

## ИННОВАЦИОННАЯ ПРИРОДА И СУБЪЕКТНАЯ ОПРЕДЕЛЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ЯВЛЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2011 В.Н. Овчинников

заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор

С.А. Кузьменко, В.С. Химичева

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

E-mail: kafedra209@mail.ru

Эволюционный анализ развития категории “предпринимательство” позволил проследить историческую ретроспективу формирования существенных характеристик (свойств, черт) и предметного содержания этого феномена. Идентификация его субъектной определенности сформировала экономический образ актора предпринимательского процесса, а исследование функциональной роли его адаптационных возможностей объясняет устойчивость этого явления благодаря достижению органического характера его взаимодействия с изменяющейся внешней рыночной средой.

*Ключевые слова:* предпринимательство, предприниматель, риск, новационная идея, прорывные решения, активность, адаптивность, внешняя среда.

Переход к рыночной экономике, юридическое признание легитимности частной собственности, обострение конкуренции способствовали развитию активной предпринимательской деятельности в России.

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) является самостоятельной, инициативной и рискованной, цель которой получение сверхприбыли.

В экономической теории фактор “предпринимательство”, проявляющийся как “предпринимательские способности”, выступает в качестве одного из персонифицированных ресурсов (наряду с землей, трудом и капиталом), который функционально участвует в создании продукта, а субъект - его носитель - получает определенную долю дохода в соответствии с оценкой вклада этого фактора в производство предельного продукта.

Очевидно, что сказать нечто определенное о предпринимательстве и его значении в экономике возможно только в том случае, если за этой категорией видеть конкретное и самодостаточное содержание, которое не растворяется в многообразных элементах рыночной системы, становясь условностью, а занимает в ней свое место.

Исследование предпринимательства как экономического феномена представляет особый интерес в контексте рассмотрения его как носителя энергетического потенциала развития рыночного хозяйства, конкурентная среда которого созда-

ет мотивирующие условия для развития предпринимательства и повышения на этой основе общего тонауса экономической жизни общества.

Данное взаимодействие целесообразно рассматривать в контексте диалектики причинно-следственной связи и взаимопереходов в системе “предпринимательство - рыночно-конкурентная среда”.

Представляется, что анализ предпринимательства как явления рыночного хозяйства следует начать с идентификации его субъектной определенности.

Экономический статус субъекта предпринимательской деятельности определяется природой предпринимательства как феномена рыночного хозяйства. Его содержание раскрывает этимология понятия “предпринимательство”, имеющего первообразом слово “предпринять” - начать делать что-то новое (а не продолжать инерционно традиционную деятельность). Еще более определенно указывает на новаторскую сущность предпринимательской деятельности понятие того же корня - “предприимчивый” (“предприимчивость”), означающее: “Умеющий предпринять что-нибудь в нужный момент, находчивый, изобретательный, практичный”<sup>1</sup>.

Экономическая энциклопедия определяет предпринимательство как инициативную самостоятельную деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленную на получение прибыли или личного дохода, осуществляемую

от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица<sup>2</sup>.

“Предпринимательство - это самостоятельное организационно-хозяйственное новаторство на основе использования различных возможностей для выпуска новых товаров или старых - новыми методами, открытия новых источников сырья, рынков сбыта с целью получения прибыли и личной самореализации”<sup>3</sup>. Понятие “предпринимательство” не следует отождествлять с понятием “бизнес”. Последнее более емко и включает любой вид деятельности (даже аферы), который приносит доход или личную выгоду.

Понятие “предпринимательство” впервые ввел в научный оборот английский ученый Р. Кантильон. Он рассматривал его как особенную экономическую функцию, важной чертой которой является риск. Ж.Б. Сэй утверждал, что предприниматель действует за собственный счет и на свой риск с целью получения выгоды, владеет при этом необходимыми знаниями и опытом, комбинирует факторы производства и т.п. А. Смит рассматривал предпринимателя как владельца, а предпринимательскую деятельность связывал, прежде всего, с собственным интересом предпринимателя (личным обогащением), в процессе реализации которого предприниматели благоприятствуют наиболее эффективному удовлетворению потребностей общества. С этой целью предприниматель сам планирует и организывает производство, распределяет полученные доходы.

Более полная характеристика предпринимательства дается в трудах Й. Шумпетера и Ф. Хайека. Согласно учению Й. Шумпетера, предпринимательство представляет собой деятельность рыночного субъекта, связанную с осуществлением нововведений, а предприниматель - это новатор, непрерывно вносящий новшества, совершенствующий технологию, организацию, управление и др.<sup>4</sup>

Й. Шумпетер называет предпринимательство “разрушительным созиданием”: предприниматель разрушает старое и создает новое, постоянно беспокоит общество своей созидательно-разрушительной деятельностью. В связи с этим усиливается напряженность конкуренции, заставляя субъектов рынка быть более активными и изобретательными.

По мнению Й. Шумпетера, содержанием предпринимательства является реформирование и ко-

ренная перестройка производства вследствие осуществления новых комбинаций относительно техники и технологии, создания новых товаров, освоения новых рынков, источников сырья. Предпринимательство - это функция любой экономической системы, реализацию которой необходимо сочетать с научными разработками, маркетингом и другими видами деятельности. Осуществление же функций собственно предпринимательства зависит от хозяйственно-политической среды, которая определяет его возможности, виды, мотивацию и др. Поэтому основными функциями предпринимателя Й. Шумпетер называет: изготовление нового блага или старого блага нового качества; освоение нового рынка сбыта, источника сырья или полуфабрикатов; внедрение нового метода производства; осуществление соответствующей реорганизации производства. По его мнению, предприниматель не обязательно должен быть капиталистом, владельцем, он может быть и управляющим. Обособление собственности от управления, а следовательно от предпринимательства, в наибольшей степени свойственно гигантским акционерным компаниям.

Ф. Хайек предпринимательство связывал, прежде всего, с личной свободой, которая дает человеку возможность рационально распоряжаться своими способностями, знаниями, информацией и доходами. Предприниматель стремится оптимально соединить эти компоненты с ситуацией на рынке, учесть перспективу инвестирования, спрос и предложение той или иной отрасли экономики, уровень цен, найти наиболее эффективные средства для удовлетворения собственных потребностей и потребностей общества.

Специфичность предпринимательской деятельности заключается в ее рискованности. Принятие на себя риска в условиях неопределенности - один из главных определяющих признаков предпринимательства. Принимая решения о нововведениях, предприниматель возлагает на себя дополнительный риск по сравнению с остальными участниками рынка.

С учетом рассмотренных подходов можно выделить следующие основные функции предпринимательства: новаторскую, организационную, хозяйственную, социальную и личную. Новаторская функция состоит в содействии процессу продуцирования новых идей, осуществлении опытно-конструкторских разработок, создании новых товаров и предоставлении новых услуг.

Организационная - во внедрении новых форм и методов организации производства, новых форм заработной платы и их оптимальном сочетании с традиционными, в рациональном соединении формы единичного разделения труда, основных элементов системы производительных сил и контроля за их выполнением. Хозяйственная функция предпринимательства сводится к наиболее эффективно использованию трудовых, финансовых, интеллектуальных и информационных ресурсов. Социальная - состоит в изготовлении товаров и услуг, необходимых обществу в соответствии с главной целью, требованиями действия основного экономического закона. Личная функция предусматривает самореализацию личной цели предпринимателя, получение удовлетворения от своей работы.

Предприниматель должен:

1) видеть в человеке основной источник новых идей и повышения эффективности работы предприятия, проводить политику формирования лидеров и новаторов из числа работников предприятия, стимулировать у них оправданную степень риска, формировать экономическое мышление, стремление постоянно осуществлять поиск новых возможностей;

2) уметь объединить, вдохновить и убедить людей в необходимости эффективной работы во имя достижения общей цели, значительное внимание уделять изучению их потребностей, интересов, духовных качеств, добиваться, чтобы ценности фирмы стали внутренними убеждениями работающих;

3) быть профессионально подготовленным для поиска оптимальных вариантов развития предприятия, повышения эффективности его деятельности, улучшения качества выпускаемой продукции, осуществлять систематическое планирование, стремиться к всесторонней информированности, идти на разумный риск, внедрять такие формы и системы заработной платы, которые содействуют экономии ресурсов (сырья, электроэнергии, топлива, труда), предоставлять подразделениям определенную автономию, добиваться простоты управления, органически сочетать автономию с жестким централизмом и др.;

4) постоянно ориентироваться на запросы потребителей, повышать качество продукции и услуг, которые предоставляются в соответствии с действующим законодательством, уплачивать налоги, не загрязнять окружающую среду, опти-

мально учитывать индивидуальные, коллективные, общественные интересы, отвечать за свои действия;

5) действовать целенаправленно, энергично, верить в успех дела, быть настойчивым и гибким, развивать свои творческие, организаторские способности.

Воспользовавшись исследованиями Й. Шумпетера и В.И. Маевского, можно согласиться с их точкой зрения о том, что всю совокупность экономических агентов рыночной экономики целесообразно разделить по критерию отношения к инновациям на две группы: новаторов (предпринимателей) и консерваторов, ведущих свой бизнес в традиционно-инерционном режиме. Если первые активно разрабатывают и внедряют новые технологии, технические средства, продукты, модернизируют действующие производства, способствуют становлению новых институтов, то последние эксплуатируют существующие технологии, производят освоенные ранее виды продукции, стремятся к неизменности институциональной структуры.

В данном раскладе функций роль новаторов как активных агентов технико-технологического прогресса достаточно очевидна. Но каков же удел консерваторов в этом процессе? Их позиции можно определить, исходя из логики диалектики взаимопереходов в рамках единства противоположностей.

Дело в том, что роль консерваторов не закреплена навсегда за определенными (конкретными) субъектами экономики, исходя из особенностей их менталитета или склонности к инертности, пассивности. Зачастую их миссия в определенный момент обусловлена тем, что вложенный ими в основные средства производства капитал имеет определенный срок его оборота, обусловленный жизненным циклом поколения машин, а исчерпав ресурс действующего оборудования, они займутся обновлением производства, т.е. перейдут в категорию новаторов.

Благодаря такой смене функциональных ролей новаторов и консерваторов и осуществляется перманентный инновационный процесс - двигатель экономической эволюции.

Субъектную основу любой рыночной системы хозяйства составляет множество экономической активности субъектов - предпринимателей. Предпринимательство - процесс поиска новых возможностей, использование новых технологий

и новых сфер вложения капитала, преодоление старых стереотипов и границ<sup>5</sup>.

“Предпринимательство - процесс создания нового, обладающего ценностью; процесс, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение достигнутым”<sup>6</sup>.

Собственно процесс предпринимательства включает четыре четко выраженные стадии: 1) поиск новой идеи и ее оценка; 2) составление бизнес-плана; 3) поиск необходимых ресурсов; 4) управление созданным предприятием.

Осуществляя предпринимательскую деятельность, ее субъекты реализуют два вектора ее целеориентации: экономический и социальный. Активность, инициативность, рискованно-прорывной характер мышления и деятельности, высокий потенциал и энергизм субъектов предпринимательства при конструктивной социально-экономической политике государства позволяют обеспечить функциональную действенность механизмов формирования благоприятных условий жизнедеятельности населения.

Одну из важных управленческих задач предпринимательства можно определить как достижение органического единства предприятия и внешней среды. Адаптация предпринимательства к изменениям внешней среды возможна посредством эффективного управления организацией, которое в условиях рыночной экономики носит поистине предпринимательский характер. Таким образом, предпринимательское управление позволяет сформировать организацию, способную конкурентно адаптироваться к непрерывным изменениям внешней среды<sup>7</sup>.

Процесс реакции и приспособления предпринимательской организации к изменяющимся условиям может также проходить посредством самоадаптации, представляющей собой сходный с биологическим процесс регенерации. Здесь речь идет о некоем “биологическом” аналоге репродуктивного воссоздания, распространения по всей организации и дальнейшем спонтанном повторении предпринимательского процесса. Самоадаптация позволяет организации функционировать в течение длительного времени при том условии, что предпринимательское мышление становится основой управления организацией.

Продолжая линию проведения аналогии между адаптацией в ее экономическом понима-

нии и биосоциальном, можно согласиться с определением понятия “адаптация”, приведенном в Большой медицинской энциклопедии, согласно которому адаптация представляет собой процесс приспособления строения и функций организмов и их органов к условиям внешней среды<sup>8</sup>. Очевидно, что в качестве организма можно рассматривать некое предприятие.

В. Мурзаев предлагает разделить процесс предпринимательской адаптации предприятия на три фазы:

1) фаза немедленного ответа (рефлексии), в ходе которой компания получает сигналы, свидетельствующие об изменении параметров среды, которые поступают в подразделение, ответственное за принятие немедленных решений по этому поводу;

2) фаза стабилизации, на которой ответственное подразделение производит оценку вызова среды и принимает решение об ответной реакции;

3) фаза нового устойчивого состояния, подразумевающая продолжение бесперебойной работы предприятия на новом функциональном уровне.

В экономической литературе подробное освещение получила лишь первая фаза, предполагающая получение и передачу информации в ответственное подразделение с дальнейшим принятием управленческого решения. И это представляется верным, поскольку своевременная реакция организации на происходящие изменения, поступающие извне, позволяет не только предотвратить получение негативных результатов сейчас, но и спрогнозировать возможные внешние угрозы в будущем<sup>9</sup>.

Наряду с традиционным делением факторов на прямые и косвенные, можно выделить четыре их основные характеристики:

1) взаимосвязанность, подразумевающая взаимовлияние различных факторов в процессе функционирования организации;

2) сложность, понимаемая как наличие совокупности факторов, которые способны совместно оказать существенное влияние на хозяйственную деятельность фирмы и на которые фирма обязана реагировать;

3) подвижность - скорость, с которой происходят изменения в окружении организации (необходимо учитывать тот факт, что есть отрасли, внешняя среда предприятий которых особенно подвижна);

4) неопределенность - характеризуется количеством информации, которой располагает предприниматель по поводу конкретного фактора, а также уверенностью в достоверности этой информации<sup>10</sup>.

Учет сложности и подвижности внешней среды позволяет выявить четыре типа ситуаций (см. рисунок), каждому из которых соответствует определенный характер деятельности по адаптации предпринимательского поведения.

поддаются контролю, другие 80 % неконтролируемы и в их число входят изменения, имеющие место во внешней среде.

Таким образом, предприниматели как экономически активные субъекты в своем множестве составляют субъектную основу любой рыночной системы хозяйства. И, обращаясь к характеристике предпринимателя как человека предприимчивого, находчивого, изобретательного и практичного, следует сказать о том, что в процессе

Низкая	1	2
	<u>Ситуация низкой неопределенности</u> Факторов мало Факторы схожи Факторы не меняются (Пример: производство соли)	<u>Ситуация умеренной неопределенности</u> Факторов много Факторы не схожи Факторы не меняются (Пример: нефтепереработка)
	<u>Ситуация умеренно-высокой неопределенности</u> Факторов мало Факторы схожи Факторы постоянно меняются (Пример: потребительские товары)	<u>Ситуация высокой неопределенности</u> Факторов много Факторы не схожи Факторы постоянно меняются (Пример: производство оргтехники)
	3	4

Высокая

Низкая степень сложности внешней среды

Высокая

**Рис. Основные типы ситуаций в зависимости от характера и сочетания факторов внешней среды**

Источник. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. 4-е изд. М., 2006.

Ситуация, характеризуемая низкой неопределенностью (квадрант 1), является наиболее благоприятной, поскольку предпринимателя не ожидают какие-либо резкие изменения во внешней среде и он может успешно действовать в достаточно ясной, с точки зрения влияния внешней среды, ситуации. Ситуация умеренной неопределенности (квадрант 2) более напряженная. Высокая степень сложности внешней среды вносит элемент значительного риска, что подталкивает предпринимателя к большей избирательности в действиях. Тем не менее внешняя среда достаточно стабильна и не претерпевает частых серьезных изменений. Ситуация, характеризуемая умеренно высокой неопределенностью (квадрант 3), требует от предприятия достаточной гибкости. Ситуация высокой неопределенности (квадрант 4) - самая неблагоприятная: внешняя среда сложна и наиболее подвижна. Таким образом, для предпринимателя важно анализировать происходящие вовне изменения с целью выработки модели адаптивного поведения.

По данным экспертов, лишь 20 % изменений в процессе предпринимательской деятельности

организации своей деятельности именно он должен привлекать все свои способности для ее адаптации к постоянным внешним изменениям с целью получения наиболее эффективного и гармоничного взаимодействия его деятельности и внешней среды.

Основным условием эффективности предпринимательской деятельности является способность организации реагировать на изменения рынка и появляющиеся новые возможности.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что основу успешной предпринимательской деятельности составят: обоснованная финансовая политика, адекватное и точное стратегическое и оперативное планирование, активная коммерческая деятельность, внедрение системы антикризисного управления, профессионализм и владение кооперативной идеологией руководителями и работниками. Основное внимание необходимо уделить внедрению в предпринимательскую деятельность новых производственных технологий, эффективному использованию и укреплению материально-технической базы. Предпринимательская деятельность должна быть простой,

---

реалистичной, заслуживать доверия, создавать мотивацию для хозяйствующих субъектов.

<sup>1</sup> Ожегов С.И. Словарь русского языка. М., 2008.

<sup>2</sup> Экономическая энциклопедия / под ред. Л.И. Абалкина. М., 1999.

<sup>3</sup> Экономическая теория / С.В. Мочерный [и др.]. М., 2000.

<sup>4</sup> Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. М., 1995.

<sup>5</sup> Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Микроэкономика. СПб., 2004.

<sup>6</sup> Основы экономической теории. Практика рыночных реформ в России / под ред. М.М. Загорюлько, О.В. Иншакова, В.Н. Овчинникова. М., 1997.

<sup>7</sup> Смирнова В. Формирование концепции предпринимательского управления // Проблемы теории и практики управления. 1998. № 4.

<sup>8</sup> Большая медицинская энциклопедия. М., 2005.

<sup>9</sup> Мурзаев В. Адаптация предприятия в конкурентной среде. URL: <http://www.pagemakeroff.ru/>.

<sup>10</sup> Внешняя среда предпринимательских структур. Фонд знаний "Ломоносов". URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru>.

Поступила в редакцию 02.04.2011 г.