Publishing House "ANALITIKA RODIS" (analitikarodis@yandex.ru) http://publishing-vak.ru/

УДК 338.1

Теоретические аспекты предпринимательского селф-менеджмента в контексте современных реалий

Колтун Станислав Сергеевич

Аспирант,
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
125315, Российская Федерация, Москва, Ленинградский пр-т, 80 Е;
e-mail: sskoltu1@gmail.com

Аннотация

Автором статьи изучены психологические и управленческие подходы к предпринимательскому селф-менеджменту, а также подходы профильных специалистов к данной теме. Выявлено, что селф-менеджмент в предпринимательской среде представляет обширную теоретическую базу, так как научное сообщество стремится раскрыть предпринимательский селф-менеджмент не только в аспекте основных компонентов, но также с учетом реалий бизнеса. Автором разработана Модель механизма предпринимательского селф-менеджмента, который является актуальным путем для представителей бизнеса вне зависимости от сегмента и вида экономической деятельности. При разработке Модели автором был сформулирован вывод о том, что представители российского бизнеса при достижении способности управлять предпринимательскими рисками склонны повторять компоненты пройденного пути для усиления селф-менеджмента и укрепления личной эффективности в бизнес-среде.

Для цитирования в научных исследованиях

Колтун С.С. Теоретические аспекты предпринимательского селф-менеджмента в контексте современных реалий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 3А. С. 655-662.

Ключевые слова

Селф-менеджмент, предприниматель, модель, бизнес-среда, экономическая эффективность.

Введение

Начиная с середины 1990-х годов в бизнес-среде Российской Федерации развивалась тенденция культивирования личности лидера как главного источника мотивации сотрудников компании. В наибольшей степени подобная тенденция наблюдалась в сфере сетевого маркетинга, так как данный сегмент отличается структурой, при которой цельность каждой ячейки зависит от авторитета и индивидуальных характеристик личности. Впоследствии аналогичные корпоративные отношения, построенные на селф-менеджменте, стали распространяться среди классических компаний вне зависимости от вида экономической деятельности.

Отличительной особенностью реализуемых в классических компаниях принципов селф-менеджмента является адаптация личных установок со стратегическими показателями и ожиданиями команды. В середине 2000-х годов мотивирующий компонент его стал основой для последователей информационного бизнеса, которые добавили абстрактный контекст ожидаемых целей, при этом количественные показатели в обозначенных случаях не выступают ключевым ориентиром. Исходя из общих тенденций развития селф-менеджмента в российских реалиях, необходимо отметить некоторую разновидность его среди различных участников коммерческой деятельности. Однако остается неясным, реализуются ли подходы к селф-менеджменту российскими участниками коммерческих отношений в соответствии с единым механизмом, или же они различаются в зависимости от сегмента бизнес-деятельности.

Материалы и методы исследования

В целях изучения специфики реализуемого механизма селф-менеджмента участниками бизнес-среды в Российской Федерации, настоящее исследование базируется на существующих теоретических подходах к характеристике его как направления бизнес-деятельности. Материалами исследования выступают теоретическая база, в том числе результаты интеллектуальной деятельности по данной тематике, размещенной или находящейся в открытом доступе.

Методами настоящего исследования являются: дедукция, при помощи которой предполагается изучить общие теоретические тенденции и выявить предпосылки к решению поставленной научной проблемы, связанной с механизмами селф-менеджмента; синтез выявленных тенденций для формирования обобщенных теоретических подходов к селф-менеджменту в условиях российских реалий; моделирование механизма реализации селф-менеджмента российскими участниками коммерческой деятельности.

Результаты исследования и их обсуждение

Предпосылки к селф-менеджменту в разное время изучались специалистами из дифференциальных отраслей науки. Ранее в научном сообществе селф-менеджмент рассматривался преимущественно с точки зрения лидерства. Впоследствии различными учеными исследовался феномен харизматической личности, в частности, немецкий социальный психолог Э.Фромм анализировал компоненты селф-менеджмента, исходя из проявляемой личностью осознанности и элементов бодрствования. Э.Фромм предполагал, что для участия в

жизненных событиях и в собственной судьбе личность должна занимать активную позицию с учетом осознанного восприятия окружающей реальности [Андреев, 2023, с. 220].

Австрийский психолог З.Фрейд рассматривал элементы селф-менеджмента в аспекте намерения человека. При этом скрытое намерение является более действительной сущностью данного человека нежели его осознанное поведение в обществе. Таким образом, для характеристики селф-менеджмента теория З.Фрейда полезна тем, что личные установки в бизнесе характеризуются внутренним стремлением человека к бизнес-преобразованиям, не осуществить которые обозначенная личность не может [Дюро, 2023, с. 332].

Другой австрийский психолог В.Франкл уделял особое внимание в своих научных трудах важности наличия смысла в действиях человека. Адаптируя вклад В.Франкла, необходимо добавить, что присутствие смысла в сознании личности, реализующей элементы селф-менеджмента, ускоряет соответствующие стремления и действия и способствует проведению качественной мотивационной работы среди персонала компании [Канарейко, 2023, с. 112].

Мысль В.Франкла в некоторой иной форме была высказана предпринимателем Г.Фордом, для которого роль энтузиазма состояла в актуализации любого процесса. Рассматриваемый бизнесмен считал, что энтузиазм способен обеспечить половину ожидаемых результатов вне зависимости от того, насколько трудоемким окажется путь лидера и компании к успеху [Мулюкова, Рахматуллин, Кузяшев, 2020, с. 181]. Другой предприниматель Дж.Уэлч считал, что для личности и для компании свойственны идентичные природные циклы [Канарейко, 2021, с. 114]. Таким образом, реализуя селф-менеджмент, личность должна учитывать, что на пути к успеху ее ожидают этапы интенсивного и медленного роста. В некоторых случаях способность стабилизировать командный дух компании на фоне колебаний в отрасли является признаком победы ее лидера.

В японской философии бизнеса культивируется мысль о том, что лидер должен подчиняться своей команде, так как статус лидера отличается от статуса руководителя большей идейностью и степени ответственности за конечные результаты. К примеру, предприниматель А.Морита был убежден в том, что в случае преодоления компанией сложностей заработная плата прежде всего снижается среди управляющих и лишь затем – среди других работников. Ценность японского подхода к селф-менеджменту состоит в обязательности формирования в лидере чувства готовности разделить с подчиненными одну судьбу [Самарин, Курбатова, Медведева, 2023, с. 254].

В российских реалиях подобная философия реализуется либо в единичных случаях, либо частично ввиду того, что во многих российских компаниях личность руководителя может культивироваться на основе определенной субординации. Подход А.Морита привел возглавляемую им компанию Sony к стабильным лидирующим позициям на протяжении длительного времени ввиду того, что корпоративные отношения в результате принятия руководством важности подчиненных сформировали здоровых дух в коллективе. В некотором смысле подход А.Морита дополняется мыслью китайского предпринимателя Джек Ма, который считает для лидера необходимым умением обладание выдержкой, которая может оказаться полезной в случае целесообразности преодоления более сложных обстоятельств, нежели испытания для подчиненных [Широкова, Шаурина, 2021, с. 352].

Приведенные теоретические аспекты в отношении селф-менеджмента образуют отдельный подход, сущность которого состоит в необходимости со стороны предпринимателя прилагать

определенные усилия для личностного становления. В российской науке изучение предпринимательского селф-менеджмента базируется на качествах, которые полезны для предпринимателя при формировании персональной конкурентоспособности. К примеру, в труде Ю.Б. Рубина указывается, что предпринимательский селф-менеджмент основывается на создании благоприятных условий, способствующих владельцу бизнеса предпринимать соответствующие меры и разрабатывать результативные управленческие решения [Рубин, 2017, с. 112].

В другой научной работе рассматриваемого автора акцентируется внимание на том, что селф-менеджмент позволяет предпринимателю одновременно действовать в личных интересах и интересах бизнеса. При этом реализация подхода предпринимательского селф-менеджмента обеспечивается за счет регулярного проведения аудита, как в отношении конкурентной среды, так и в отношении личностного становления для управления обозначенной средой [Рубин, 2014, с. 82].

В работе Н.Р. Миндубаевой уделяется внимание такому компоненту селф-менеджмента как тайм-менеджмент ввиду того, что бизнес-деятельность отличается факторами риска, с которыми предприниматель может справиться преимущественно за счет умения управлять временем [Миндубаева, 2021, с. 181]. Однако возможности предпринимателя в некоторых случаях могут ограничиваться особенностями психологических установок, что провоцирует научное сообщество рассматривать селф-менеджмент для такой категории представителей общества в контексте прокрастинации. Рассматриваемый автор выявил, что эффект прокрастинации зачастую связан с волевой сферой личности [Слободянюк, Чабаненко, 2022, с. 124]. Таким образом, чем сильнее человек в психологическом смысле, тем более он подвержен состоянию прокрастинации. Однако для эффективного предпринимателя, реализующего селф-менеджмент, период изучаемого явления относится к временным состояниям по причине наличия у него достаточных волевых качеств для преодоления эмоционального и психологического спада.

Способность преодоления продолжительных трудностей относится в предпринимательском селф-менеджменте к навыкам управления карьерой, в частности, коллектив авторов, среди которых Т.Л. Худякова, Р.Р. Гасанова и другие, считают, что навык управления карьерой в исследуемом случае должен развиваться с учетом соблюдения принципа индивидуализации [Худякова, гасанова, Степанова, Токарь, 2022, с. 51]. Соответственно, непосредственно предприниматель выступает в качестве конечного продукта для самого себя и прилагает усилия по повышению необходимой компетенции, а также закреплению предпринимательских ценностей в контексте ожидаемых корпоративных целей.

В сущности, рассматриваемый коллектив авторов подразумевает, что реализация селф-менеджмента осуществляется при условии взаимосвязи карьеры предпринимателя с текущими результатами компании. При этом карьера предпринимателя и результаты компании не относятся к единому процессу, так как предприниматель совершенствуется с ориентацией на результаты, а не ассоциирует себя в соответствии с постоянно меняющимися экономическими показателями.

Немаловажный вклад в компоненты понятийного аппарата селф-менеджмента прослеживается у И.Е. Лысковой, в труде которой различаются подходы к индивидуальному развитию предпринимателя и организации им самообразования. С точки зрения упомянутого

автора селф-менеджмент предпринимателя строится на четырех основных компонентах: самообразование, индивидуальное развитие, самосовершенствование и самореализация [Лыскова, 2020, с. 11].

Индивидуальное развитие отличается от самообразования тем, что предприниматель совершенствует в себе дополнительные умения и навыки, а также расширяет границы предпринимательского мышления. Самореализация относится к адаптации имеющихся знаний и опыта в непосредственной предпринимательской деятельности и извлечение из полученных результатов дополнительных персональных знаний, укрепляющих предпринимателя как представителя бизнеса. Самосовершенствование, с одной стороны, объединяет все другие приведенные компоненты селф-менеджмента и в то же время, с другой стороны, предусматривает развитие предпринимательской харизмы, позволяющей преодолеть различные трудности и принять большее число результативных управленческих решений.

Обозначенные теоретические аспекты позволяют разработать модель механизма селф-менеджмента, реализуемого в российских реалиях, что представлено на Рис.1.

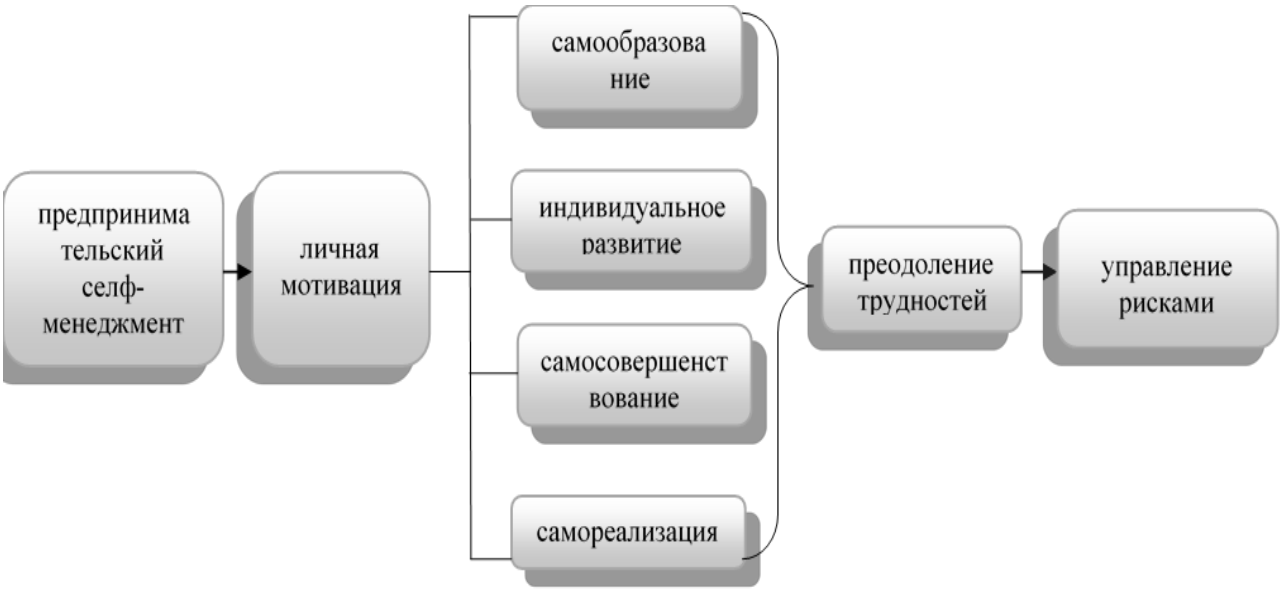

Рисунок 1 – Модель механизма реализации предпринимательского селф-менеджмент в российских реалиях

Представленная на Рис.1 Модель показывает, что для российских предпринимателей изначально характерно обретение смысла для занятия предпринимательской деятельностью, примером может выступить стартап как одно из наиболее распространенных явлений в бизнес-среде, так как именно стартап образуется по инициативе лидера команды, являющегося зачастую генератором идей. На втором этапе среди российских предпринимателей наблюдается стремление получить специализированное образование, в том числе на различных тематических семинарах, организуемыми учреждениями по поддержке предпринимательства. Личные установки, рассматриваемые представители общества развивают при помощи отраслевой литературы, инициаторов предпринимательского интернет-пространства и других источников психологической и бизнес-информации.

Самореализация в российских реалиях возможна исключительно в процессе осуществления коммерческой деятельности и получения экономических показателей. Самосовершенствование отражается на степени реализации предпринимательской инициативы и предпринимательского творчества. Совокупность компонентов, начиная с индивидуальной мотивации и завершая самосовершенствованием, трансформируется в ресурсы селф-менеджмента и применяются в затруднительных случаях. Полученный опыт на фоне совокупности компонентов позволяет предпринимателю в дальнейшем эффективно управлять рисками различной степени.

Заключение

Теоретические аспекты предпринимательского селф-менеджмента состоят в том, что обозначенный процесс характерен для личности с определенными внутренними установками и намерением. Последующие действия, которые предприниматель осуществляет в коммерческой деятельности, во многом вызваны качеством реализуемого селф-менеджмента. Многие исследователи подходят к селф-менеджменту дифференциально. Однако едины в том, что компоненты селф-менеджмента должны отвечать конкурентоспособности предпринимателя.

В науке наблюдаются различные попытки к выявлению структуры селф-менеджмента, которые в целом достаточно результативны. В российских реалиях селф-менеджмент реализуется на основе структуры приведенной в настоящей Модели, отличительной особенностью которой является стремление предпринимателем осуществить повторные действия в рамках селф-менеджмента в соответствии с этапами разработанной Модели. Таким образом, находясь на этапе способности управлять рисками, предприниматель обретает новый смысл для продолжения развития коммерческой деятельности и совершенствование собственной личности в соответствии с корпоративными целями.

Библиография

1. Андреев К.А. Здоровая психика глазами Эриха Фромма // Наука, инновации, образование: актуальные вопросы XXI века. 2023. № 8. С. 220-223.
2. Дюро И.Н. Фрейд и философия сознания: понимание человеческой психики // Научное и техническое творчество молодежи. 2023. № 12. С. 331-334.
3. Канарейко Д.А. Влияние как инструмент менеджмента // Modern Science. 2021. № 4-1. С. 110-114.
4. Лыскова И.Е. Н.И. Кареев и И.И. Янжул о сущности персонального менеджмента // The Scientific Heritage. 2020. № 47-7. С. 9-13.
5. Миндубаева Н.Р. Тайм-менеджмент, как инструмент повышения эффективности использования человеческих ресурсов предприятия // Экономика и социум. 2021. № 4-2 (83). С. 180-183.
6. Мулюкова И.М., Рахматуллин Ю.Я., Кузяшев А.Н. Генри Форд-человек, реализовавший свои научные подходы к менеджменту // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 3. С. 180-182.
7. Рубин Ю.Б. Менеджмент конкурентных действий // Современная конкуренция. 2014. № 5 (47). С. 77-116.
8. Рубин Ю.Б. Предпринимательский селф-менеджмент // Современная конкуренция. 2017. № 4 (64). С. 104-143.
9. Самарин А.В., Курбатова А.И., Медведева Е.С. Особенности менеджмента в крупных японских корпорациях //Актуальные вопросы публичного управления, экономики, права в условиях цифровизации. 2023. № 6. С. 254-256.
10. Слободянюк М.С., Чабаненко С.В. Феномен прокрастинации: теоретическое обоснование, анализ исследований и влияние на человека // Научные известия. 2022. № 26. С. 124-126.
11. Худякова Т.Л., Гасанова Р.Р., Степанова О.П., Токарь О.В. Технологии управления карьерным и профессиональным развитием руководителя организации // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2022. № 1 (23). С. 50-59.
12. Широкова В.А., Шаурина О.С. Бизнес-модель e-commerce: секреты успеха Alibaba Group //Современные методы, модели и технологии управления социально-экономическими системами. 2021. № 8. С. 352-362.

Theoretical aspects of entrepreneurial self-management in the context of modern realities

Stanislav S. Koltun

Postgraduate student,
Moscow Financial and Industrial University "Synergy",
125315, 80E, Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: sskoltu1@gmail.com

Abstract

The author of the article has studied psychological and managerial approaches to entrepreneurial self-management, as well as the approaches of specialized specialists to this topic. It is revealed that self-management in an entrepreneurial environment represents an extensive theoretical base, as the scientific community strives to reveal entrepreneurial self-management not only in terms of the main components, but also taking into account the realities of business. The author has developed a Model of the mechanism of entrepreneurial self-management, which is an actual way for business representatives, regardless of the segment and type of economic activity. When developing the Model, the author concluded that representatives of Russian business, when achieving the ability to manage entrepreneurial risks, tend to repeat the components of the path they have traveled to strengthen self-management and strengthen personal effectiveness in the business environment.

For citation

Koltun S.S. (2024) Teoreticheskie aspekty predprinimatel'skogo self-menedzhmenta v kontekste sovremennykh realii [Theoretical aspects of entrepreneurial self-management in the context of modern realities]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (3A), pp. 655-662.

Keywords

Self-management, entrepreneur, model, business environment, economic efficiency.

References

1. Andreev K.A. Healthy psyche through the eyes of Erich Fromm // Science, innovation, education: topical issues of the XXI century. 2023. No. 8. p. 220-223.
2. Duro I.N. Freud and the philosophy of consciousness: understanding the human psyche // Scientific and technical creativity of youth. 2023. No. 12. pp. 331-334.
3. Kanareiko D.A. Influence as a management tool // Modern Science. 2021. No. 4-1. pp. 110-114.
4. Lyskova I.E. N.I. Kareev and I.I. Yanzhul on the essence of personal management // The Scientific Heritage. 2020. No. 47-7. P. 9-13.
5. Mindubaeva N.R. Time management as a tool for improving the efficiency of using human resources of an enterprise // Economics and Society. 2021. No. 4-2 (83). pp. 180-183.
6. Mulyukova I.M., Rakhmatullin Yu.Ya., Kuzyashev A.N. Henry Ford-a man who realized his scientific approaches to management // Scientific electronic journal Meridian. 2020. No. 3. pp. 180-182.
7. Rubin Yu.B. Management of competitive actions // Modern competition. 2014. No. 5 (47). pp. 77-116.
8. Rubin Yu.B. Entrepreneurial self-management // Modern competition. 2017. No. 4 (64). pp. 104-143.
9. Samarin A.V., Kurbatova A.I., Medvedeva E.S. Features of management in large Japanese corporations //Topical issues of public administration, economics, and law in the context of digitalization. 2023. No. 6. pp. 254-256.
10. Slobodyanyuk M.S., Chabanenko S.V. The phenomenon of procrastination: theoretical justification, research analysis

and human impact // Scientific News. 2022. No. 26. pp. 124-126.
11. Khudyakova T.L., Gasanova R.R., Stepanova O.P., Tokar O.V. Technologies of management of career and professional development of the head of the organization // Bulletin of the Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences. 2022. No. 1 (23). pp. 50-59.
12. Shirokova V.A., Shaurina O.S. E-commerce business model: secrets of success of Alibaba Group //Modern methods, models and technologies for managing socio-economic systems. 2021. No. 8. pp. 352-362.