *News of higher educational institutions. The North Caucasus region. Series: Social Sciences*. (1(197)). 141-147. (in Russian).

Kotenko L.M., Chiker V.A. (2017). *Eticheskie ustanovki sobstvennikov biznesa kak osnova prinyatiya resheniya*[Ethical attitudes of business owners as a basis for decision-making]. *Vestnik omskogo universiteta. seriya: psikhologiya*. (4). 52-59. (in Russian).

Kuzmichev A.D., Shapkin I.N. (1995). *Otechestvennoe predprinimatelstvo: ocherki istorii* [Domestic entrepreneurship: essays on the history] M.: Progress-akademiya. (in Russian).

Kuznetsova M.F. (2018). *Predprinimatelskie universitety v kontekste sovremennyh obrazovatelnyh reform*[Entrepreneurial universities in the context of modern educational reforms]. *Filosofiya obrazovaniya*. (1(74)). 108-115. (in Russian). doi: 10.15372/PHE20180112 .

Kuzovkova S.V. (2017). *Kultura predprinimatelstva: problemy terminologicheskoy neopredelennosti* [Culture of Entrepreneurship: the Problem of Terminological Uncertainty]. *Journal of Economic Theory*. (2). 163-169. (in Russian).

Markuze G. (1994). *Odnomernyy chelovek* [One-dimensional man] M.: REFL-book. (in Russian).

Markuze G. (2000). *Razum i revolyutsiya* [Reason and revolution] SPb.: Vladimir Dal. (in Russian).

Markuze G. (2003). *Eros i tsivilizatsiya* [Eros and civilization] M.: AST: Ermak. (in Russian).

Mitchell K. (2004). *Managing the corporate work-health culture Compensation & Benefits Review*. *36* 33-39.

Overbeeke M., Snizek, W.E. (2005). *Web Sites and Corporate Culture: A Research Note Business and Society.44* 346-356.

Ozhegov S. (2012). *Tolkovyy slovar russkogo yazyka* [Explanatory dictionary of the Russian language] M.: Mir i Obrazovanie: ONIKS. (in Russian).

Pluzhnik I.L., Ilnitskaya T.O., Luchchi F. (2018). *Predprinimatelyami rozhdayutsya ili stanovyatsya? Effektivnye akademicheskie modeli obucheniya predprinimatelstvu studentov vuzov* [Are entrepreneurs born or made? effective academic models to foster entrepreneurial graduates]. *The Education and Science Journal. 20* (5). 56-78. (in Russian).

Posokhova S.T., Chernyakevich E.Yu. (2017). *Psikhologicheskoe soderzhanie priverzhennosti organizatsii*[Psychological content of the organization's commitment]. *Pozitivnaya psikhologiya menedzhmenta*. 43-64. (in Russian).

Sartr Zh.P. (2004). *Bytie i Nichto: Opyt fenomenologicheskoy ontologii* [Being and Nothingness: Experiences phenomenological ontology] M.: Respublika. (in Russian).

Shumpeter Y. (2008). *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [The theory of economic development] M.: Direktmedia Pablishing. (in Russian).

Stevenson H., Spence S. (2011). *Getting to Giving: Fundraising the Entrepreneurial Way* Belmont, MA: Timberline LLC.

Veber M. (2016). *Protestantskaya etika i dukh kapitalizma* [The Protestant ethic and the spirit of capitalism] M.: Direkt-Media. (in Russian).

Vygotskiy L. (2003). *Psikhologiya razvitiya cheloveka* [The psychology of human development] M.: Smysl: EKSMO. (in Russian).

Yaspers K. (1991). *Smysl i naznachenie istorii* [The meaning and purpose of history] M.: Politizdat. (in Russian).

Zavyalova E.K., Posokhova S.T. (1997). *Aktivnaya strategiya adaptatsii i predprinimatelskiy potentsia* [Active adaptation strategy and entrepreneurial potential] SPb.: Izdatelstvo S-Peterburgskogo universiteta. (in Russian).

Zavyalova E.K., Posokhova S.T. (2004). *Psikhologiya predprinimatelstva* [The psychology of entrepreneurship]SPb.: izd-vo SPbGU. (in Russian).