

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-128-139

Кто есть кто

Э.З. Омаров^{1,2,3*}¹ Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия² Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Москва, Россия³ Рабочая группа по развитию молодежного предпринимательства Министерства науки и высшего образования РФ, Москва, Россия

* om-t72@inbox.ru

Аннотация. Статья посвящена новому подходу в типологии личности людей, занимающихся предпринимательской деятельностью. Приведены наборы устойчивых проявлений характера и особенностей поведения, присущих четырем типам личности предпринимателя: креативщик, предприниматель, менеджер и владелец. Автором представлена тесная связь между способностями предпринимателей генерировать новые идеи, создавать, управлять и владеть бизнесом и выраженностью того или иного типа личности. Автор подчеркивает, что всех людей, занимающихся экономической деятельностью, по определению можно назвать предпринимателями. Вместе с тем разность успешности предпринимательской деятельности говорит о том, что эта масса далеко не однородна. Предприниматели внутри своей среды существенно отличаются друг от друга. В статье обосновывается важность дифференцирования типа личности предпринимателя по предложенной автором системе, приведено детальное описание четырех типов личности и их принципиальные отличия. Автор подчеркивает наличие определенного набора особенностей личности, обеспечивающего успешность предпринимательской деятельности. В статье раскрывается концептуальная система дифференцирования предпринимателей по преобладающему типу личности и аспекты, позволяющие определить его. Данная статья поможет «людям дела» самоидентифицироваться – определить ведущий тип личности, что позволит осознанно управлять своим профессиональным развитием. Приведенная в статье типология личности также дает возможность значительно повысить качество образовательных программ по подготовке предпринимателей.

Ключевые слова: управленческие кадры, осознанное управление профессиональным развитием и карьерой, развитие предпринимательства и бизнеса, факторы успешности предпринимательской деятельности, самоидентификация предпринимателя

Для цитирования: Омаров Э.З. Кто есть кто // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 4. С. 128–139. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-128-139

Who is Who: Entrepreneurs' Personality Types

E. Omarov^{1,2,3*}

¹ Tyumen State University, Tyumen, Russia

² Russian Non-governmental Association of Small and Medium Business "OPORA RUSSIA", Moscow, Russia

³ Working Group on the Youth Entrepreneurship Development of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Moscow, Russia

* om-t72@inbox.ru

Abstract. The article focuses on a new approach to personality typology of people engaged in entrepreneurial activity. The sets of stable character manifestations and peculiar behavioral characteristics, inherent in four types of entrepreneur personality "a creative", "an entrepreneur", "a manager" and "an owner" are provided. The author introduces a strong correlation between the ability of entrepreneurs to generate new ideas, create, manage, own and run their business and a particular type of personality manifestation. The author claims all people engaged in economic activities to be entrepreneurs by definition. However, the diversity of entrepreneurial success suggests that this mass is far from homogeneous. Entrepreneurs differ significantly within their environment. The article substantiates the importance of differentiating the entrepreneur's personality type according to the system proposed by the author, provides a detailed description of four personality types and their fundamental differences. The author emphasizes the existence of a certain set of personality characteristics that ensure the entrepreneurial activity success. The paper reveals a conceptual system of entrepreneurs' differentiation by predominant personality type and aspects that allow to define it. This article will help "people of business" to self-identify – to determine a leading personality type, which will allow them to consciously manage their professional development. The presented personality typology also provides an opportunity to significantly improve the quality of educational programs for entrepreneurs.

Keywords: managerial staff, conscious management of professional development and career, entrepreneurship and business development, factors of entrepreneurial activity success, self-identification of an entrepreneur

For citation: Omarov E. Who is Who: Entrepreneurs' Personality Types. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.4, pp.128-139 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-4-128-139

Довольно часто мы слышим, как разные люди, в особенности далекие от предпринимательской деятельности, в разговоре о предпринимателях называют их то бизнесменами, то коммерсантами, то менеджерами, абсолютно не задаваясь вопросом, почему одних и тех же людей называют по-разному.

Как вы понимаете, неспроста существует такое множество названий «людей дела». Сознательно или нет, называя по-разному

одни и те же явления, каждый из нас вкладывает разные смыслы и имеет ввиду разные функции. Так же думали многие ученые XIX–XX веков, исследующие феномен предпринимателя. В ходе своих наблюдений многие из них просто описывали отличие функций, а некоторые, более глубоко изучающие, утверждали, что различия есть и в психологии.

Путаница в терминах присутствует и в настоящее время. Это наблюдается

и в разговорах, и в современных научных работах. Несмотря на множество попыток, исследователи так и не пришли к единому мнению, кого можно называть предпринимателем.

Одни не видят разницы между основателями бизнеса и менеджерами, полагая что они имеют одинаковые компетенции. А на вопрос, почему менеджеры не становятся владельцами бизнеса, отвечают, что, видимо, они не хотят иметь собственный бизнес, чтобы не нести излишней ответственности.

Другие утверждают, что наемный руководитель и руководитель – собственник бизнеса представляют собой один психотип и являются предпринимателями в одинаковой степени.

Эта понятийная неразбериха в целом объяснима – большинство изученных мной работ написаны теоретиками, учеными, никогда не занимавшимися предпринимательской деятельностью, что существенно затрудняет понимание глубины, философии и психологии «людей дела». Поэтому в данной статье постараемся совместить данные их исследований с итогами моей собственной научной работы и предпринимательского опыта.

В итоге многолетнего исследования и анализа предпринимательской деятельности что-то из трудов моих коллег подтвердилось, что-то вызвало сомнения, а главное – открылись новые, неизученные прикладные аспекты коммерческой деятельности деловых людей.

Первые попытки осмысления деятельности предпринимателей связывают с именем французского экономиста Ричарда Кэтильона, который в 1720 году ввел в обиход понятие «предприниматель». Далее к этому вопросу подходили другие экономисты, психологи и социологи, в числе которых Адам Смит, Макс Вебер и др. На мой взгляд, лучше всех описал функции предпринимателя экономист Жан-Батист Сэй, имевший отчасти опыт предпринимательской деятель-

ности. Отчасти потому, что он не создавал бизнес с нуля, а купил часть работающего предприятия и даже некоторое время управлял им. Он отмечал, что предприниматель – организатор производства, не обязательно имеющий собственность. Этим определением Ж.-Б. Сэй невольно подчеркнул, что предприниматели могут быть двух типов – владеющие средствами производства и владеющие только бизнесом. Стоит отметить также Йозефа Шумпетера, подробно описавшего портрет предпринимателя и его отличие от менеджера и особую роль предпринимателя в мировой экономике. Он же впервые рассматривал предпринимателя не только с точки зрения экономики, но и психологии, разделял функции предпринимателя, менеджера и бизнесмена, отмечая их различия не только на профессиональном, но и на психологическом уровне.

Конечно, все вышеперечисленные авторы имеют заслуженный авторитет в экономике и глубоко уважаемы с моей стороны. Они внесли большой вклад в изучение предпринимательства, но, к сожалению, отсутствие собственного практического опыта предпринимателя у моих коллег не позволило им углубиться в данную тему в нужной степени и изучить множество важных отличительных факторов. Более того, коллеги описывали в отдельности деятельность предпринимателей, менеджеров и бизнесменов без увязки между собой. Никто не рассматривал тот факт, что все перечисленные названия деловых людей – это не только вид деятельности, а еще и типы личностей, которые могут сочетаться в одном человеке. Более того, никто не задумывался, какое сочетание этих типов личности в одном человеке могут дать максимальный эффект.

После изучения трудов моих коллег-психологов из прошлого и анализа собственного опыта мной был сделан вывод, что многое из их работ актуально и сейчас. Вместе с тем вынужден отметить, что большинство

работ очень слабо описывают типологию личности предпринимателей. И, на мой взгляд, пожалуй, самое важное, что за бортом их внимания осталась очень яркая группа творческих людей, постоянно генерирующих разные идеи и связывающих между собой нижеприведенные типы личности каждого делового человека. Без таких людей невозможен старт ни одного предприятия. Эту группу назовем креативщиками.

Отсутствие должной информации об этом типе подчеркивает скудость информации о психологических особенностях деловых людей. Это, в свою очередь, затрудняет выбор подходов в развитии самого предпринимателя и его дела.

Изучению этого вопроса мной посвящено много времени. Результаты нового анализа общего труда, с учетом моего опыта, позволили существенно прояснить принципиальные отличия одних от других и выработать эффективные подходы в развитии как отдельного предпринимателя, так и предпринимательства в целом.

Прежде чем мы начнем подробно описывать каждый тип, хочу отметить, что многие читатели в начале со мной могут не согласиться. Чтобы остановить беспочвенный спор и исключить сомнения, отмечу, что при описании предпринимателей многие вольно и невольно будут представлять идеальный тип деловых людей из литературы или своего окружения, в котором присутствуют и эффективно сочетаются все необходимые для успеха качества. К сожалению, таких среди предпринимателей крайне мало.

В данной статье сделаем акцент на том, что каждый предприниматель представляет собой смешанный тип, включающий в себя качества всех четырех нижеописанных типов. И именно наличие и выраженность этих качеств отличает одних от других. В то же время определенное сочетание этих типов и обеспечивает успешность предпринимательской деятельности. Но прежде чем будем обсуждать сочетание и выраженность

в каждом предпринимателе тех или иных типов, мы в отдельности, что называется, в чистом виде, рассмотрим типы личностей. Насколько всё это сочетается у вас или ваших знакомых, судить вам, мое дело показать точное отличие одних от других.

Предлагаю мое описание типов личности рассмотреть в следующей последовательности:

- креативщик;
- предприниматель;
- менеджер;
- владелец.

Прежде чем перейти к подробному описанию, еще раз отмечаю, что людей только с одним типом личности в природе не существует. Как правило, в каждом человеке имеется все 4 типа, только с разной степенью выраженности.

К примеру, конкретный человек, ведущий предпринимательскую или иную деятельность, может быть ярко выражен как менеджер с незначительной выраженностью качеств остальных типов. Возможно, что ярко выражены два, три или все четыре типа. Как понимаете, вариантов может быть множество. Весь вопрос в том, в каких сочетаниях и выраженности в каждом присутствуют описанные типы.

Как правило, мы узнаем или признаем деловых людей по ярко выраженному качеству и не обращаем внимание на остальные.

Креативщик

Давайте вначале разберем смысл этого слова или, как еще принято говорить, семантическую составляющую.

Обычно в коммуникациях мы используем различные заимствования из других языков, часто имеющие разный смысл в разных контекстах. Определений креатива и креативности много. Мне больше нравится следующее толкование: «Креатив – творческая составляющая какой-либо деятельности».

Про креатив и креативность принято говорить, когда речь идет о людях творчества, которые всегда вносят новизну в свою деятельность.

Термин широко стал использоваться в России применительно к тем специалистам, которые работали в отделах рекламы и рекламном бизнесе. От них всегда требовали также новизны и нестандартности в представлении товаров, услуг и продвижении бреда.

Творить в данном контексте – это не делать или создавать, а придумывать. Причем придумывать не просто, а изысканно и обязательно так, чтобы результат всех удивил и вдохновил. В некоторых случаях такие предложения даже могут показать путь реализации.

В нашем случае креативный человек – это тот, кто нестандартно мыслит и может выдавать очень интересные и эффективные решения и предложения. Для такого творчества нужно иметь особый дар и склад ума.

На этом типе следует остановиться подробнее, так как творческое начало, увлеченность, эрудиция и красноречие его обладателей часто вводят в заблуждение окружающих их людей, и даже очень деловых. Их очень легко узнать. Чем бы они не занимались, они большую часть времени фонтанируют идеями. Общаясь с кем-то, они всегда предлагают разные идеи. Очень часто не дослушав, как можно реализовать предложение, переходят к другой идее.

Реализатор часто не успевает за мыслями креативщика. В итоге многие встречи с таким «творческим фонтаном» заканчиваются пустой тратой времени.

В практической деятельности они, как правило, не доводят до конца ни одно дело. Даже за столом во время обеда видно, как они, не доев одно блюдо, тянутся за другим, но это никого не раздражает, так как они и это делают очень креативно.

Многие предприниматели, ошибочно доверяясь красноречию креативного автора

перспективной идеи, в котором ошибочно видят эксперта, предлагают партнерство и совместную реализацию предложенной идеи. Так, если кто-то из творческих сотрудников предложил интересную идею, то руководитель, как правило, ему же и предлагает возглавить проектную команду для реализации новой перспективы. В таких случаях, за редким исключением, многие идеи остаются не реализованными на старте или после множества подходов и затрат закрываются с убытками. В итоге много разочарованных предпринимателей, руководителей и авторов идей.

Главной причиной таких результатов является то, что несведущему человеку очень сложно отличить красноречивого «балаболо» от эксперта. В то же время хорошему психологу, знающему технологию эмпатического слушания, узнать такой тип личности очень просто. Достаточно предложить автору идеи самому приступить к реализации своей идеи и сразу видно, как меняется язык тела и интонация речи. Тело скукоживается, в голосе пропадают нотки оптимизма, и чувствуется приток пессимизма. Всё это настолько тонко происходит, что изменения могут заметить только опытные психологи.

Давайте вместе разберемся, как не попадать в такие ситуации тем, кто далек от прикладной психологии.

Креативность – умение человека отступать от стандартных идей, правил и шаблонов, это отдельное уникальное качество. В случае с предпринимательством – способность находить нестандартные решения и создавать новое, оригинальное. Креативные люди умеют замечать неожиданные связи между явлениями и объектами и выходить за рамки стандартного мышления. Такие люди отличаются большой гибкостью и высокой адаптивностью к разным условиям бытия. Они любят пробовать разные подходы, виды деятельности и постоянно стремятся жить в разных пространствах и формах. Они не упражняются в креативности

и не занимаются развитием своих творческих способностей, они всё время в этом.

Как правило, так называемые креативщики мало способны к реализации собственных идей, довольствуются лишь первыми пробами. Их удел – придумывать, и они счастливы, находясь в состоянии творчества; рутина же, связанная с реализацией, их тяготит.

Креативщиков легко узнать по манере говорить и тому, как они держатся во время беседы. О своих идеях говорят, подняв высоко голову, вдохновенно и энергично. Всегда позитивны. Как правило, они многократно и быстро переключаются с одной идеи на другую, не любят обсуждать детали и механизм реализации.

Креативщики довольно часто встречаются среди предпринимателей. Слушая их, можно только удивляться, как много проектов они пытались реализовать и какое множество подходов применяли в реализации идей и управлении предприятием. Они больше говорят о процессе, чем о результате. У них всё внимание сконцентрировано на мелочах и нюансах. Редко какое дело доводят до конца. Часто переключаются с одного на другое, не завершив начатое. Много раз возвращаются доделать недоделки или переделывать плохо сделанное. У них всегда есть недоделки. По этой причине плохо видят целое и не могут прийти к хорошему результату.

Креативность и креатив в предпринимательской деятельности занимают особое место. Мало кто при использовании понятия «креативность» мог предположить, что это одно из важных качеств успешного предпринимателя. Каждый шаг предпринимателя – от поиска идеи, создания бизнеса, управления предприятием, набора персонала, выбора маркетинговой стратегии, мотивации команды и даже закрытия бизнеса – требует определенного творческого подхода, который минимизирует затраты и увеличивает эффективность. Такое слу-

чается, если ярко выраженным является тип личности «предприниматель с высокой долей креативности».

Мне встречалось много успешных предпринимателей, которые стали таковыми благодаря высокой степени креативности, и не встречал очень креативных ребят, имеющих свой успешный бизнес. Наверняка, есть исключения, но, как правило, всё именно так.

Предприниматель

Есть множество разных определений понятия «предприниматель». Наиболее распространенное звучит так: «Предприниматели – креативные и рискованные люди, которые постоянно находят уникальные идеи и создают новые предприятия».

В этом определении, которое многие используют не задумываясь, отмечено четыре качества предпринимателей:

1. Предприниматели креативные.
2. Предприниматели рискованные.
3. Предприниматели находят уникальные идеи.
4. Предприниматели создают новые предприятия.

Давайте вместе разберем, всё ли так.

Как показали исследования, креативность, в смысле способность генерировать разные бизнес идеи, – не самый лучший «конек» подавляющего большинства предпринимателей, а склонность к риску – лишь миф.

Креативность мы с вами обсудили выше, а теперь порассуждаем о риске и рискованности.

Существует множество определений термина «риск». В моем понимании риск – это неопределенность. Речь идет о ситуациях, когда точно не знаешь, какие могут быть последствия принятых решений и поступков. Соответственно, рисковать, значит входить на территорию неопределенности.

Предприниматели постоянно принимают различные решения с той лишь разницей, насколько перед этим они оценивают последствия. Анализ последствий требует способности, затрат времени и проявления воли. Как выяснилось, большинство предпринимателей не хотят тратить время на анализ последствий, полагаясь на авось, и в силу этого совершают большое количество ошибок. Как результат, большинство предпринимателей имеют низкий экономический эффект и не довольны результатами своей деятельности. Таковую категорию деловых людей мы называем «неуспешные предприниматели».

Говоря о рискованности предпринимателей, важно еще отметить наличие двух понятий – «склонность к риску» и «способность к риску».

В ходе научного исследования выяснилось, что в принципе все предприниматели способны совершать рискованные поступки, но чем успешнее предприниматель, тем менее он склонен к риску. Ну а если приходится рисковать, то успешные предприниматели минимизируют негативные последствия, детально изучая каждый фактор неопределенности. Это происходит благодаря знаниям технологии совершения риска и проявления воли. Перефразируя свою же сентенцию, могу сказать: успех обеспечивается точными расчетами и прогнозами, где риск, а стало быть, неопределенность, минимален.

Уважаемый читатель, пора перейти к главным качествам предпринимателя, резко отличающим его от других типов. Их всего два.

Первое. Предприниматель, как правило, без крайней нужды не «генерит» идеи. В его представлении это удел креативщика. Он среди множества предложений быстрее всех **интуитивно** выбирает лучшую идею, которую сможет реализовать, опираясь на собственные ресурсы. Это не говорит о том, что предприниматель не мо-

жет «генерить». Предприниматель очень рационален и бережно относится к расходованию времени. Для него очень важно эффективно использовать время, и поэтому он предпочитает другой подход. Либо сразу выбирать из множества имеющихся вариантов, либо, используя свои управленческие компетенции, собрать экспертов, организовать генерацию и выбрать лучшую идею или решение. В таком случае он выступает модератором процесса генерации идей.

Второе. Предприниматель в кратчайшие сроки может реализовать выбранную идею. Его в высокой степени выраженная предприимчивость позволяет найти необходимые человеческие и материальные ресурсы для реализации идеи. В случае с предпринимательством – реализовать бизнес-идею быстро и с минимальными расходами запустить производство товаров и услуг.

Еще раз хочу отметить, что предприниматель в чистом виде не изобретает новое, а развивает, интегрирует, комбинирует уже придуманное, изобретенное. Он создает бизнес, которым не управляет, а только владеет, так как управляет бизнесом менеджер, о котором мы еще поговорим. Причем владеет только бизнесом, а средства производства, к которым относятся здания, оборудование, транспорт, как правило, арендует.

Укрупненно предпринимателей можно делить на категории по умению выстраивать глубину менеджмента. В моем представлении таких групп две.

Первая категория – это представители микробизнеса, те, кого в старину называли ремесленниками или кустарями. Это самая большая по численности категория предпринимателей. Согласно последним данным, в России таковыми являются 97% от общего числа предпринимателей.

Активные, сильные и работоспособные, они – ключевые фигуры на своих производствах. В их бизнесе всё движется вперед

только благодаря их непосредственному участию. Без них работа идет плохо и очень часто останавливается. Хотя многие кустари имеют в наличии небольшое количество помощников, только они сами знают, что нужно производить и как реализовывать.

Как правило, у них слабые представления о технологии управления предприятием и малочисленные рабочие коллективы. Низкая производительность труда вследствие плохой организации не позволяет набирать много сотрудников. А теми, кого набирают, редко остаются довольны, полагая, что низкая эффективность труда связана только с нерадивостью наемных сотрудников. Поэтому предпринимателей-ремесленников легко можно узнать по частым жалобам в стиле: «Когда я на месте, всё в порядке! Но стоит куда-то уехать, все разбредаются и всё стоит!..» Такой режим «ручного управления» – главное отличие их микробизнеса от малых, средних и крупных предприятий.

Вторая категория – создатели предприятий с несколькими уровнями менеджмента, представляющими собой механизм, в котором все связи отлажены так хорошо, что всё работает само, даже когда предприниматель временно не принимает участия в управлении. Собственно, главное, что отличает такого предпринимателя от его товарища из первой категории, – способность построить эту систему.

Еще одно важное качество предпринимателя – стремление изменять всё. Куда бы он не приходил, на чем бы не остановил свой взгляд – здание или деятельность, мероприятие или люди, – всё вызывает желание совершенствовать, сделать более комфортным, удобным и эффективным.

Его отличает стремление внедрять инновации, способность всегда чувствовать тренд, быть готовым к изменениям и уметь управлять ими.

Предприниматель не склонен соблюдать установленные нормы и правила. Это происходит не потому, что он хочет нарушать,

а потому, что он хочет менять и совершенствовать. Он не разрушает, он предлагает новую, более актуальную форму, которая естественным образом заменяет старую. Он всегда стремится улучшать и социально ориентирован. Стремление решать общественные задачи через решение задач общества выгодно отличает его от других деловых людей.

Три главных качества предпринимателя:

1. Способность выбирать лучшую идею.
2. Лучше и быстрее других реализовать выбранную идею.
3. Постоянное стремление улучшать всё вокруг.

Менеджер

Менеджер не генерирует идеи для бизнеса, не создает и не развивает бизнес, он обслуживает созданное предприятие, реализованный проект. Его приглашают на предприятие руководить созданным отделом или всем предприятием. Он прекрасно поддерживает созданные управленческие и производственные процессы.

Менеджер – это управленец, хорошо, продуктивно и четко работающий по инструкции. Но шаг влево, шаг вправо для него – практически невыполнимая задача: человек системы, он всегда ждет, что ему поставят цель, обозначат вектор движения. Он детально знакомится с предстоящей работой, бизнес-процессами и знает, КАК надо делать, но вот о том, ЧТО надо делать, ему должен сказать кто-то вышестоящий (в отличие от предпринимателя, который знает, ЧТО и КАК).

Пожалуй, одним из лучших качеств менеджера можно назвать органическое принятие рутинных работ. Его совсем не тяготят однообразные процессы, которые он выполняет изо дня в день. Более того, в таких условиях он максимально эффективно выполняет возложенные на него обязанности.

Менеджер отлично управляется с готовыми процессами, но не стоит ждать от него генерации идей. Более того, ситуацию, когда от менеджера требуют креатива, можно описать притчей «Яблоня, яблоня, где твои груши?».

Идеи генерируют креативщики: у них под этот процесс заточено мышление. А управляющий-креативщик похож на слесаря Полесова из «12 стульев» (в экранизации повести его великолепно сыграл Савелий Крамаров), который во всё совал свой нос и давал всем ненужные советы.

Если же на вашем предприятии обнаружился менеджер, способный не только качественно «креативить», но и воплощать свои идеи, стоит задуматься, почему он всё еще работает у вас и не открыл собственное дело.

Владелец бизнеса

Говоря о владельцах бизнеса, большинство людей представляют себе богатого человека, создавшего свой бизнес с нуля и управляющего им. В нашем случае всё далеко не так. Напоминаю еще раз – мы с вами обсуждаем не вид деятельности, а типы личности деловых людей.

Как отмечалось выше, «генерят» идеи креативщики. Отбирают лучшую идею и реализовывают предприниматели. Что касается владения, то предприниматель, как правило, является только собственником предприятия, а средства производства, за редким исключением, арендует. Владелец, в отличие от предпринимателя, владеет и бизнесом, и средствами производства и, как правило, сами не управляют ввиду отсутствия таких талантов. В чем же их талант, спросите? А в том, что они с легкостью могут поглощать. Умеют объективно оценивать, недорого покупать и выгодно продавать готовый бизнес.

Эта категория деловых людей отличается в поведении и направленности личности.

Им чужда сентиментальность. Наверняка слышали фразу «Ничего личного, только бизнес». Эта фраза точно отражает психологию владельца. Их интересуют только деньги, а вернее прибыль. Они никогда не открывали бизнес с нуля и поэтому не представляют, в каких муках рождается предприятие и какую эмоциональную ценность они имеют для создателя.

Очень четко показан портрет владельца в фильме режиссера Гарри Маршалла «Красотка». По сюжету герой фильма Эдвард с легкостью скупает ослабевшие предприятия, не считаясь с чувствами создателей, затем дробит и перепродает по частям с существенной выгодой. Он понимает, что разрушает дело, которому они посвятили многие годы, и его совсем не мучает совесть, потому что все его мысли направлены на извлечение максимальной выгоды.

Всё это не говорит, что он плохой человек. Владелец может быть хорошим отцом и добрым соседом. Речь идет о его отношении к зарабатыванию денег. Его совсем не интересует, что о нем говорят. Его интересы всегда выше интересов общества. Благодаря этому качеству владельцы компании быстро растут и добиваются сверхприбыли.

Главное отличие владельца – это не стремление создать собственный бизнес, а стремление владеть бизнесом, имуществом и средствами производства.

Уважаемый читатель, все перечисленные типы представлены в таблице 1, что называется, в чистом виде. Но как уже отмечено выше, на самом деле в каждом человеке сочетаются все типы. Очень сложно найти людей, у которых напрочь отсутствует какой-либо тип. Весь вопрос в выраженности этих типов в личности предпринимателя. Две крайние формы, когда все типы в одном человеке выражены очень слабо, и случаи, когда в одном человеке ярко выражены и идеально сочетаются все типы. В первом случае мы имеем дело с человеком, которого постоянно нужно направлять

Таблица 1. Типы личности предпринимателей по Э.З. Омарову

Table 1. Entrepreneurs' personality types by E. Omarov

Креативщик <i>Creative</i>	Предприниматель <i>Entrepreneur</i>	Менеджер <i>Manager</i>	Владелец <i>Owner</i>
Главное качество – всегда и везде «генерит» идеи для бизнеса и развития. Не способен реализовать даже собственные идеи	Главные качества – постоянный поиск лучших идей, новаторство и реализация идеи! Создал бизнес, которым владеет (полностью или частично) и управляет (обязательно!). Формирует новые процессы (выстраивает уровни менеджмента). Знает, ЧТО и КАК надо делать	Главное качество – управление готовыми процессами. Не создавал бизнес, не владеет им, не контролирует работу предприятия на всех этапах. Знает, КАК надо делать. Не умеет и не должен генерировать идеи!	Главное качество – стремление владеть и бизнесом, и средствами производства. Не новатор! Обслуживает готовые процессы, не изобретает новые

и контролировать. Во втором случае человек сам «генерит» идеи для бизнеса, сам успешно реализовывает, управляет и владеет своим бизнесом. Такие личности всегда заметны, находятся в центре внимания, и создается впечатление, будто весь мир вертится вокруг них. Такие случаи есть, но их, к сожалению, очень мало.

Одним из ярких примеров типа «владелец» можно считать Конрада Хилтона, создателя знаменитой сети отелей. Первый его предпринимательский стартап-проект оказался неудачным и закрылся через год. Второй же проект – покупку готового бизнеса, отель Mobeley – он смог развить благодаря своей креативности, предприимчивости и высоким менеджерским способностям. По сути, сеть отелей, названных его именем, стала для него единственным видом деятельности на всю жизнь.

Он всегда стремился сначала владеть, а затем развивать. В первую очередь был креативным владельцем, а затем предпринимателем и менеджером, потому что являлся владельцем собственности, управлял своими делами и модернизировал отрасль, в которой работал.

Герман Греф, президент и председатель правления Сбербанка России, в первую

очередь яркий менеджер, занимающийся развитием, то есть имеющий явные черты сильного предпринимателя и креативщика.

Джон Рокфеллер в первую очередь предприниматель, хотя потом он стал и владельцем, и менеджером. А вот его потомки, не создавшие ни одного бизнеса с нуля, а получившие его в наследство, при всей их предприимчивости в большинстве всё же в первую очередь либо владельцы, либо менеджеры.

В общем определить, кто перед вами – креативщик, предприниматель, менеджер или владелец, – можно в зависимости от того, какое качество развито сильнее, выражено ярче – генерирование идей, стремление реализовать, управлять готовым бизнесом или владеть основными средствами.

Об отличиях менеджера и предпринимателя писал и основатель корпорации Virgin Group, один из самых богатых людей Великобритании Ричард Брэнсон. Утверждая, что существует принципиальная разница между предпринимателем и менеджером и что часто эти люди – диаметрально противоположности друг друга, Брэнсон советует предпринимателям не пытаться играть две роли сразу: в истории бизнеса найдется немало примеров того, как талантливые

предприниматели пытались вести текущие дела в бизнесе и потерпели фиаско. Совмещение функций предпринимателя и менеджера возможно только в малом бизнесе – так считает эксцентричный британец. Но как только бизнес выходит за границы малого, задача предпринимателя – найти управленца, разделяющего его точку зрения и готового следовать указанным курсом, и передать ему управление. После чего предприниматель может отстраниться от оперативного управления и заняться только развитием, то есть модернизацией бизнес-процессов и созданием бизнеса в другой сфере.

Конечно, Брэнсон знает, о чем говорит: его Virgin Group включает в себя около 400 компаний различного профиля. Однако насчет «удалиться от дел» мое мнение категорически не совпадает с мнением Брэнсона. Да, предприниматель может минимизировать свое участие в собственном бизнесе, отдавая основное время общественной или научной деятельности. Но ему крайне важно хотя бы 15 минут в день уделять внимание своему бизнесу. Потому что суть предпринимателя – даже не управлять (постоянное управление – это внутренний запрос менеджера), а быть, что называется, «в теме», в процессе, чтобы постоянно модернизировать и преобразовывать свое дело.

Давайте подведем короткий итог совместного исследования. Чтобы легко понять, с кем мы имеем дело, необходимо обратить внимание на то, к чему стремится наш собеседник и о чем он чаще всего говорит.

Креативщик хочет всегда иметь возможность создавать (творить) новые решения, идеи и предложения.

Предприниматель стремится найти лучшие решения и реализовать их, улучшая всё, с чем сталкивается.

Менеджер ищет проект, которым он может управлять без напряжения.

Владелец стремится владеть всем, на чем останавливается его взгляд.

До начала научного исследования феномена «предприниматель» мне и в голову не приходило, что «человек дела» представляет собой такую неоднородную массу. Полагаю, что большинство людей думали так же.

Сегодня, вооружившись результатами научного труда, мы можем распознать типы личности по поведению и используемой лексике. Но самое главное – это то, что каждый из нас может идентифицировать самого себя.

Благодаря проделанной работе мне удалось идентифицировать и себя. Оказалось, что у меня очень хорошо развиты все четыре типа личностей, а ведущей компетенцией является предприниматель, а не креативность, как думалось раньше. То есть у меня способность выбирать лучшие решения, идеи, проекты и их запуск намного выше, чем остальные качества. Благодаря этому мне удалось успешно реализовать более 50 собственных бизнес-идей, помочь огромному количеству предпринимателей в выборе и реализации их бизнес-идей, активно и эффективно заниматься общественной, политической и научной деятельностью.

Точное знание уровня выраженности своих качеств дает мне возможность совершенствовать мои профессиональные компетенции, брать на себя те нагрузки, которые могу реализовать быстро и стать более эффективным. Уверен, знание основных своих компетенций и концентрация внимания на них может помочь каждому, кто желает постоянно совершенствоваться.

Уважаемые читатели, внимательно прочитайте эту статью и проанализируйте свои деловые качества, чтобы понять, какие грани вашей личности нуждаются в «прокачке» в первую очередь. Быть может, именно этого анализа вам не хватало для того, чтобы активно развиваться, развивать свой бизнес и максимально реализовать свой потенциал.

Многие говорят, что с годами интерес к работе ослабевает и меняются приоритеты. Не могу согласиться или опровергнуть потому, что не исследовал. Что касается меня, не представляю себе, что когда-нибудь смогу полностью отойти от дел. Более 30 лет предпринимательской деятельности в последние 20 лет сопровождаются активной общественной, политической и научной работой. Развитие молодежного предпринимательства и предпринимательского образования занимает значительное

время моего трудового дня. Объем нагрузки становится всё больше и больше. Возможно, с годами мне захочется заниматься еще какой-либо деятельностью, но совсем не заниматься предпринимательской деятельностью будет выше моих сил. Всё потому, что мой выбор – быть предпринимателем. **А предприниматель – это не тот, кто ищет возможность не работать, а тот, кто с высокой долей креативности всегда ищет новые решения, идеи и стремится их реализовать.**

Сведения об авторе

Омаров Эдуард Закирович, ORCID 0000-0003-3425-380X, канд. психол. наук, профессор, директор Международной школы предпринимательства, Тюменский государственный университет, Тюмень; первый вице-президент, Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»; руководитель Рабочей группы по развитию молодежного предпринимательства, Министерство науки и высшего образования РФ, Москва, Россия, om-t72@inbox.ru

Статья поступила 10.05.2024, рассмотрена 24.05.2024, принята 07.06.2024

About the author

Eduard Z. Omarov, ORCID 0000-0003-3425-380X, Cand. Sci. (Psych.), Professor, Director of International School of Entrepreneurship, Tyumen State University, Tyumen; First Vice-President, Russian Non-governmental Association of Small and Medium Business "OPORA RUSSIA"; Head of Working Group on the Youth Entrepreneurship Development, Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Moscow, Russia, om-t72@inbox.ru

Received 10.05.2024, reviewed 24.05.2024, accepted 07.06.2024