
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

THE THEORY AND PRACTICE OF BUSINESS

УДК 338.22
ББК 65.29
К 89

С.А. Кузьменко

Аспирант Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону. Тел.: (863) 282 00 36, e-mail: kafedra209@mail.ru.

В.С. Химичева

Аспирант Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону. Тел.: (863) 282 00 36, e-mail: kafedra209@mail.ru.

Предпринимательство как феномен рыночного хозяйства: экономическая сущность, субъектная определённость, адаптационные свойства

(Рецензирована)

Аннотация. Эволюционный анализ развития категории «предпринимательство», осуществлённый в аннотируемой статье, позволил проследить историческую ретроспективу формирования сущностных характеристик (свойств, черт) и предметного содержания этого феномена. Идентификация его субъектной определённости 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.

S.A. Kuzmenko

Post-graduate student of the Southern Federal University, Rostov-on-Don. Ph.: (863) 282 00 36, e-mail: kafedra209@mail.ru.

V.S. Khimicheva

Post-graduate student of the Southern Federal University, Rostov-on-Don. Ph.: (863) 282 00 36, e-mail: kafedra209@mail.ru.

Entrepreneurship as the phenomenon of the market economy: economic essence, subject determinacy and adaptation properties

Abstract. Evolutional analysis of the development of category “entrepreneurship”, made in this paper, allowed us to track the historical retrospective of the formation of essential characteristics (properties and features) and the content of this phenomenon. The identification of its subject determinacy formed the economic image of the actor of the entrepreneurial process. The research of the functional role of his adaptation potential explains sustainability of this phenomenon owing to achievement of the organic character of his interaction with the changing external market environment.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, risk, innovative idea, revolutionary solutions, activity, adaptability, external environment.

Исследование предпринимательства как экономического феномена представляет особый интерес в контексте рассмотрения его как носителя энергетического потенциала развития рыночного хозяйства, конкурентная среда которого создаёт мотивирующие условия для развития предпринимательства и повышения на этой основе общего тонуса экономической жизни общества.

Это 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 целесообразно начать с идентификации его субъектной определённости.

Экономический статус субъекта предпринимательской деятельности определяется природой предпринимательства как феномена рыночного хозяйства. Его содержание раскрывает этимология понятия «предпринимательство», имеющее первообразом слово «предпринять» — начать делать что-то новое (а не продолжать инерционно традиционную деятельность). Ещё более определённо указывает на новаторскую сущность предпринимательской деятельности понятие того же корня — предприимчивый (предприимчивость), означающее: «Умеющий предпринять что-нибудь в нужный момент, находчивый, изобретательный, практичный» [1].

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 [2].

«Предпринимательство — это самостоятельное организационно-хозяйственное новаторство на основе использования различных возможно-

стей для выпуска новых товаров или старых — новыми методами, открытия новых источников сырья, рынков сбыта с целью получения прибыли и личной самореализации» [3]. Понятие «предпринимательство» не следует отождествлять с понятием «бизнес». Последнее более ёмко и включает любой вид деятельности (даже аферы), который приносит доход или личную выгоду.

Понятие «предпринимательство» впервые ввёл в научный оборот английский учёный Р. Кантильон. Он рассматривал его как особенную экономическую функцию, важной чертой которой является риск. Ж.Б. Сэй утверждал, что предприниматель действует за собственный счёт 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 даётся в трудах Й. Шумпетера и Ф. Хайека. По мнению Й. Шумпетера, содержанием предпринимательства является реформирование и коренная 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 даёт 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.

С учётом 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 эффективному использованию трудовых, финансовых, интеллек-

туальных 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 определённую автономию, стремиться к простоте управления, органически сочетать автономию с жёстким 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, оптимально 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 этом 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 определёнными (конкретными) субъектами экономики, исходя из особенностей их менталитета или склонности к инертности, пассивности. Зачастую их миссия в определённый момент обусловлена тем, что вложенный ими в основные средства производства капитал имеет определённый срок его оборота, обусловленный жизненным циклом поколения машин.

До истечения этого срока обновлять технико-технологический строй производства нецелесообразно. Поэтому на период выработки производственного ресурса оборудования эти экономические субъекты оказываются в положении консерваторов по отношению к тем агентам, которые в этот период осуществляют обновление технической

базы труда на своих предприятиях. Но через некоторый период времени сегодняшние новаторы, также, будучи регламентированы в своих действиях сроком жизненного цикла введённого в действие оборудования, обретут статус консерваторов, а последние, исчерпав ресурс действующего оборудования, займутся обновлением производства, перейдя 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 экономически активных субъектов-предпринимателей. Предпринимательство — процесс поиска новых возможностей, использование новых технологий и новых сфер вложения капитала, преодоление старых стереотипов и границ [4].

«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» [5].

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

Одна из самых сложных задач предпринимателя — поиск новых идей (от нового промышленного продукта до новой организационной структуры) и их реализация.

Стадии предпринимательского процесса:

I. Поиск новой идеи и её оценка:
а) факторы, вызвавшие новую идею;
б) непосредственная и потенциальная ценности идеи;
в) оценка риска и прогноз выгод;
г) соответствие идеи вашим целям, знаниям, умениям;
д) сравнение с продукцией конкурентов.

II. Составление бизнес-плана:
а) определение «своего» сегмента рын-

ка, его размера и основных характеристик; б) план маркетинга; в) план производства; г) финансовый план и финансовое обеспечение; д) выбор формы собственности предприятия.

III. Поиск необходимых ресурсов: а) определение располагаемых ресурсов; б) изыскание недостающих ресурсов и потенциальных поставщиков; в) способы привлечения необходимых ресурсов.

IV. Управление созданным предприятием: а) выбор стиля и структуры руководства; б) определение ключевых факторов успеха; в) слабые места и пути их преодоления.

Осуществляя предпринимательскую деятельность, её субъекты реализуют два вектора её 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. Предприниматель в процессе своей деятельности должен всегда учитывать, что отношения предприятия и внешней среды носят двусторонний характер: внешняя среда создаёт условия для предпринимательства и постоянно оказывает на него самое непосредственное воздействие. Однако нельзя сказать, что предприниматель лишён возможности воздействовать на формирование внешней среды через свою деятельность. И чем шире и многообразнее хозяйственные связи предприятия, чем большее число людей вовлечено в хозяйственную деятельность, тем больше его влияние на внешнюю среду.

Осуществляя непрерывное взаимодействие с внешней средой в целях достижения максимального эффекта

от своей деятельности, предприниматель должен обладать следующим ориентировочным набором инструментальных знаний: на какой фазе экономического цикла находится в данный момент экономика страны, каковы уровни инфляции и безработицы, устойчива ли налоговая система или постоянно подвергается изменениям, насколько стабилен курс национальной валюты и т.д. От учета всех этих элементов экономической среды напрямую зависит благополучие принимаемых предпринимателем решений.

Отличительным свойством внешней среды является её подвижность, в связи с чем, такие факторы как быстрое развитие технологий, усложнение и многообразие предлагаемых товаров и услуг, сокращение времени их жизненного цикла, появление большого количества конкурентоспособных организаций, повышение требований покупателей, увеличение объемов и скорости получения информации, новых знаний, обуславливающие состояние внешней среды, вынуждают предпринимателя искать новые подходы для наилучшей адаптации к изменяющимся условиям.

В числе подходов, используемых предпринимателями, следует назвать ситуационный подход в управлении, основанный на учете сформировавшихся условий и факторов, воздействие на которые позволяет эффективно достичь цели, однако лишь на короткий период времени. Также используется стратегический подход в управлении, при котором осуществляется прогноз будущих изменений в окружающей среде, ориентированный на более длительный срок. Из сказанного вытекает, что 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 [6].

Процесс реакции и приспособления предпринимательской организации к изменяющимся условиям может также проходить посредством самоадаптации, представляющей собой сходный с биологическим процесс регенерации. Здесь речь идёт 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 её экономическом понимании и биосоциальном, можно согласиться с определением понятия «адаптация», приведённом в Большой медицинской энциклопедии, согласно которого адаптация представляет собой процесс приспособления строения и функций организмов и их органов к условиям внешней среды [7]. 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 про-

исходящие изменения, поступающие извне, позволяет не только предотвратить получение негативных результатов сейчас, но и спрогнозировать возможные внешние угрозы в будущем [8].

Современный экономический словарь определяет адаптацию как приспособление экономической системы и ее отдельных субъектов, работников, к изменяющимся условиям внешней среды, производства, труда, обмена, жизни. Очевидно, что данное определение практически полностью идентично приведённому в биосоциальном контексте [9].

Адаптационные способности предпринимательства напрямую зависят от предпринимательского потенциала, которым обладает та или иная организация, специфичность которого состоит в том, что, именно, благодаря ему приходят во взаимодействие основные факторы производства: труд, земля, капитал. Ряд авторов к указанным факторам добавляет также науку, поскольку научные открытия и разработки являются основным фактором увеличения результативности современного производства, однако в отличие от труда и капитала результат научного поиска не имеет самостоятельной вещественной формы и проявляется в виде совершенствования средств производства и повышения квалификации работников. Уровень научных достижений предполагается заданным макроэкономической средой, в то время, как основные факторы производства в рамках отдельно взятой организации под воздействием комбинаторики инициативы, риска и умения предпринимателя позволяют наиболее эффективно их использовать, вовлекая экономические ресурсы в процесс хозяйственной деятельности сообразно с рыночными условиями.

Следует отметить, что адаптивные способности фирмы обеспечиваются оптимальным сочетанием всех её внутренних факторов. Поскольку адаптация предприятия рассматривается относительно внешней среды организации, целесообразно охарактеризовать

факторы её воздействия. Внешняя среда организации может быть определена как множество сил (векторов воздействия) и субъектов, оказывающих непосредственное или опосредованное влияние на её функционирование и действующих за ее пределами.

Факторы внешней среды принято делить на две основные группы: прямые и косвенные. Те, которые оказывают немедленное и непосредственное влияние на организацию, относятся к факторам среды прямого воздействия (поставщики, потребители, конкуренты), остальные, оказывающие опосредованное влияние, — к факторам косвенного воздействия (макроэкономические, государственно-политические, социально-демографические, научно-технологические и т.д.).

Вне зависимости от деления факторов на прямые и косвенные можно выделить четыре их основные характеристики:

1) взаимосвязанность, подразумевающая взаимовлияние различных

факторов в процессе функционирования организации;

2) сложность, под которой понимается наличие совокупности факторов, способных 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 [10].

Учёт сложности и подвижности внешней среды позволяет выявить четыре типа ситуаций (рис. 1), каждому из которых соответствует определенный характер деятельности по адаптации предпринимательского поведения.

Низкая	1	2
Степень подвижности внешней среды	Ситуация низкой неопределённости Факторов мало Факторы схожи Факторы не меняются (Пример: производство соли)	Ситуация умеренной неопределённости Факторов много Факторы не схожи Факторы не меняются (Пример: нефтепереработка)
	Ситуация умеренно-высокой неопределённости Факторов мало Факторы схожи Факторы постоянно меняются (Пример: потребительские товары)	Ситуация высокой неопределённости Факторов много Факторы не схожи Факторы постоянно меняются (Пример: производство оргтехники)
Высокая	Низкая Степень сложности внешней среды Высокая	
		4

Рисунок 1. Основные типы ситуаций в зависимости от характера и сочетания факторов внешней среды [11]

Ситуация, характеризующаяся низкой неопределённостью (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) является более напряженной. 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, характеризующая 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 адаптивного поведения.

По данным экспертов, лишь 20% изменений в процессе предпринимательской деятельности поддаются контролю, другие 80% неконтролируемы и в их число входят изменения, имеющие место во внешней среде.

Таким образом, предприниматели как экономически активные субъекты в своём множестве составляют субъектную основу любой рыночной системы хозяйства. И обращаясь к характеристике предпринимателя как человека предпринимчивого, находчивого, изобретательного и практичного, следует сказать о том, что в процессе организации своей деятельности именно он должен привлекать все свои способности для её адаптации к постоянным внешним изменениям с целью получения наиболее эффективного и гармоничного взаимодействия его деятельности и внешней среды.

Примечания:

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Мир и образование, 2008. 736 с.
2. Экономическая энциклопедия / под ред. Л.И. Абалкина. М.: Экономика, 1999. 1055 с.
3. Экономическая теория / С.В. Мочерный [и др.]. М.: Приор, 2000. 211 с.
4. Долан Э.Дж., Линдсей Д.Е. Микроэкономика. СПб., 2004. 580 с.
5. Основы экономической теории. Практика рыночных реформ в России / под ред. М.М. Загорулько, О.В. Иншакова, В.Н. Овчинникова. М.: Логос, 1997. 320 с.
6. Смирнова В. Формирование концепции предпринимательского управления // Проблемы теории и практики управления. 1998. №4.
7. Большая медицинская энциклопедия. М.: Директмедиа Паблишинг: ЭКСМО, 2005. 8200 с.
8. Мурзаев В. Адаптация предприятия в конкурентной среде. URL: <http://www.pagemakeroff.ru>.
9. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2006. 495 с.
10. Внешняя среда предпринимательских структур. Фонд знаний «Ломоносов». URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru>.
11. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. М.: Экономистъ, 2006. 670 с.

References:

1. Ozhegov S.I. The Russian Dictionary. M.: World and Education, 2008. 736 p.
2. Economic Encyclopaedia / Ed. Abalkin L.I. M.: Economics, 1999. 1055 p.
3. Economic theory / S.V. Mocherny [etc.]. M.: Prior, 2000. 211 pp.
4. Dolan E.G., Lindsey D.E. Microeconomics. SPb, 2004. 580 pp.
5. The fundamentals of economic theory. The practice of market reforms in Russia/ Ed. M.M. Zagorulko, O.V. Inshakov, V.N. Ovchinnikov. M.: Logos, 1997. 320 pp.
6. Smirnova V. The formation of entrepreneurial management conception // Problems of management theory and practice. 1998. No. 4.
7. Big Medical Encyclopaedia. M.: Directmedia Publishing: EKSMO, 2005. 8200 pp.
8. Murzaev V. The enterprise's adaptation in the competitive environment. URL: <http://www.pagemakeroff.ru/>
9. Raizberg B.A., Lozovskiy L.Sh., Starodubtseva E.B. Modern Economic Dictionary. 5-th edition, revised and added M.: INFRA-M, 2006. 495 pp.
10. The external environment of the entrepreneurial structures. The "Lomonosov" Fund of Knowledge. URL: <http://www.lomonosov-fund.ru/enc/ru/>
11. Vikhanskiy O.S., Naumov A.I. Management. M.: Economist, 2006. 670 pp.