

людей; обеспечение эффективной занятости населения, повышения качества и конкурентоспособности рабочей силы и т.д.

*О.В. Рыжанкова, к.э.н.,  
Белорусский государственный  
аграрный технический университет (г. Минск)*

## **РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛИЧНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

Ни экономика, ни экономическая социология, и никакая другая наука не в состоянии создать универсальную теорию социально-экономического расслоения (что и впрямь невозможно, принимая во внимание различия формаций, культур, стабильных и трансформирующихся обществ). В этих условиях анализ социально-экономических неравенств способен стать универсальным методологическим инструментом, с которым можно прекрасно вписаться и в анализ сословных структур, и в классовый анализ, и в стратификационный, и в изучение интегрированных в систему мирового хозяйства экономических объединений, союзов и сообществ, равно как и не интегрированных в нее.

Представляется, что все перечисленное будет далеко не последним в понимании и объяснении тех социально-экономических процессов, которые обуславливают степень и уровень предпочтений в обществе и лежат в основе мотивационных характеристик деятельности личности современного предпринимателя.

Итак, из чего же складывается социально-экономический ресурс современного предпринимателя и совокупности граждан, образующих этот определенный слой? Попробуем обозначить эти составляющие, но не в ранговом порядке, а простым перечислением:

а) прежде всего – это «стартовый капитал» социально-экономического происхождения и первичной социализации. В такого рода интегральный показатель можно включить социальное происхождение, как служебно-профессиональный статус родителей, обучение в городской или сельской школе и пол;

б) возраст важен сам по себе, ибо в наших сегодняшних условиях он является естественным ресурсом личности;

в) просто состояние здоровья;

г) должное образование, квалификация, удостоверенные сертификатом. Все более становится понятным, что это – путевка для устройства на приличную работу (отсюда торговля дипломами на черном рынке). Лица с высшим образованием, как правило, имеют гораздо более высокий уровень притязаний;

д) активное владение иностранными языками как особый компонент общего образования и квалификации является сегодня дополнительным ресурсом и служебного статуса, и трансстрановой мобильности;

е) уровень материального благосостояния;

ж) проживание в мегаполисе или крупном городе, в отличие от «глубинки» и сельской местности. Совсем плохо – проживание в монопромышленном городе с «угасающим» градообразующим производством. В большом городе намного шире возможности приложения труда;

и) наличие обширной цепи межличностных взаимосвязей (знакомств), что подчас сегодня играет решающую роль, особенно знакомства с «нужными людьми»;

к) тендерная принадлежность. Она достоверно сказывается в бизнесе, например, в том, что женщины, занявшиеся бизнесом, как правило, не в состоянии удержаться в нем долго;

л) не исключено, что этнокультурная или, как мы говорим, национальная принадлежность может проявлять себя в качестве социального ресурса или антиресурса в зависимости от конкретных условий деятельности и региона, сферы активности. Это так называемый эмерджентный фактор (от английского *emergens* – возникновение, появление нового) социального неравенства, ибо он может возникнуть неожиданно, будучи со стороны теории непредсказуемым;

м) также не исключено, что и принадлежность к религиозной конфессии окажется «эмерджентным» ресурсом. Так, некоторые экономисты-практики уверяют, что православный консультант в области менеджмента пользуется большим авторитетом у «новых русских» (отчасти это, возможно, объясняется тем, что, будучи не вполне нравственными и отмаливая грехи в церкви, эти люди больше доверяют единоверцу).

Далее – целый комплекс индивидуально-личностных ресурсов субъекта, как-то:

н) высокая личная самооценка, неприятие позиции страдальца. К этому можно добавить и способность к саморефлексии, т.е. умению извлекать уроки из собственных ошибок;

п) готовность к риску;

р) способность к адаптации и, в частности, планирование своей жизни на значительный срок, уверенность в том, что субъект может контролировать собственную жизненную среду, обращенность в настоящее и будущее, а не в настоящее и прошлое.

При таком подходе мы получим два идеальных контрастных типа современного предпринимателя. Первый – выходец из «высокостатусной» семьи, молодой и вполне состоятельный в имущественном смысле, обладающий обширными связями с «нужными людьми», проживающий в крупном городе, достаточно образованный и владеющий иностранными языками (что удостоверено дипломом), скорее всего, принадлежащий к «титульной нации»

и конфессии, по всем названным выше обстоятельствам – с высокой личной самооценкой.

Типичный представитель второго типа – некий индивид, вовсе не располагающий жизненным капиталом, т.е. с истощенным социальным ресурсом, - деревенский пенсионер, отягощенный болезнями, со всеми вытекающими отсюда последствиями.

Названные два типа контрастны, т.е. это – крайности, между которыми вполне естественно обнаружить и выделить еще множество типизации с различными сочетаниями у обозначенных выше критериев и характеристик.

Можно ли эмпирически воспользоваться описанной методологией? Смею полагать, что да, и, прежде всего, концептуально, т.е. в разработке принципиальной схемы эмпирического анализа такого актуального явления, как нынешнее предпринимательство.

При этом следует принимать во внимание, что речь будет идти не о социально-экономических общностях – реальных субъектах действий, а именно о социально-ресурсных (по сути, слоевых) группах, общественная идентификация которых в некую солидарную общность – превращение в коллективного субъекта наших социально-экономических процессов в перспективе может состояться, но может и не кристаллизироваться, что существенно зависит от наличия публичных политиков, выражающих интерес данных ресурсных групп.

Итак, в заключение еще раз сформулируем центральную идею. Она состоит в том, что при сосуществовании и подчас противостоянии разных теорий социально-экономического расслоения, полезен методологический инструмент, нейтральный к каждой конкретной теории и позволяющий осмысливать эмпирические данные в рамках разных теорий социально-экономического неравенства. А по мере этого, возможно будет определить тот ресурсный потенциал, который составляет основу нынешнего слоя предпринимательства, качественно оценить его динамику, предвосхитить его новые формы и характеристики.

УДК 339.1

*А.П. Дурович, д.э.н., профессор,  
УО «Белорусский государственный  
экономический университет» (г. Минск)*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И РАЗВИТИЯ ПРИКЛАДНЫХ АСПЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ**

Управление маркетингом объективно требует соответствующего методологического и методического обеспечения. В то же время объективный и непредвзятый анализ современной экономической литературы, результаты опросов руководителей и специалистов предприятий, практический опыт