

**АКАДЕМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА
В ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ МЕТОДОЛОГИИ
ИНСТИТУТА ЮРИЯ МОРОЗА**

Посвящена нетрадиционным и инновационным подходам в подготовке предпринимателей в современной России. Авторы обращаются к мировому опыту в данной сфере, описывают требования, предъявляемые к процессу подготовки «предпринимательских кадров» для постиндустриальной рыночной экономики. В качестве примера инновационной образовательной методологии рассматривается структура, а также основные и некоторые оригинальные элементы системы, разработанной бизнес-тренером Юрием Леонидовичем Морозом.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, Институт Юрия Мороза, Россия, западная школа развития предпринимательских способностей, системно-деятельностный подход в обучении, бизнес-изобретение.

**A.R. Danielov
N.M. Shodorova**

**ACADEMIC THEORY OF ENTREPRENEURSHIP
AND RUSSIAN PRACTICES OF PEDAGOGIC METHODOLOGY
OF YURIY MOROZ INSTITUTE**

The article deals with non-traditional and innovative approaches in training entrepreneurs in the contemporary Russia. The authors study the world best practices in this field, and describe requirements for the process of training «specialists in entrepreneurship» for post-industrial market economy. The structure and some basic and original elements of the system worked out by Yuriy Leonidovich Moroz, a business trainer, are given as example of an innovative educational methodology.

Keywords: entrepreneurship, Yuriy Moroz Institute, Russia, western school of entrepreneurial skills development, systemic and pragmatic approach in training, business invention.

Последствия кризиса 2008 г. показали высокую степень зависимости устойчивости экономических систем от уровня развития предпринимательства.

Сильнейшая экономика Европы — германская, сегодня показывает беспрецедентный, на фоне своих соседей, экономический рост и устойчивость, которые основаны на развитой предпринимательской среде и системе подготовки кадров для предпринимательства. Сегодня Германия становится примером не только для своих европейских соседей, но и для США, которые активно перенимают ее опыт преодоления последствий кризиса. Американцы довольно быстро поняли, что секрет успеха Германии — это, во-первых, львиная доля малого и среднего бизнеса в экономике страны, а, во-вторых, принципиальное отличие системы работы малого бизнеса. Если американский малый бизнес зиждется в основном на фондовых операциях, то немецкие предприниматели — это

преимущественно представители семейного бизнеса с богатой историей и работающие в реальном секторе экономики [5].

Небольшие и малые компании играют весомую роль в экономике таких промышленно развитых стран, как США (где число таких фирм достигает 1 млн), Японии (7 млн), Великобритании (1 млн). Это объясняется их гибкостью и способностью быстро реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка. В России же число малых предприятий составляет всего 227,5 тыс. (данные Ассоциации российских банков на 1 января 2011 г.). Причем эксперты отмечают падение этого показателя на 3,6% в 2010 г. и продолжение падения в первом квартале 2011 г. [8].

Поэтому проблемы подготовки предпринимателей волнуют сегодня как академическую, так и бизнес-среду. Отчего же зависит качество подготовки успешного предпринимателя? Что мы понимаем под понятиями «успешный» и «предприниматель»?

Начнем с последнего. Традиционно под *предпринимателями* понимают граждан, осуществляющих самостоятельно, по собственной инициативе, на свой риск и под имущественную ответственность деятельность, направленную на получение прибыли в установленном законом порядке [1; 3].

Ряд американских экономистов рассматривают предпринимателя как креативного разрушителя, одновременно создающего новые продукты и модели бизнеса (Йозеф Шумпетер, Уильям Баумоль и др.) [6].

Принципиально важную на наш взгляд характеристику предпринимательства выделили представители австрийской школы экономистов (Людвиг фон Мизес, Фридрих Август фон Хайек), которые в качестве цели предпринимательской деятельности обозначили оптимизацию (экономии времени за счет снижения издержек).

Термин «предприниматель» может мыслиться шире, чем человек, имеющий свое дело. Речь также может идти и о наемных работниках, если конечная цель их деятельности заключается в повышении эффективности дела, победы в конкурентной борьбе на рынке и продаже произведенного продукта. В данном случае на рынок предлагается свой труд и свое время, (ведь они — это тот же товар, который нужно уметь продать). Эту максиму обосновал еще Адам Смит в своей знаменитой монографии «Богатство народов», известной каждому экономисту.

Какими же компетенциями должен обладать предприниматель — разрушитель спокойствия, разрушитель традиционных моделей, креатор и инноватор по своей сути?

Практика показывает, что в основе предпринимательства стоит способность человека осуществлять поиск наиболее эффективных способов деятельности — эффективных, с точки зрения расходования основного ресурса, данного нам природой — времени. Но можно ли научить таким компетенциям? Или этого своего рода «средства самореализации», «настрой души», «романтизм», присущий лишь небольшой части населения? [2]

Тема поддержки развития предпринимательства становится все более популярной в России. И сфере образования здесь отводится ключевая роль. По осторожным подсчетам, в США, к примеру, функционирует порядка 12,5 тыс. сертифицированных школ (курсов) развития предпринимательских способностей по всей стране.

Американская система воспитания предпринимательской активности предполагает раскрепощение при анализе ситуации со стороны обучающе-

гося (воспитуемого), предполагает необходимость осмысленного подхода к процессу самовоспитания через методики, предоставляемые учителем. Немало сходных школ и в России, хотя и значительно меньше.

Среди российских школ особый интерес вызывает ИЮМ (Институт Юрия Мороза), объединяющий в своей методике подготовки студентов и предпринимательский, и личностный тренинг. В данной школе прослеживается принципиально иная парадигма. Ее условно можно назвать «деятельностной». Здесь делается упор не на обдумывание выполняемых заданий до непосредственного перехода к ним, а на понимание через практику.

Как и в западных школах воспитания качеств предпринимателя, система, разработанная Ю.Л. Морозом, учит эффективному трудоустройству, т.е. тому, как правильно поставить себя с самого же начала в общении с работодателем и продать максимально удачно (в том числе и дорого) свой труд, время и способности.

Проблема эффективного трудоустройства перестает быть проблемой для выполнивших первые задания студентов ИЮМ (хотя они несложны и для человека, закончившего всего лишь среднюю школу). Уже в процессе выполнения начальных упражнений собственники начинают приглашать многих студентов ИЮМ на работу и предлагать возглавить вновь открывающиеся проекты. Причина такого успеха — искренний интерес студентов ИЮМ к предпринимательской деятельности, что не может не импонировать работодателю.

Однако кризис заставил молодежь во всем мире по-иному взглянуть на традиционные пути карьерного роста. С одной стороны, он создал сложности для тех, кто видит себя исключительно наемным работником, а с другой, — открыл новые возможности для поиска новых путей самореализации.

После экономического кризиса 2008 г. перспективы трудоустройства после окончания обучения весьма печальны. Поэтому все больше молодых людей делают выбор в пользу открытия своего дела. Отправиться учиться в университет и ввести свою семью в существенные расходы без гарантированного трудоустройства (а значит окупаемости произведенных затрат) становится менее привлекательным, чем встать на путь предпринимательства. Успех таких компаний как Wal-Mart, Google, Apple, Facebook, Twitter демонстрирует совершенно сумасшедшие возможности для амбициозных ребят, готовых взять на себя смелость и риск пойти своим путем. Так, данные, опубликованные в мае 2011 г. правительством Великобритании, показывают, что за последние 6 лет от 20 до 46% выпускников вузов страны выбирают вариант самозанятости [9].

Известнейший идеолог предпринимательства, американский экономист Лестер Туроу, на примере своей страны, приходит к выводу о тотальной недостаточности подготовки бизнес-акторов и отсутствии знаний о своих «скрытых» ресурсах у большинства предпринимателей. Он утверждает, что «...около 20% из них...» психологически неграмотны [7]. И это, повторим, имеет место в США.

Ключевым моментом в западной теории воспитания предпринимательских свойств, (и это вполне характерно для методики ИЮМ), можно назвать выявление у обучающихся (студентов) мотивов к действию, либо к осознанию необходимости действия. Иными словами, методики, применяемые в ИЮМ, «вытаскивают» из каждого студента, из глубин его ленного (или несформированного) ego те действительные мотиваторы, те

стимулирующие побудительные импульсы, которые и заставляют человека в корне менять свое отношение к традиционному характеру труда (и, в целом, времяпровождению), пересматривать сам процесс трудовой деятельности, избавляться от непродуктивных действий и наивных полудетских надежд на то, что все может устроиться само собой.

В западной практике воспитания предпринимательской активности это обозначается термином «принудительный старт». Студенты ИЮМ называют это прямее: «волшебный пинок». Сам Ю.Л. Мороз обращает внимание студентов, что намного лучше опираться не на «волшебный пинок», а на «волшебный прием». Прием, повторенный (отрепетированный) 10 тыс. раз, становится по своему эффекту и тому, какое впечатление он производит на наблюдателей, в известной степени «волшебным».

Ю.Л. Мороз постоянно проводит параллели между обучением бизнесу и суровой самурайской школой боевых искусств. Преодоление своих слабостей — это тема, которая снова и снова рассматривается с разных сторон. Для психологической поддержки студентов, для оказания помощи в преодолении своей слабости и неуверенности им предлагаются примеры из практики других студентов и множество разного рода «технологических хитростей». Их в Институте Юрия Мороза называют «рацпредложениями». Они могут быть использованы и в переговорах, и в повышении производительности, и в работе над собой. На момент написания статьи, общее количество рацпредложений, доступных студентам, (не сразу, но по мере перехода от ступени к ступени), достигло 150 тыс. Они охватывают, без преувеличения, абсолютно все стороны бизнеса, но есть и рацпредложения по организации быта, по воспитанию детей, по решению проблем и трудностей в любой сфере жизни.

Главное, что актуально даже для трудолюбивых студентов, — изменить представление о самом процессе деятельности, отойти от привычных форм организации труда. Как и авторитеты западной, чаще всего, англо-американской школы, Ю.Л. Мороз развенчивает укоренившийся постулат — «...чтобы больше зарабатывать, нужно больше работать». «Не больше», подчеркнем, «...а иначе, умнее, производительнее». Нужно принципиально иначе работать. Как именно иначе — демонстрируют уже упомянутые рацпредложения. Основатель ИЮМ здесь добавляет очередной мотив для интеллектуальной активности: чтобы пользоваться богатой базой имеющихся рацпредложений, студент обязательно должен и сам вносить рацпредложения в Базу.

Наблюдая за окружающей действительностью, он должен выявлять эти «маленькие хитрости», которые помогают достигать результат проще, быстрее, менее затратно. Постоянная тренировка такого специфического взгляда на окружающую действительность формирует у студентов «профессиональную» наблюдательность. Они видят то, чего не замечают другие.

Десятки, сотни и тысячи внедренных в собственную деятельность рацпредложений радикально повышают производительность, снижают себестоимость и, незаметно для самого студента, делают его более конкурентоспособным. Исполнитель студент ИЮМ шаг за шагом капитализирует свою личность, оснащает себя необходимыми навыками, ликвидными знаниями и умениями.

Более того, студент регулярно получает такого рода задания и должен отчитаться как за определенный период, так и за то, как он смог рационализировать свою деятельность, — т.е. не написание рефератов

на заданную тему, а внедрение собственных изобретений в свою деятельность. Лишь подобный подход идет в зачет в Институте Юрия Мороза.

Как и в современной западноевропейской традиции, идеология ИЮМ апеллирует к тем, кто, образно говоря, «...хочет, активно хочет, но у кого не получается, пока не получается». Или, может быть, и получается, но хотелось бы большего.

Более 20 лет назад эту проблематику начал исследовать Джеймс Бандровски, чья школа располагается в Уоллнат Крик, недалеко от Лос-Анджелеса. В настоящее время Д. Бандровски — известный американский теоретик побудительных мотивов в предпринимательстве и более чем успешный независимый консультант-тренер в воспитании производственных и морально-этических качеств делового человека.

Исследователь делает вывод: «В основе бизнеса лежат две вещи: идеи плюс действие. Думать и делать. Иметь мечту и добиваться ее осуществления. Вам необходимо не только сформулировать идею, которая принесет преимущество в конкурентной борьбе, но и иметь способную, преданную делу организацию, чтобы претворить идею в жизнь. Соблюдение двух указанных моментов приносит огромный успех. В противном случае, когда не соблюдается один из этих принципов, может наступить финансовый крах. Одно творческого воображения недостаточно. Но оно — главное» [4, р. 3].

Ю.Л. Мороз идет дальше. Заглянув в Яндекс, можно найти десятки, и даже сотни тысяч идей бизнеса. Что же мешает их реализовать? Только одно: отсутствие понимания, что «...идея без дела мертва есть».

Поэтому основатель ИЮМ отвергает тезис, согласно которому для начала бизнеса нужна идея — некая супер-оригинальная собственная идея, мегаидея, мощная идея. «Посмотрите вокруг, — говорит Ю.Л. Мороз, — вы увидите как в давно известных видах деятельности (юридической ли, туристской ли, торговой) одни предприниматели бурно растут, другие в это же время на этом же рынке разоряются». В чем заключается проблема?

«В организации дела, — утверждает он, — а не в идее. Одни бизнесы более рациональны. В них, как изюма в булке, больше рациональных предложений, в других меньше. В одних бизнесах создатели постоянно занимаются совершенствованием процессов, в других заняты текучкой и им некогда поднять голову, чтобы критически посмотреть на то, как все организовано».

Методика Ю.Л. Мороза, как и его коллег из стран Запада, охватывает все морально-психологические сферы совершенствования человека, помогает студенту правильно общаться со всеми и везде.

Сходные методики учат студентов всех возрастов культуре коммуникации — главному, что необходимо любому человеку, живущему в обществе людей. Ю.Л. Мороз ставит определенную систему взаимоотношений — и чисто человеческих, и служебных. Он учит тому, как должно их выстраивать. Выстраивать, несмотря на свою застенчивость или, наоборот, на свой гонор, на свою недооценку или свое самомнение, свою инерцию или безудержную навязчивую активность.

Необходимо отметить, что рассматриваемые методики тренингов заметно активизируют развитие рискованных видов бизнеса. В предпринимательской среде общепринятым считается то, что вполне успешным может быть проект, в котором 20% финансируемых начинаний приносят чистые убытки, 60% — лишь окупают вложения, и 20% дают прибыль [4, р. 3].

Но Ю.Л. Мороз опровергает этот устоявшийся тезис. Он своими методиками буквально заставляет своих студентов удваивать доход. Это принципиальное условие успешности учебы в его Институте.

Такая стратегия находит отклик и у части западных экспертов. Американец Фрэнсис Фукуяма, автор всемирного экономико-политологического бестселлера «Закат истории», еще в середине 90-х гг. прошлого столетия, писал в менее известном своем труде «Доверие» о том, что бессмысленно не ставить перед собой сверх-амбициозные задачи. Планка, которую выставляет себе предприниматель, должна быть заведомо высокой, буквально на грани способностей данного человека. Только имея такие сверхтруднодостижимые цели, предприниматель может чего-то заметного добиться в своем деле, даже если и не дотянется до выставленной планки [4, р. 3]. От себя хотелось бы добавить — именно так и происходят прорывы в современном предпринимательстве (будь то на уровне микро-, будь то в макроэкономике).

И студенты ИЮМ удваивают свой доход. Причем, иногда его коллеги, даже увидев своими глазами удвоение, все равно считают такое невозможным. Студент же, один раз сделав то, что казалось ему невозможным, перестает бояться «как бы невозможного». По сути, происходит переоценка ценностей, о которой писал Фридрих Ницше. В этом и заключается главная цель обучения в ИЮМ.

К сожалению, Россия отстает от многих стран мира по показателям производительности труда. Студенты же Института Юрия Мороза каждый день работают над своей производительностью и эффективностью работы своих фирм. Вероятно такая «модернизация снизу» и способна решить проблему модернизации всей страны. Столь ли фантастично такое допущение?

Список использованной литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 19 окт. 2011 г. № 284-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Дацко С. Предпринимательство в России. Романтика и реальность [Электронный ресурс] / С. Дацко // Электроника: наука, технология, бизнес. — 1999. — Вып. 4. — URL: <http://www.electronics.ru/journal/article/1710>.
3. Шевченко И.К. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие / И.К. Шевченко. — Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. — 92 с.
4. Bandrowski J.F. Corporate Imagination Plus Five Steps to Translating Innovative Strategies Into Action / J.F. Bandrowski. — N.Y.: The Free Press, 1990.
5. How the German Economy Became a Model. — URL: <http://www.spiegel.de/international/business/0,1518,822167-2,00.html> (21 March 2012).
6. Searching for the invisible man // The Economist. — 2006. — 11 March. — P. 67.
7. Thurow L. Zero Sum Solution: Building a World-Class American Economy / L. Thurow. — N.Y., 1985.
8. URL: http://slon.ru/business/malye_predpriyatiya_sduvayutsya-579231.xhtml.
9. URL: <http://yourhiddenpotential.co.uk/2011/05/13/what-role-young-entrepreneurs-play-in-the-global-economy/> (13 May 2011).

Referenses

1. Grazhdanskii kodeks Rossiiskoi Federatsii [Elektronnyi resurs]: feder. zakon ot 19 Oct. 2011 g. № 284-FZ. Dostup iz sprav.-pravovoi sistemy «Konsul'tantPlyus».
2. Datsko S. Predprinimatel'stvo v Rossii. Romantika i real'nost' [Elektronnyi resurs] / S. Datsko // Elektronika: nauka, tekhnologiya, biznes. — 1999. — Vyp. 4. — URL: <http://www.electronics.ru/journal/article/1710>.

3. Shevchenko I.K. Organizatsiya predprinimatel'skoi deyatelnosti: ucheb. posobie / I.K. Shevchenko. — Taganrog: Izd-vo TRTU, 2004. — 92 s.
4. Bandrowski J.F. Corporate Imagination Plus Five Steps to Translating Innovative Strategies Into Action / J.F. Bandrowski. — N.Y.: The Free Press, 1990.
5. How the German Economy Became a Model. — URL: <http://www.spiegel.de/international/business/0,1518,822167-2,00.html> (21 March 2012).
6. Searching for the invisible man. — 2006. — 11 March. — P. 67.
7. Thurow L. Zero Sum Solution: Building a World-Class American Economy / L. Thurow. — N.Y., 1985.
8. URL: http://slon.ru/business/malye_predpriyatiya_sduvayutsya-579231.xhtml.
9. URL: <http://yourhiddenpotential.co.uk/2011/05/13/what-role-young-entrepreneurs-play-in-the-global-economy/> (13 May 2011).

Информация об авторах

Александр Романович Даниелов — кандидат экономических наук, эксперт по вопросам социально-экономического развития, ООО «Центр бизнес-контактов “Байкал”», г. Улан-Удэ, e-mail: alexander_danielov@yahoo.com.

Шодорова Нина Михайловна — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Байкальский институт природопользования СО РАН, г. Улан-Удэ, e-mail: shodorova@gmail.com.

Authors

Danielov Aleksandr Romanovich — PhD in Economics, Expert on socio-economic development issues, Center of Business Contacts “Baikal” plc., Ulan-Ude, e-mail: alexander_danielov@yahoo.com.

Shodorova Nina Mikhailovna — PhD in Economics, Senior Researcher, Baikal Institute of Nature Management SB RAS, Ulan-Ude, e-mail: shodorova@gmail.com.