

## Глава 1. Теория и методология предпринимательства

### 1.1. Развитие предпринимательства в российской экономике

Древнерусское государство образовалось в 882 г., во многом благодаря зарождающемуся предпринимательскому духу восточных славян. Первое государство (Русь) объединило более 200 мелких славянских племен, а также некоторые финно-угорские и литовско-латышские племена.

Основными факторами возникновения древнерусского государства были военный и торговый. Славянское население, осваивая Среднерусскую равнину, селилось преимущественно по берегам рек, образовавших благоприятную систему коммуникаций. На севере это были Нева, Ладога, Волхов, Ильмень, Мета, Ловать и Шелонь; на западе – Западная Двина и Неман; на юге – Днепр, Припять, Десна и Сожь; на востоке – верховья Волги, Дон, Донец, Ворона, Волга-Каспий. Реки объединили славянские лесные и лесостепные земли и стали частью системы коммуникаций древнего цивилизованного мира. Греческие колонисты использовали Днепр как большую торговую дорогу («путь из варяг в греки»).

Массовое размещение славян в этих местах приходится на VII-VIII вв., тогда же предпринимательская активность наших предков достигла высокого уровня, так как удалось не только освоить под хлебопашество лесные и лесостепные земли, но и развить ремесла и выстроить крупные торговые города на всем протяжении торгового пути. Восточные славяне активно включились в международную торговлю, реализуя продукты собственных промыслов. Развитие торговли превратило разрозненные поселения в пункты обмена дарами леса и сельскохозяйственных продуктов.

По мере развития культурных потребностей, в результате совершенствования производительных сил, потребность в торговле усиливалась и соответственно развивалась потребность в предпринимательских качествах людей того времени. Наиболее постоянные и оживленные торговые связи наладились с Византией и черноморскими греческими колониями. Торговые договоры киевских князей с Византией заключались, начиная с X в. и постоянно возобновлялись.

В X-XI вв. активно развивалась внешняя торговля с восточными соседями, которые концентрировались вокруг Волги. Это были богатые торговые государства того времени: Хазарский каганат и Волжская Булгария. В Киеве в IX-X вв. имелся хазарский торговый двор – «урочище Козыря». В 1006 г. Владимир Святой заключил торговый договор с булгарами, разрешавший им беспошлинно торговать по всей территории Руси. Общение с волжскими народами позволило включиться в торговлю по Волжскому пути, являвшемуся ответвлением Великого шелкового пути<sup>1</sup>.

Оплотом развития предпринимательства становились города как ремесленно-торговые центры. Скандинавские источники IX века именуют Русь «страной го-

---

<sup>1</sup> Никитина С.К. История российского предпринимательства. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2001. – 303 с.

родов». При князе Владимире (конец IX в.) их было 25; в XI в. (период расцвета) – более 89; перед нашествием Орды (начало XIII в.) – 271<sup>1</sup>.

Зачатками производственного предпринимательства можно считать мелкие кустарные производства. Первый русский писанный свод законов «Русская Правда», составленный при сыновьях Ярослава Мудрого в XI веке, свидетельствует о довольно высоком развитии денежного хозяйства, торговли, купеческого и ростовщического капитала. «Легко заметить ту общественную среду, которая выработала право, послужившее основанием Русской Правды», это был большой торговый город»<sup>2</sup>.

Таким образом, торговать и заниматься ремеслом стало неотъемлемым правом каждого человека в России, независимо от сословной принадлежности.

Один из древнейших русских актов, сохранившихся в подлиннике, – «Духовная Климента» (примерно 1270 г.) подтверждает широкое развитие товарно-денежных отношений. Новгородский купец Климент сочетал свою торговую деятельность с предоставлением кредитов<sup>3</sup>.

В известной новгородской былине о Садко, купец-предприниматель показан как герой-богатырь, а его торговая деятельность представлена как богатырский подвиг.

Хорошо известен также тверской купец XV в. Афанасий Никитин, автор «Хождения за три моря». Из этих записок следует, что русские купцы вели торговлю с разными странами не только ближними, но и дальними. Афанасий Никитин, как это явствует из текста, человек наблюдательный, общительный, смелый, предприимчивый. Последнее, впрочем, иногда ставится под сомнение, на том основании, что «предприимчивость» должна включать в себя не только смелость, «склонность к риску», но и «коммерческую ловкость, удачливость»<sup>4</sup>.

Историки свидетельствуют, что российским предпринимателям того периода были свойственны сочетание расчетливости и фантазии, высокой работоспособности и умения расслабиться, стремление быть собой, наличие глубокого и жесткого самоанализа.

Примером российского предпринимательства может быть и деловая жизнь монастырей. Монастырские колонии становились очагами хозяйственно-предпринимательской деятельности. Такие монастыри, как Кириллов-Белоозерский, Троице-Сергиев, Соловецкий демонстрировали образцы формирования предпринимательских хозяйств.

Немалый вклад в развитие предпринимательства в России внесло и казачество.

С XVI в. в Московской Руси начинается расцвет торгово-промышленного предпринимательства, подкрепляемого столичным купечеством. Зарождаются

---

<sup>1</sup> 1000 лет российского предпринимательства / Сост. О. Платонов. – М.: Современник, 1995. – С. 3.

<sup>2</sup> Ключевский В.О. Русская история. Полный курс лекций в трех книгах. Книга 1. – М., 1994. – С. 219.

<sup>3</sup> Духовна Климента // Памятники русского права. – М., 1953.

<sup>4</sup> Лурье Я.С. Русский «чужеземец» в Индии XV века // Хождение за три моря Афанасия Никитина. – М., 1986. – С. 75.

целые поколения предпринимателей. Первым из них считают род Строгановых, ставших крупнейшими купцами и промышленниками в период с XVI по XX века.

Мощным импульсом развития предпринимательства в России стала эпоха Петра I. В частности, число мануфактур при Петре увеличилось с 10 до 230. Одним из ярких примеров развития частной предпринимательской деятельности является рождение дома Демидовых. Сыновья и внуки основателя рода построили более 40 заводов, на которых производилось 40 % чугуна в России.

Сам Петр I, по существу, стал первым предпринимателем всей России, хотя бы уже потому, что ему в полной мере были присущи основные качества предпринимателя, а его деятельность впитала в себя предпринимательские начала. Частично перенимая предпринимательские подходы в Европе, Петр и порожденное им предпринимательское поколение создали основу российского торгово-промышленного бизнеса.

При Екатерине Второй было разрешено всем сословиям создавать мануфактуры. Росла и развивалась мануфактура «капиталистских крестьян», прежде всего в легкой промышленности. Характерно возникновение Иваново-Вознесенского текстильного района. М.И. Туган-Барановский (1865-1919) в работе «Русская фабрика в прошлом и настоящем» (1898) пишет: «Село Иваново представляло собою в начале XIX века оригинальную картину. Самые богатые фабриканты, имевшие более тысячи человек рабочих, юридически были такими же бесправными людьми, как и последние голыши из их рабочих. Все они были крепостными Шереметьева». Организаторами крестьянской мануфактуры были инициативные, энергичные крепостные – Грачевы, Горелины, Бутримовы, Борисовы и другие<sup>1</sup>.

Крупная промышленность, владельцами и организаторами которой были крепостные крестьяне, – один из парадоксов отечественной истории. «Капиталистический дух впервые проявился в России среди оброчных крестьян центральных губерний», – подчеркивает Р. Пайпс<sup>2</sup>. Крестьянин-предприниматель действовал в невообразимо тяжелых условиях, «лишь благодаря твердости своего характера и целеустремленности столь многим из них удалось преодолеть все препоны своего стесненного состояния»<sup>3</sup>.

Дальнейшее развитие предпринимательства в России также отличалось рядом особенностей, главная из которых сводится к следующему. Наша страна относится к группе стран (Германия, Италия, Япония), которые с определенным опозданием, во втором эшелоне, приступили к индустриализации своих экономик и, как следствие, вынуждены были часто опираться в своем утверждении не только на экономические, но и на административные методы. В экономике Российской империи государство играло особенно большую роль, так как основная ставка делалась не на свободу предпринимательства, как в Англии или США, а

---

<sup>1</sup> Юрьев В.М., Грошев И.В., Мамонтов В.Д., Смагина В.В. Предпринимательство России: очерки прошлого, настоящего, будущего. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – С. 27.

<sup>2</sup> Пайпс Р. Россия при старом режиме. – М., 1993. – С. 281.

<sup>3</sup> Там же. – С. 282.

на государственное регулирование, что предопределило относительно жесткую подчиненность предпринимательской деятельности общегосударственным задачам и достаточно равнодушное отношение к низкой эффективности хозяйствования.

В дореформенный период (1861 г.) государство, оставаясь абсолютистским, продолжало опекать предпринимательскую деятельность путем административного надзора и всевозможной регламентации

С началом реформ (1861 г.) в России начинается и *второй этап* развития предпринимательства. К этому времени в государстве насчитывалось 128 акционерных обществ с капиталом в 256 млн. руб., более двух сотен механических и литейных заводов с несколькими десятками тысяч рабочих. Реформа (19.02.1861 г.) дала импульс широкому и интенсивному развитию частного предпринимательства. В этом году в Петербурге появился первый в России частный коммерческий акционерный банк. В 1866 году была выдана первая концессия на постройку железной дороги Козлов – Воронеж. Прошли первые форумы отечественных предпринимателей – первый купеческий съезд (1865 г.) и первый Всероссийский съезд фабрикантов и заводчиков (1870 г.). Получила бурное развитие ведущая в современном рыночном хозяйстве форма предпринимательства: акционерно-паевая.

Отдельно следует заметить, что в рамках крестьянского хозяйства, реформа 1861 г. закончилась запретительными мерами – продажа и залог земли, выход из общины, а также ущемлялась личная свобода крестьянства. Однако процесс обнищания и разорения крестьянства как раз и вел к развитию предпринимательства в рамках капиталистических отношений. Отсталость крестьянского хозяйства, его низкий технический уровень, господство средневековых форм общинного землевладения при острой нехватке денежных средств вели к расширению отсталых, нерациональных форм хозяйствования.

В период с конца 50-х гг. XIX в. до Первой мировой войны (1914) мощный государственный сектор охватывал, кроме таких традиционно казенных отраслей, как связь, транспорт, оборонная промышленность, также и металлургию, горное производство, нефтедобычу, сельскохозяйственное производство, что вызывало недовольство предпринимателей. В главной отрасли российской экономики – сельском хозяйстве – казенными были в среднем 40 % земельных угодий, а по отдельным губерниям, в частности в Волгодонской и Архангельской – до 85-99 %.

Российская промышленность развивалась в данный период главным образом по линии вытеснения вотчинно-дворянской фабрики частнопредпринимательской промышленно-купеческой фабрикой, а затем за счет кустарных и мануфактурных предприятий. Российское законодательство в те годы выделяло такие организационные структуры предпринимательства, как единоличные организации, торговые дома и акционерно-паевые общества.

Торговые дома были двух видов: полные товарищества и товарищества на вере. В товариществе на вере, помимо несших полную ответственность «товарищей», участниками торгового дома были еще и лица, отвечающие в пределах своего вклада. Лицам, отдавшим предпочтение такой организационной форме

предпринимательства, как торговый дом, было достаточно всего лишь простого засвидетельствования в купеческих или городских управах – и дело считалось открытым. Учреждение же организаций акционерно-паевого типа, а также изменение каких-либо существенных условий их деятельности осуществлялось с разрешения правительства на основе законодательных актов.

К концу XIX – началу XX в. ведущую роль в промышленности Российской империи стали играть акционерные и паевые предпринимательские структуры. Цель акционерных обществ – мобилизация широкого круга лиц. В паевых предпринимательских структурах, где капитал уже имелся, пайщики руководствовались мотивами расширения и развития дела, стремясь к ограничению круга пайщиков в целях сохранения решающей роли за прежними владельцами организации.

К рубежу двух веков акционерно-паевые предпринимательские структуры (около 1300 ед.) доминировали в отраслях, давших вместе 2/3 всей промышленной продукции. В отраслях, выпускавших оставшуюся 1/3 промышленной продукции, господствовало, за небольшими исключениями, единоличное предпринимательство. Они играли ведущую роль, например, в мукомольном производстве, в лесоперерабатывающей промышленности, в винокурении и шерстяной промышленности. Крупные же единоличные организации конкурировали на равных с акционерными и паевыми организациями практически во всех отраслях российской промышленности.

Удельный вес акционерных обществ в валовом производстве был наиболее высоким в резиновой промышленности (89.7 %) и цементном производстве (42.4 %), льняной промышленности (48.5 %) и бумажной – (35.3 %).

К началу века наметились тенденции монополистического объединения российских предпринимателей. Несмотря на то, что интенсивные процессы монополизации экономики дооктябрьской России развернулись на 10 лет позднее (начало 80-х годов XIX в.), нежели в Западной Европе, к началу XX в. в стране насчитывалось уже около 140 различных монополистических объединений в 45 отраслях промышленности. Процессы монополизации охватили ведущие отрасли промышленности. В остальных отраслях они развивались чаще всего в каком-либо отдельном производстве: в промышленности стройматериалов, к примеру, было монополизировано цементное производство, а в пищевкусовой – сахарорафинадное.

На рубеже XX в. произошло вытеснение с лидирующих позиций мелкого и среднего предпринимательства крупными организациями. Если в 1890 г. крупные организации с годовым производством 100 тыс. рублей и более преобладали в 8 отраслях, то всего лишь через 10 лет, в 1900 г., крупное предпринимательство преобладало уже в 21-й отрасли (83.1 % валового промышленного производства). Процессы монополизации и оттеснения мелкого и среднего предпринимательства сопровождались резким сокращением общего количества предпринимательских единиц: с 31799 – в 1890 г. до 24572 – в 1908 г.<sup>1</sup>

Хотя отечественные предприниматели прибегали практически ко всем фор-

---

<sup>1</sup> Раку Ю.И. Из истории предпринимательства // Предприниматель. – № 1-2, 1992.

мам монополистических соглашений, включая тресты и концерны, в преобладающем числе случаев они объединялись в синдикаты. Первый в Российской империи синдикат (гвоздильных и проволочных заводов) возник в 1886 году, в следующем году синдикат образовали сахарозаводчики. В 1895 году они добились введения государственной сахарной нормировки, предусматривавшей ограничение производства сахара и его поставок на внутренний рынок в целях поддержания на нем высоких цен. Однако наиболее активно образование синдикатов в российской промышленности происходило в 1902-1904 гг. В этот период начали функционировать объединения синдикатского типа «Трубопродажа», «Продвагон», «Продуголь», «Продамет», который объединил 30 металлургических заводов, монополизировав таким образом 4/5 всей дооктябрьской металлургической продукции. Тем не менее, в рассматриваемый период в нашей стране монополия одной организации была исключением.

Типичной же была иная ситуация: олигополия нескольких крупных организаций. В резиновой промышленности, например, конкурировали «Треугольник» и «Проводник», в нефтяной промышленности – «Товарищество Нобель», «Англо-голландский трест» и «Русское генеральное нефтяное общество».

В сельском хозяйстве, в начале века, наметился переход от мелкотоварного производства, основанного на личном труде, к крупному товарному производству.

По указу от 9 ноября 1906 г. признавались следующие виды собственности на землю: общинная; надельная (семейная); личная.

Предпочтение, при этом, отдавалось личной собственности. Считалось, что общинное землевладение препятствует развитию крупного товарного производства. В этот период уже появились зачатки предпринимательского риска, так как вышеназванный указ не гарантировал частного собственника от возможной утраты собственности, а, следовательно, средств производства.

Развивалась крестьянская кооперация, производственные и торговые товарищества. После 1917 г., кооперация в короткий срок превратилась в мощную централизованную систему, способную выполнить общегосударственные задачи. Всеми видами кооперативов было охвачено почти 7 млн. крестьянских хозяйств или около 26 млн. человек.

Жизненность принципов кооперирования подтверждалась развитием не только простейших, но и высших форм кооперирования – колхозов. Особенно с переходом к НЭПу деятельность колхозов была поставлена на более прочную организационную и хозяйственную основу. В этот период складываются различные организационные формы колхозов: коммуны, артели, товарищества по совместной обработке земли. Нужно заметить, что к концу 1925 г. артели составляли две трети всей численности колхозов. НЭП обеспечивал материальную заинтересованность крестьянства в развитии своего хозяйства, в максимальном увеличении его продукции.

Зарубежная деятельность российского предпринимательства чаще всего сводилась к экспорту товаров, который резко преобладал над вывозом капитала. С 1900 по 1913 гг. оборот внешней торговли Российской империи вырос в два с лишним раза, в основном за счет хлеба. Его экспорт в предвоенные пять лет в

среднем составлял 727 млн. пудов. Россия занимала, как известно, первое место по вывозу хлеба (1/3 мирового экспорта хлеба), оставляя позади Аргентину и США.

В Западную Европу российские предприниматели вывозили преимущественно сырьевые товары, а также продовольствие: лес, лен, кожу, яйца, хлеб. В восточные страны – промышленные товары (главным образом хлопчатобумажная ткань, шерсть, нефтепродукты, марганцевая руда, стекло, металлические изделия).

Экспорт же капитала не практиковался отечественными предпринимателями в сколько-нибудь широких масштабах. Они вывозили свой капитал в основном в страны Востока. Особенно значительные капиталовложения были помещены в Китае и Манчжурии – 750 млн. рублей. Напротив, иностранные предприниматели активно инвестировали свой капитал в нашу экономику, что играло существенную роль в развитии российской экономики. На начало 90-х годов приходится период особо интенсивного прилива иностранного капитала. Эти капиталовложения составляли более трети всех капвложений в российские ценные бумаги. Доля участия иностранных предпринимателей в российских акционерных обществах также росла довольно высокими темпами: в 1893 году она составила 23 % , в 1900 – 35 %, в 1908 – 40 %. Иностранные предприниматели вкладывали свой капитал преимущественно (3/5 от общей суммы) в три отрасли российской промышленности – горную, металлургическую и металлообрабатывающую. В горной промышленности, к слову, удельный вес зарубежного капитала уже в 1890 году превышал вклады отечественных предпринимателей, а к концу XX века составлял 70 %.

Первое место по числу и по сумме акционерного капитала в начале XX века занимали бельгийские общества, функционировавшие, главным образом, в каменноугольной, металлургической промышленности, металлообработке, производстве стройматериалов, а также в сфере городского транспорта Российской империи. На втором месте закрепились французские предприниматели, а третье место занимали германские общества, вкладывавшие свой капитал в химию, электропромышленность и банковское дело<sup>1</sup>.

В целом предпринимательство во второй половине XIX в. – начале XX в. получило наибольшие в России возможности развития. Однако противоречия общественной и экономической системы не могли не оказать влияния на развитие предпринимательства. Попытки более энергично идти по пути реформ, предпринятые Витте и Столыпиным, до такой степени изменили жизнь людей, что общество всей силой своих традиций и энергии «под корень уничтожило недостаточно прочные основания частного интереса и социальной независимости». Тем более что предпринимательская деятельность и ее носители давали много поводов для недовольства, даже ненависти, со стороны других групп населения. Но можно утверждать, что не сама предпринимательская деятельность, а условия, в которые она была поставлена в России, заставляли ее носителей обманывать, приспосабливаться, обходить закон, который все запрещает, – и все это в

---

<sup>1</sup> Раку Ю.И. Из истории предпринимательства // Предприниматель. – № 1-2. – 1992.

гораздо больших объемах, чем при нормальных экономических отношениях. Если бы капитализм развивался естественно и постепенно, он бы проникал в жизнь людей с определенными привычками, этическими и профессиональными нормами, которые бы передавались из поколения в поколение. Такой постепенности не было отпущено России даже в самый благоприятный период в истории отечественного предпринимательства – 1861-1917 гг.

Период с октября 1917 года до начала 1920-х годов можно условно назвать *третьим этапом развития отечественного предпринимательства*. Его особенностью было широкое вытеснение предпринимательства из экономической жизни. Такая политика вытекала из марксистских представлений о коммунистическом обществе. Рассматривая предпринимательскую деятельность, классики марксизма связывали ее, прежде всего, с частной собственностью и эксплуатацией, хотя и признавали созидательные и организаторские функции предпринимателя. Во-первых, производительный труд сводился марксистами к преобразованию предметов труда и управлению этим процессом; предпринимательский же доход рассматривался как часть прибавочной стоимости, а деятельность, направленная на получение предпринимательского дохода – как форма эксплуатации рабочего класса. Во-вторых, обобществление производства трактовалось, в основном, как его огосударствление, национализация частного имущества, превращение народного хозяйства в единую фабрику, сверхсиндикат. В-третьих, планомерность понималась как централизованное установление заданий по производству, поставкам и ценам на продукцию всех участков этого синдиката, а распределение по труду – как оплата по количеству и сложности труда, затраченного на выполнение плановых заданий, практически без учета соотношения затрат и результатов<sup>1</sup>.

Эти выводы верны не для любой экономики, а лишь для той, которая действует при административно-командной системе, где народное хозяйство рассматривается как одна фабрика, а партийно-государственный центр – как единственный собственник и предприниматель. Поэтому во всех сферах общественной жизни установилась государственная монополия. Была осуществлена национализация крупных промышленных предприятий, а через некоторое время и мелких частных предприятий. В сельском хозяйстве упор делался на уравнительный передел земли с последующим развитием крупных коллективных хозяйств. Введение хлебной монополии государства подрывало конкуренцию между производителями сельхозпродукции. Монопольное положение государства, централизация, лишение самостоятельности производителей, устранение конкуренции между ними – все это тормозило развитие предпринимательства. Однако говорить, что предпринимательские отношения в те годы не существовали, будет неправильно. Предпринимательской деятельностью продолжало заниматься немало количество мелких и средних самостоятельных (частных) хозяев. Одни из них относились к «бывшим», другие в условиях мелкотоварного сектора экономики только нарождались. Тем не менее, сфера предпринимательской деятельности

---

<sup>1</sup> Бляхман Л. Предпринимательство в России. Экономика и организация. – СПб.: СПб ГУ, 1995.

постоянно сужалась. Государство проводило свою политику последовательно и бескомпромиссно.

Период НЭПа знаменовал собой новый (*четвертый*) этап. Началом НЭПа можно считать утверждение Советом Труда и Обороны (СТО) «Основных положений к восстановлению крупной промышленности, поднятию и развитию производства» от 12.08.1926 г., где провозглашался перевод промышленных трестов на хозяйственный и коммерческий расчет. Далее было принятие ЦИК и СНК СССР 29.06.1927 г. «Положения о государственных трестах», юридически оформившего произошедшую на практике трансформацию коммерческого хозрасчета в хозрасчет административный. В концепции новой экономической политики возрождение предпринимательской деятельности рассматривалось как вынужденная необходимость, отступление перед капитализмом. В период НЭПа интересы государства, как никогда ранее, были четко сформулированы: держать предпринимателей для своих целей, «... лишь в меру допустить развитие этих отношений, которые полезны и необходимы в остановке мелкого производства, и чтобы контролировать эти отношения»<sup>1</sup>. Но даже в этих условиях предпринимательство стало развиваться на всех уровнях.

По сути, предпринимательскими функциями стало заниматься государство, что, в частности, проявилось в концессиях. Концессия представляла собой договор между Советским государством и иностранным капиталистом, в соответствии с которым, капиталисту передавались для эксплуатации определенные объекты или участки земли. Расчет с государством производился как в натуре – произведенной продукцией, так и в денежной форме. От использования объекта концессионер получал прибыль. По видам собственности концессии делились на смешанные (государственный и частный капитал вносились на паях) и частные (весь капитал принадлежал иностранцу). Первые договора о концессиях были заключены уже в 1921 г. В их числе можно назвать концессию между правительством РСФСР и Большим Северным телеграфным обществом на эксплуатацию подводных телеграфных линий между Россией, Данией, Японией, Китаем, Швецией и Финляндией; русско-германское общество воздушных сообщений «Дерулюфт» и другие.

Особой сферой экономической деятельности государства в эти годы являлось содействие и прямое участие в акционерных обществах. Акционерная форма широко использовалась государством как организационная форма государственных предприятий. Так появились государственные и смешанные акционерные общества. Наибольшего расцвета акционерное предпринимательство достигло к середине 1920-х годов.

Многоукладный характер экономики, возрастание роли экономических факторов развития создавали благоприятные предпосылки для развития предпринимательства и на более низких уровнях. Отражением этого процесса явился переход к многообразию форм хозяйствования: аренде, кооперации, акционированию, коммандитным товариществам и т. д. В литературе тех лет такие объединения напрямую назывались капиталистическими.

---

<sup>1</sup> Ленин В.И. Полн. собр. соч. – Т. 43. – С. 222.

Годы НЭПа создали благоприятные предпосылки для активизации частного предпринимательства. Так как этому способствовали два обстоятельства: денационализация мелких предприятий и законодательное разрешение учредительской деятельности. Без предварительного уведомления местных органов власти частные лица могли, например, открыть промышленное предприятие с числом наемных рабочих от 10 до 20 человек. С момента официального признания частных предпринимателей они весьма успешно стали конкурировать с государственными предприятиями. Небольшие производства позволяли гибко реагировать на изменения конъюнктуры рынка, ибо мелкий бизнес незамедлительно пользовался ошибками и трудностями госпредприятий. Конечно, нельзя преувеличивать успехи частных предпринимателей, так как в их деятельности было немало и негативных черт (беспоощадная эксплуатация наемных рабочих, нездоровая криминогенная обстановка и т. д.).

Оценивая в целом годы НЭПа, следует отметить, что оживление деловой активности ускорило процесс экономической реконструкции. К середине 1920-х годов были почти полностью восстановлены тяжелая промышленность и транспорт, превысило довоенный уровень сельскохозяйственное производство, впечатляющих результатов добилась торговля. Изменения в экономике способствовали повышению уровня жизни людей. Однако в этот период предпринимательство рассматривалось как чуждое социализму явление, и поэтому экономические условия развития предпринимательской деятельности в тот период слабо укреплялись.

*Пятый этап в истории отечественного предпринимательства* был самым драматичным. Он охватил период, длившийся около 60 лет: с конца 1920-х годов до второй половины 1980-х годов. Это был период безраздельного господства административно-командной системы. Из легального сектора экономики предпринимательство практически было изгнано (если не считать остатков индивидуально-ремесленной деятельности) и перешло на нелегальное положение, переместившись в теневую экономику. Став одной из составных частей этого сектора экономики, предпринимательская деятельность в меньших масштабах и с большей для себя опасностью все же продолжала свое существование.

Уйдя «в тень», предприниматели пытались реализовать свой коммерческий опыт через спекуляцию под вывеской колхозной или комиссионной торговли. Предприимчивые рабочие организовывали частное производство предметов хозяйственного обихода, запасных частей и изделий. На протяжении десятилетий «теневики» весьма успешно конкурировали с государственным сектором. Например, государство производило новую технику, но не обеспечивало ей соответствующую инфраструктуру. На этой основе развивался частный автосервис, другие виды услуг. Конкурентоспособности «теневого» бизнеса способствовала его ориентация на спрос, гибкость производства, высокий оборот капитала.

Трудности государственной экономики невольно способствовали активизации теневиков. Не случайно последние десятилетия были годами резкого увеличения масштабов теневой экономики. Если в начале 1960-х годов ее годовой объем в стране исчислялся в размере 5 млрд. рублей, то к концу 1980-х годов эта цифра составляла уже 90 млрд. рублей.

В 1980-е годы стали наблюдаться некоторые новые явления, направленные на повышение трудовой активности. В частности, была поставлена задача о коренной перестройке самой системы хозяйствования. Административно-командная система стала разрушаться, формировались условия для перехода к рыночной модели общества. Был поставлен вопрос о формировании нового экономического мышления, составной частью которого называлась социалистическая предприимчивость. Это потребовало принципиальным образом изменить отношение к таким явлениям, как частная собственность, конкуренция, предпринимательство.

Во второй половине 1980-х годов при возрождении некогда забытых форм хозяйствования – подряд, аренда, кооперация – начался *шестой этап* развития предпринимательства.

На начало 1988 г. 90 % всех кооперативных предприятий и более 90 % реализованной ими продукции приходилось на производство товаров народного потребления, бытового обслуживания, заготовки и переработки вторичного сырья. Кооперативы объединяли различные виды деятельности. К 1991 г. они охватывали более 20 видов производств и услуг, в том числе строительные работы, работы по производству стройматериалов и продукции производственно-технического назначения, сельскохозяйственные, научно-технические, по оказанию медицинских услуг, художественно-оформительские, работы по организации досуга, транспортные услуги и т. п. Их насчитывалось 134,6 тыс.

Особенность кооперативного сектора заключалась в том, что он существенным образом зависел от государственного и развивался на его основе, так как более 80 % кооперативов было создано при госпредприятиях, у которых они арендовали 58 % основных фондов. Только 36 % основных фондов принадлежали кооперативам. Часть кооперативов, по существу, превратились в частнопредпринимательские предприятия. Кооперативам, организованным при предприятиях или в их составе присущи проблемы. Во-первых, такие кооперативы, как правило, не выходили напрямую на потребительский рынок и работали, прежде всего, на внутрипроизводственные нужды. А ведь именно с развитием кооперации связывались надежды на пополнение рынка потребительских товаров и услуг. Во-вторых, они были каналом перевода безналичных финансовых ресурсов в наличные.

Именно в это время происходит наиболее быстрый рост малых предприятий в различных организационно-правовых формах. В 1990 г. в стране насчитывалось уже 200 тыс. малых предприятий, на которых было занято почти 5 млн. человек, объем производимой ими продукции оценивался в 40 млрд. руб.

Этому способствовало принятие новых законов о собственности, о предприятиях и предпринимательской деятельности и ряда других. Так, в частности, в Законе РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности» предпринимательство понимается как инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли. «Предпринимательская деятельность осуществляется гражданами под свой риск и под имущественную ответственность в пределах, определяемых организационно-правовой формой предприятия, в условиях развития самостоятельности, инициа-

тивы, ответственности, риска, активного поиска, динамичности, мобильности»<sup>1</sup>. Таким образом, под развитие предпринимательской деятельности в 1990 г. подведена юридическая основа.

1992 г. характеризовался самыми высокими с середины 1980-х годов темпами роста числа малых предприятий (в 2,1 раза) и численности занятых в них (7,7 % от общего числа занятых). В это время наблюдается становление рыночной инфраструктуры (коммерческие банки, биржи, оптовые и посреднические организации и т. п.), коммерческой торговли, укрепление финансовых институтов.

С началом широкомасштабной приватизации развитие предпринимательства получает мощный импульс. В это время (1993-1994 гг.) появилось множество собственников и наблюдалось интенсивное участие малого предпринимательства в сфере услуг, торговли, общественного питания, легкой промышленности, производящей товары массового потребления и длительного пользования. Были заложены основы рыночных отношений. Сформировавшиеся капиталы давали основание предполагать об их способности к инвестиционной деятельности, к развитию предпринимательства. В результате разгосударствления и приватизации предприятий развивается свободная конкуренция, как необходимый атрибут рыночных отношений.

Развитие малого предпринимательства происходит по следующим основным направлениям:

- создание общественных организаций и фондов поддержки, что позволяет не только не угаснуть малому предпринимательству, но и сохранить свои активные позиции в региональной экономике;
- развитие базовых элементов системы информационного обеспечения малого предпринимательства на региональном уровне, включая необходимые технические и программные средства, организационные решения, базы данных;
- совершенствование законодательной и нормативной базы в области государственной поддержки малого предпринимательства;
- реализация инновационных процессов в малом предпринимательстве;
- осуществление мероприятий по кредитованию малого предпринимательства.

Статистические данные свидетельствуют, что в 2002 г. работало более 875 тыс. малых предприятий с общей занятостью свыше 7,5 млн. человек. Доля в производстве ВВП при таких показателях составляет более 10 %.

Для рыночной экономики важна не только рыночная конкуренция, но и другая характеристика, именуемая «концентрация капитала». Именно поэтому при достижении определенных экономических результатов, объективно необходимым стало создание крупных организаций корпоративного типа. По отношению к ним малое предпринимательство выступает как источник факторов производства, как рынок сбыта готовой продукции и источник личной предприниматель-

---

<sup>1</sup> «О предприятиях и предпринимательской деятельности» Закон Российской Федерации Социалистической республики № 445-1 от 25.12.1990 г. // Экономика и жизнь. – № 4. – 1991.

ской инициативы<sup>1</sup>. Основной и главной особенностью развития предпринимательства современной России является соответствие таким условиям деятельности, когда малое предпринимательство и корпоративный сектор предполагают параллельность действия и взаимовлияние.

Как показывает не только зарубежная, но и отечественная практика, появление корпоративных структур вытекает из логики развития предпринимательства, когда накопленные ресурсы полностью (или почти полностью) вкладываются в развитие собственно предпринимательства.

Особенность предпринимательства в рамках корпоративной структуры заключается в том, что, несмотря на хозяйственную независимость объединенных организаций, существуют сильные взаимные этические, организационные, финансовые, деловые и иные связи, делающие корпоративные структуры устойчивыми и надежными партнерами в предпринимательской деятельности.

Способы организации, формы и методы функционирования ФПГ обеспечивают эффективность их деятельности и способствуют консолидации промышленного и финансового капитала. Региональные ФПГ развиваются в регионах с диверсифицированной экономической структурой. Деятельность ФПГ технологического направления получили развитие в нефтегазодобыче и нефтепереработке, в металлургии и производстве композитных материалов, машиностроении, деревообработке, производстве материалов для жилищного строительства в инвестиционно-строительном комплексе.

С целью расширения возможностей предпринимательства в области строительно-монтажных работ, промышленности, научной и проектной деятельности на добровольной основе создаются ассоциации, создаваемые по отраслевому, межотраслевому и территориальному признаку.

Таким образом, на современном этапе развития предпринимательства быстро складывается самоорганизующийся корпоративный сектор экономики, субъектами которого являются такие формы объединений как ФПГ, ассоциации и др. Этот факт свидетельствует о новом повороте и переходе на иные социально-экономические и политические отношения в начале XXI века<sup>2</sup>.

Правовой фундамент предпринимательства в России в настоящее время составляют:

1. Конституция РФ от 12.12.1993 г., которая гарантирует единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержку конкуренции, свободу экономической деятельности, признание и защиту равным образом частной, государственной, муниципальной и иных форм собственности.

2. Гражданский кодекс РФ (ч. I принята 21.10.94, ч. II – 26.01.1996) – это своего рода «конституция» предпринимательства, так как в нем унифицировано правовое регулирование рыночных отношений, закреплены основные принципы

---

<sup>1</sup> Макинтайр Р. Малые предприятия в экономике переходного периода: анализ проблем и экономическая политика // Экономическая наука современной России, 2002. – № 1. – С. 125.

<sup>2</sup> Подробнее см.: Асаул А.Н., Батрак А.В. Корпоративные структуры в региональном инвестиционно-строительном комплексе. – М.: Изд-во АСВ; СПб.: СПбГАСУ, 2001. – 168 с.

гражданско-правового регулирования, обеспечены неприкосновенность и равенство защиты всех форм собственности, гарантировано развитие не противоречащих закону видов предпринимательской деятельности.

3. Федеральные законы Российской Федерации специального назначения: «Об акционерных обществах» от 26.12.1995г. №202-ФЗ; «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 г. №7-ФЗ; «О производственных кооперативах» от 8.05.1996 г. № 41-ФЗ; «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8.02.1998 г. № 14-ФЗ.

4. Федеральные законы Российской Федерации общего назначения: «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» от 12.05.1995 г.; «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.1991 г.; «Об инвестиционной деятельности» от 26.06.1991 г.; «Об иностранных инвестициях» от 04.07.1991 г.; другие федеральные законы, указы Президента, постановления Правительства, нормативные акты федеральных и местных органов власти.

Не рассматривая критически сущность этих документов, отметим, что к настоящему времени в России создана современная, достаточная и полная нормативно-правовая база для предпринимательской деятельности.

## 1.2. Генезис предпринимательства

В римском праве «предпринимательство» рассматривалось как занятие, дело, деятельность, особенно коммерческая.

Эволюция терминологической, содержательной сущности предпринимателя и предпринимательской деятельности связана с историей становления обмена, производства и распределения товаров и услуг, с уровнем развития научно-технического прогресса.

Достаточно простое и весьма емкое определение предпринимательства дает В.И. Даль. В частности, он пишет, что «предпринимать» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного»: отсюда «предприниматель» – «предпринявший» что-либо.

В современной экономической литературе в большинстве случаев сущность этого явления подменяется целью предпринимательской деятельности. Так, например, в «Большом экономическом словаре» под общей редакцией А. Н. Азриляна дается следующее определение: «Предпринимательство – инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица»<sup>1</sup>. В учебниках предпринимательство определяется как непосредственная, самостоятельная, систематическая, на собственный риск деятельность по выполнению работ, оказанию услуг с целью получения прибыли, которая осуществляется физическими и юридическими лицами, зарегистрированными, как

---

<sup>1</sup> Большой экономический словарь. – М.: Институт экономики, 1994. – С. 313.

субъекты предпринимательской деятельности в порядке, установленном законодательством. Именно этот подход, в России закреплен законодательно<sup>1</sup>. *Согласно современному российскому законодательству, под предпринимательской деятельностью понимается «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом – продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке»<sup>2</sup>* (Рис. 1.1).

Предпринимательство принято определять как:

- деятельность, направленную на максимизацию прибыли;
- инициативную деятельность предпринимателей, заключающуюся в производстве товаров и оказании услуг, результатом которой является прибыль;
- процесс организационной новации;
- прямую функцию реализации собственности;
- действия, направленные на возрастание капитала, и развитие производства;
- специфический вид деятельности, направленный на неустанный поиск изменений в существующих формах жизни предприятий и общества, постоянная реализация этих изменений;
- как стиль хозяйствования;
- как процесс организации и осуществления деятельности в условиях рынка;
- как взаимодействие субъектов рынка и т. д.

Рассматривая предпринимательство как продукт рыночного хозяйства, в историческом аспекте, мы видим, что развитие рыночного хозяйства является катализатором изменений в предпринимательстве, а именно: организационных форм, предпринимательских функций, масштабов и сфер применения.

Соответственно, и терминологическая сущность и содержание, вкладываемые в понятие «предпринимательство», менялись и упорядочивались в процессе развития экономической теории.

Принято считать, что одним из первых, кто серьезно заинтересовался предпринимательством, был А. Смит. Однако лет за десять до него этими проблемами очень интенсивно занимался Р. Кантильон.

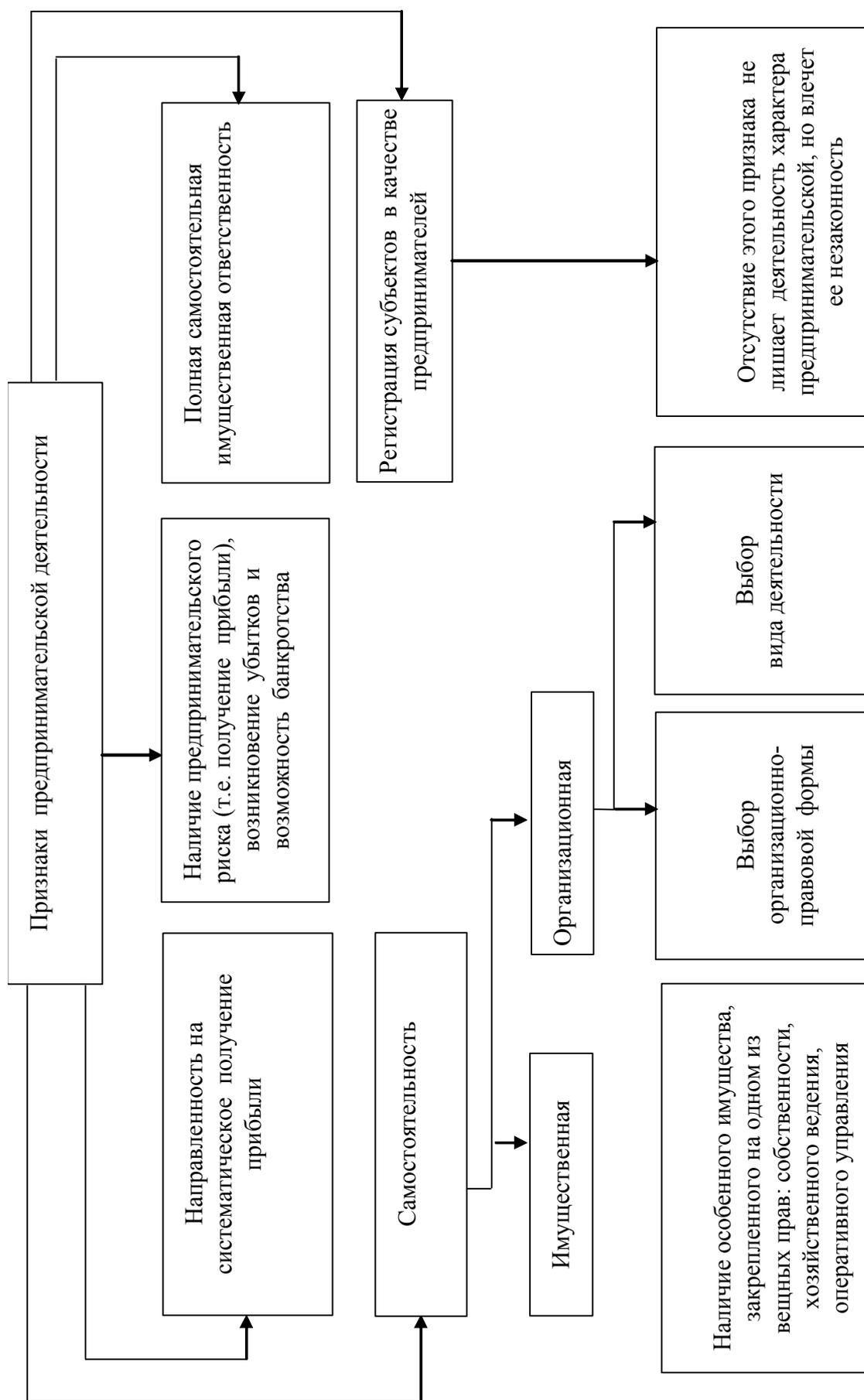
Именно он сформулировал тезис, согласно которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать их дороже.

Именно он назвал этих субъектов рынка предпринимателями («предприниматель» – в переводе с французского «посредник»), а новые явления хозяйственной деятельности – предпринимательством.

---

<sup>1</sup> Закон РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14 июля 1995 года № 88-ФЗ, ГК РФ и др.

<sup>2</sup> Гражданский кодекс РФ. Часть 1, Раздел 1, Подраздел 1., Гл.1 ст.2.



**Рис. 1. 1.** – Юридическая трактовка предпринимательской деятельности

Процесс развития теории предпринимательства проходил на основе осмысления практики предпринимательства в четыре этапа: на *первом* этапе внимание концентрировалось на риске предпринимателя. Р. Кантильон в XVIII веке впервые выдвинул положение о риске в качестве основной функциональной характеристики предпринимательства.

Утверждалось, что предприниматель – это любой индивид, обладающий предвидением и желающий принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются не только надеждой получить доход, но и готовностью к потерям. Последователями этой теории были представители немецкой классической школы XIX века И. Тюнен и Г. Мангольдт, а также американский экономист Ф. Найт.

В исторической ретроспективе исходным пунктом приложения предпринимательской инициативы была торговая деятельность, которая была связана с перемещением товаров с рынка на рынок, а источником дохода служила разница в ценах. В этот период предпринимательство играло подчиненную, вспомогательную роль, а его функциональное содержание ограничивалось поиском сфер прибыльного приложения капитала, притом в условиях практически полного отсутствия институциональной организации рыночного хозяйства. *В этих условиях доминирующими признаками предпринимательства были высокая степень риска и, соответственно, стремление к максимизации прибыли, а предпринимательская функция являлась монополией собственника, единоначально определяющего все стороны своей деятельности и возлагающего на себя полную ответственность за ее результаты.* Не случайно именно эти признаки и были зафиксированы экономистами XVIII века как определяющие сущность предпринимательства.

По мере усложнения предпринимательской деятельности и обособлений функций собственности и управления, содержательный момент предпринимательства переносится в сферу организации и управления им.

Развитие этих представлений неоклассической теории привело к интерпретации *предпринимателя как менеджера, комбинирующего факторы производства, а предпринимательство – как управленческой функции*<sup>1</sup>, которая, как утверждает Д.Б. Кларк, *не связана ни с трудом, ни с собственностью на капитал; она состоит целиком в установлении и поддержании эффективных взаимодействий между факторами производства.*

*Второй этап* научного осмысления предпринимательства концентрирует внимание на личности предпринимателя. В. Зомбарт и Ж. Пилевский рассматривали предпринимателя и предпринимательство в исторической перспективе, акцентируя внимание на преимуществах обществ где действуют люди с предпринимательскими способностями. Однако в целом, эту волну связывают с именем Й. Шумпетера, полагавшего, что в основе экономического развития положена специфическая функция предпринимателя, которая проявляется всякий раз в стремлении использовать «новую комбинацию» факторов производства, следствием чего является нововведение, инновация. Если вместо количества факторов

---

<sup>1</sup> А. Маршалл, К Меигер, Л. Вальрас, Ф Визу, Д.Б. Кларк, Дж.Р.Хикс.

мы меняем саму форму функции, то получаем нововведение. *Трактовка предпринимательства как новаторства, а предпринимателя – как лица, являющегося движущей силой прогрессивных изменений в экономике, соответствовала этапу развертывания НТР.*

Многофункциональная модель предпринимательства возникла на *третьем этапе*, со второй половины XX в. в результате теоретических исследований Й. Шумпетера, а также представлений новоавстрийской школы – Л. Мизеса и Ф. Хайека. В них впервые предпринимательство было рассмотрено как процесс развития идеи, а их последователь И. Кирцнер построил теорию предпринимательства как процесс перехода от одного равновесного состояния «арбитражных» сделок к другому.

С точки зрения Й. Шумпетера, специфическая роль предпринимателей состоит в преодолении инерционности экономической системы и стремления хозяйственных субъектов действовать согласно установившимся практикам<sup>1</sup>. Сама по себе экономическая система обладает, по Шумпетеру, колоссальным инерционным потенциалом. Любая инновация в хозяйственной сфере сопряжена с определенным риском, которого большинство экономических субъектов стремятся избежать. В результате, они чаще склонны действовать традиционно, а не новаторски, даже в ущерб собственной выгоде: бизнесмены не спешат вкладывать капитал в новые предприятия (даже если их рентабельность не вызывает сомнений), управляющие предпочитают сохранять профиль корпоративной деятельности (даже если другие отрасли представляют возможности для роста), работники не любят менять место работы (даже если им предлагают более выгодные условия).

Поскольку такая инерционность является свойством социально-экономической среды, субъекты хозяйствования часто не склонны к инновациям не в силу собственной неадекватности, а как раз наоборот – по причине рациональной природы их действий. Стремление адаптироваться к устойчиво функционирующей среде заставляет отказываться от выгодных капиталовложений, внедрения новых технологий, кадровых комбинаций и т. п. «Наилучшие с экономической точки зрения и технически наиболее совершенные комбинации [производительных сил], – пишет Й. Шумпетер, – хотя и с неизбежностью, но все же очень часто не совпадают, причем вследствие приспособления экономики к правильно распознанным условиям, а не просто в силу отсутствия знаний или инертности»<sup>2</sup>.

При этом Й. Шумпетер указывает, что наибольшие прибыли и убытки получаются в результате стихийных, заранее непрогнозируемых изменений внешней среды. В результате именно таких изменений возникают новые ситуации, приспособление к которым требует некоторого времени. «И до того, как это произошло, в народном хозяйстве можно наблюдать значительное число случаев положительной или отрицательной разницы между издержками и доходами»<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Шумпетер И. Теория экономического развития. – М., 1982. – С.63-64.

<sup>2</sup> Там же. – С. 73.

<sup>3</sup> Там же. – С. 98.

Речь идет о возможности получения определенным предприятием конкурентного преимущества в условиях неожиданного изменения внешней среды. Логика Й. Шумпетера заключается в том, что *предпринимательство представляет собой деятельность по сознательному внесению возмущений в хозяйственную среду в расчете на получение конкурентного преимущества и, как следствие, высокого дохода.*

С переходом к индустриальной стадии производства, приоритетной сферой приложения предпринимательства становятся отрасли материального производства. Теперь уже не игра на разнице рыночных цен, а поиск наиболее рациональной комбинации применяемых факторов, то есть эффективного способа производства, становится условием предпринимательского успеха. Усложнение деятельности повлекло за собой усложнение и предпринимательской функции, обусловившее ее рассредоточение в соответствии с управленческой структурой хозяйственной организации. Предпринимательская функция перестает быть монополией собственника, а содержательная сторона предпринимательства усматривается в комбинировании факторами производства с целью их наиболее эффективного использования.

Производить, в концепции И. Шумпетера, означает «комбинировать имеющиеся в нашей сфере вещи и силы»<sup>1</sup>. Производственная инновация – это создание новой комбинации такого рода. Рыночная конкуренция представляет собой не что иное, как конкуренцию таких комбинаций<sup>2</sup>, одни из которых оказываются сильнее и приносят их авторам (или хозяевам) доходы и почести, другие – не оправдывают возлагавшихся на них надежд, их инициаторы не получают вознаграждения, а часто и компенсации за вложенные силы и средства,

Вклад этого ученого в развитие теоретической базы исследования феномена предпринимательства определяется двумя факторами:

Й. Шумпетер первым:

1) представил развернутую концептуальную схему анализа предпринимательства как самостоятельного феномена, не сводимого напрямую к феномену капиталистического производства,

2) дал развернутое обоснование позитивной роли предпринимателей в экономической системе, положив тем самым начало развитию конструктивных теорий предпринимательства.

Современный период развития теории предпринимательства можно отнести к *четвертому* этапу. Постиндустриальная стадия развития общества с характерным для нее ростом роли новаторства и социализации производства, установила иные приоритеты хозяйствования. *Не рационализация использования ресурсов, а рационализация самой формы и способа хозяйствования становится ключевым звеном предпринимательской деятельности. Целевые устремления связаны с обеспечением долгосрочной устойчивости хозяйственной организации, а не с максимизацией частного результата. Ключевую роль играет не приспособление к меняющимся условиям, а способность преобразовывать сами условия хозяйст-*

---

<sup>1</sup> Шумпетер И. Указ. соч. – С. 158

<sup>2</sup> Там же. – С. 160

вования в соответствии с тенденциями развития общественных потребностей и производства. Поэтому в постиндустриальной экономике инновационная деятельность становится определяющим признаком предпринимательства, а само оно начинает играть главенствующую роль в общественном производстве. В трудах П. Друкера<sup>1</sup> рассматривается не только сущностные, но и управленческие аспекты предпринимательской деятельности, переходя на междисциплинарный уровень анализа. Работы Г. Пиншота положили начало формированию современных концепций внутрифирменного предпринимательства, укрепили понимание предпринимательства как глобального процессного явления, не обязательно ассоциируемого с понятием собственности.

На научное осмысление предпринимательства оказали влияние и достижения институциональной теории, рассматривающей организации (в том числе и предпринимательские) как открытые системы. Создание синергетической экономической теории, описывающей неравновесное динамично эволюционирующее общество разнообразных открытых экономических систем, повлияло на понимание самого понятия «предпринимательство».

Синергетический подход, исходящий из открытости системы, акцентирует взаимосвязь предпринимателя и среды его деятельности – определяет *предпринимательство как процесс самообновления и самоорганизации индивидуумов и предприятий, осуществляемый во взаимодействии с внешней и внутренней средой*. Этот процесс преследует цель *максимизации возможностей предпринимателя удовлетворять комплекс его социально-экономических потребностей (а не максимизация прибыли)* в рамках неравновесного динамического баланса противоречивых социально-экономических интересов участников этого процесса – индивидуумов, организаций и общества в целом. *Принципиальная особенность синергетического подхода к теории предпринимательства содержится в учете единства предметно-материального и идеально-творческого начал в предпринимательской деятельности*<sup>2 3</sup> (Рис. 1.2).

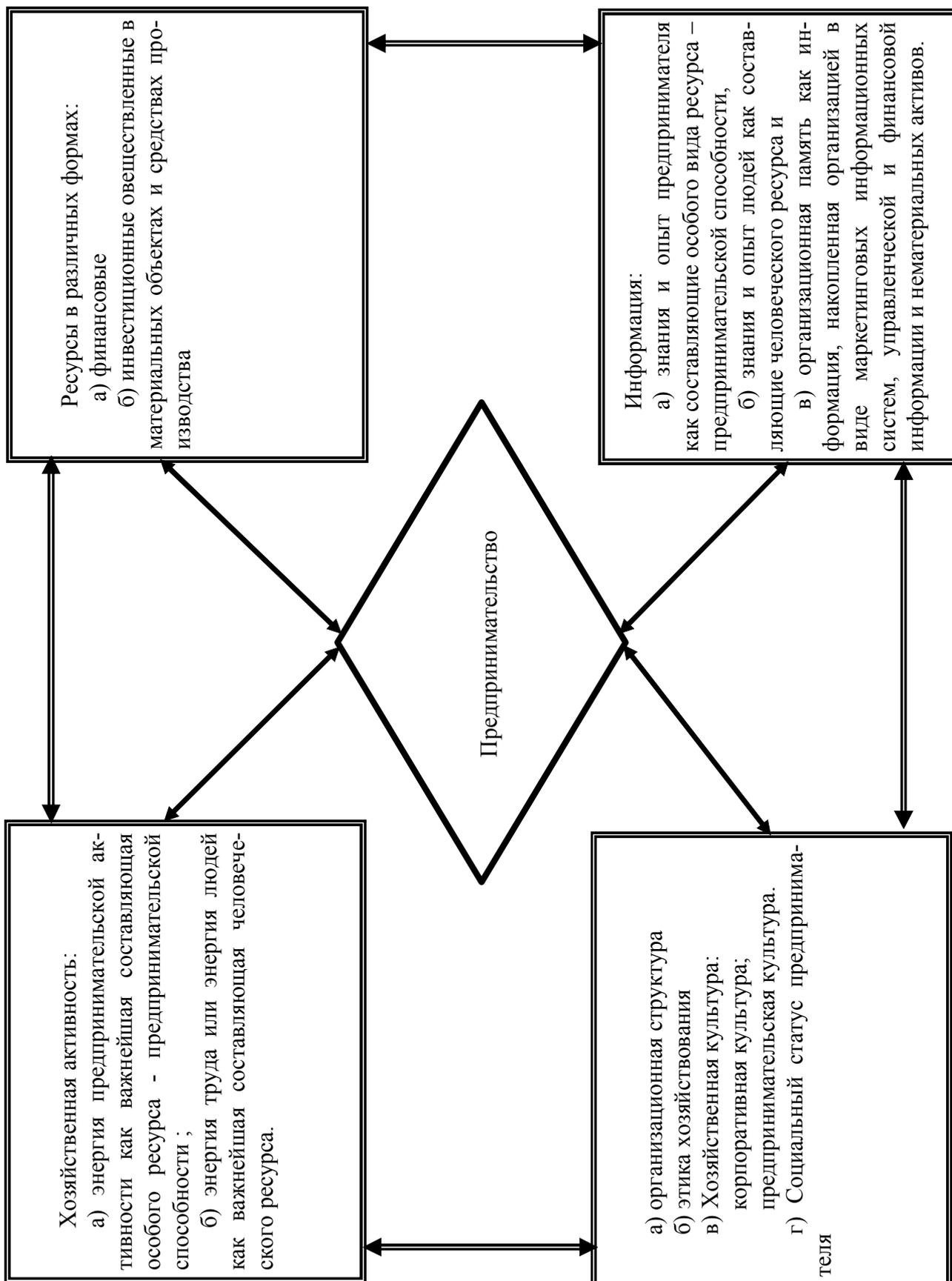
В сущности, *специфика предпринимательства как особого типа хозяйственного поведения* выражается в непрерывно осуществляемой цепи обменных операций. Между тем, сам по себе обмен становится источником

---

<sup>1</sup> Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальное решение. М.: Фаир-пресс,

<sup>2</sup> Колесникова Л. Предпринимательство: от «максимизации прибыли» к синергии социально-экономических систем // Вопросы экономики. – 2001. – № 10.

<sup>3</sup> Необходимо отметить, что старообрядческий тип хозяйствования, сыгравший ключевую роль в развитии русского предпринимательства, предполагает неразрывную связь материальной жизни с высокой религиозной духовностью, связь действий в природном мире с миром божественным, ибо не существует «чистого» духа, без материи. Значит, и спастись можно, преобразуя не только свою душу, мир мыслей и чувств, но и свое тело и окружающий мир, в котором оно живет и действует.



**Рис. 1.2.** – Единство материального и идеального начал предпринимательства

предпринимательства только тогда, когда превращается в составное звено единого хозяйственного оборота, а производство для обмена становится определяющей функцией хозяйствующих субъектов.

Роль обмена в генезисе предпринимательства трудно переоценить.

Во-первых, обмен выступает исходным и конечным пунктами предпринимательства. Во-вторых, именно в процессе обмена предприниматель усматривает источник возможной выгоды, являющейся одновременно и мотивом, и оценкой успеха предпринятой им инициативы. В-третьих, сталкиваясь в процессе обмена с подобными себе лицами, предприниматель воспринимает свою деятельность как состязательную.

Наконец, изменение условий обмена выступает определяющим фактором развития предпринимательства. Все это свидетельствует о том, что *именно в обмене предпринимательство идентифицирует себя как особый тип хозяйственного поведения*, а стадия обмена становится определяющей. Анализируя экономическую природу предпринимательства с этих позиций, мы видим, что принимаемые *внешние его проявления* в качестве сущностных черт – *инициатива, риск, комбинирование факторами производства и новаторство* – на самом деле *отражают лишь различные функциональные стороны деятельности по осуществлению предпринимательства и могут рассматриваться лишь в качестве его признаков*<sup>1</sup>.

*Предпринимательская инициатива* имеет экономическую природу и *связана с наличием рыночной неопределенности и экономической свободы*. В этом смысле она не должна рассматриваться как свойство человеческой природы, а как стремление к реализации *предоставляемых самим процессом* рыночного обмена возможностей *извлечения выгоды*. Поскольку такой обмен осуществляется к взаимной выгоде участников этого процесса, *то предпринимательскую инициативу следует ассоциировать, с извлечением выгоды посредством удовлетворения общественных потребностей*. Поэтому *содержательным моментом предпринимательства является не механическое перераспределение в свою пользу существующих благ, а созидание дополнительных*. Благодаря предпринимательской инициативе происходит нарушение рыночного равновесия как в сфере обращения, так и в сфере производства.

Другой признак предпринимательства – *коммерческий риск*, отличающийся от простого риска тем, что принятие его связано с нацеленностью на обращение рыночной нестабильности и неопределенности возникающих не только в силу изменчивости рыночных условий (изменения конъюнктуры, цен, предложений), но и как реакция на инициативы предпринимателей) в свою пользу, в форме определенного вознаграждения, а не со склонностью предпринимателей к риску.

Хотя *предпринимательская деятельность связана с удовлетворением общественных потребностей*, предприниматель принимает на себя имущественный риск не из благотворительных побуждений.

*Побудительным мотивом предпринимательской деятельности является материальный интерес – прибыль, которая может быть получена в результате*

---

<sup>1</sup> Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике. – М.: «Дело и Сервис», 2003. – 368 с.

*рыночного обмена, и является результатом лучшего применения ресурсов в процессе хозяйственного оборота.*

Новаторство, ставшее символом предпринимательства в XX веке, как элемент присутствует в нем всегда, поскольку деятельность в условиях нестабильности и неопределенности требует от предпринимателя постоянной изобретательности и творческого подхода<sup>1</sup>. В этой связи особенно важно подчеркнуть, что с экономической точки зрения *новаторство представляет собой не открытие и не изобретение, а практическую реализацию предпринимательской идеи, точнее говоря, коммерциализацию новых технических, технологических, организационных и иных достижений.* Новаторскую роль предпринимательства вряд ли правомерно ограничивать только нововведениями, как полагал Й. Шумпетер. Она обязательно включает в себя распространение нововведений.

Изобретатель еще не новатор. Он становится таковым лишь тогда, когда реализует себя как предприниматель, то есть лицо, борющееся за лучшие результаты хозяйствования. Во-первых, лучший способ преодоления рыночной неопределенности – это изменение самой рыночной ситуации в выгодном для себя направлении, что возможно только посредством инновационной деятельности. Во-вторых, приобретение устойчивых рыночных преимуществ возможно также только посредством нововведений. Поэтому действительной причиной, понуждающей предпринимателей к новаторству, является конкуренция между ними. Новаторство, один из главных признаков предпринимательства, дающих ему возможность взаимодействовать с окружающей средой. Не интуиция и способность предугадать реакцию рынка, а созидательная деятельность по изменению самих рыночных условий становится определяющим фактором предпринимательства.

Как форма проявления творческого потенциала личности, новаторство, безусловно, связано с человеческим фактором. Однако как бы сильно ни зависела склонность к новаторству от личностных качеств человека, *как явление экономической жизни новаторство, прежде всего, обусловлено характером предпринимательской деятельности*<sup>2</sup>.

Таким образом, *экономическое содержание новаторской функции предпринимательства заключается в расширении рыночного спроса.* Предпринимательство как особый вид хозяйственного поведения реализовывает свои свойства<sup>3</sup> (инициатива, риск, комбинирование и новаторство в условиях конкурентного взаимодействия хозяйствующих субъектов). Поэтому содержательный момент

---

<sup>1</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Экономика, 1989. – С. 85-86.

<sup>2</sup> Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике. – М.: «Дело и Сервис», 2003. – 368 с.

<sup>3</sup> Когда речь идет о явлении хозяйственной жизни, следует акцентировать внимание не на стоящих за ним личностях и выполняемых ими функциях, а на его собственной природе. В этой связи следует воспользоваться подходом К. Маркса, который совершенно справедливо отделял личностный аспект предпринимательства от самого явления, указывая, что собственно предпринимательская функция выполняется самим капиталом, в то время как предприниматель-капиталист всего лишь выполняет чисто управленческие функции, повинаясь внутренней логике движения капитала, единственная цель которого – расти. (Маркс. К. Капитал Т.1, Маркс К., Энгельс Ф. Соч.Т.23).

предпринимательской деятельности будет проявляться не только в завоевании преимуществ, но и в создании для себя лучших условий хозяйствования (главная специфическая черта предпринимательства как типа хозяйственного поведения). *Результатом будет предпринимательская выгода как отражение реализованных конкурентных преимуществ.*

В этой связи *предпринимательство* наиболее правильно определять как *процесс, воздействующий на материальную культуру*. В силу своего новаторства и посредством использования новых технологий создаются новые товары и стимулируются новые потребности.

В некоторых работах предпринимательство противопоставляется хозяйственной деятельности, что лишено здравого смысла. Ибо совершенно ясно, что вся хозяйственная деятельность не может быть новаторством, так как новаторство выступает формой проявления накопленных результатов в процессе хозяйственной деятельности, что в последствии генерирует идею.

В нашей стране термины «предпринимательство» и «бизнес» употребляются как синонимы; предпринимательство – русское название бизнеса.

Терминологическое отличие в том, что *бизнес для своей деятельности использует нарушение рыночного равновесия, вызванного предпринимательством*. В этом случае, бизнесмен получит дополнительный доход как результат реализованной инициативы. С течением времени, когда все большее количество бизнесменов внедрит новейшие технологии, использует технологии предпринимателя, рынок выровняет условия для производства и обращения, и в соответствии с законом полезности дополнительный доход будет сокращаться. Снижение доходов заставляет бизнесменов проводить диверсификацию, способствуя восстановлению рыночного равновесия.

Таким образом, *предпринимательство отличается от бизнеса только одним существенным свойством – новаторством, приводящим к нарушению рыночного равновесия*.

Предпринимательство в широком смысле, в отличие от бизнеса, встречается значительно реже, «предприниматель, остающийся таковым» на протяжении десятилетий, встречается так же редко, как и коммерсант, который никогда в обычной жизни не бывал хоть немного предпринимателем»<sup>1</sup>, то есть мы имеем дело с бизнесом. Бизнесмен может всю жизнь заниматься бизнесом и не быть предпринимателем, однако *вся рыночная экономика без предпринимательства как социально-экономического феномена существовать не может*.

В обиходе допускается равнозначность, этих терминов, ибо узкий термин «предпринимательство» соответствует термину «бизнес» в широком смысле этого слова. В конкретном случае, когда речь идет о принципиальном различии между этими понятиями необходимо это уточнять.

Итак, *предпринимательство – это особый вид хозяйственной деятельности, суть которой заключается в стимулировании и удовлетворении спроса общества на конкретные потребности его членов, посредством рыночного обмена и*

---

<sup>1</sup> Шумпетер И. Теория экономического развития. – М., 1982. – С.174

*направленной на завоевание конкурентных преимуществ через нарушение рыночного равновесия*<sup>1</sup>.

В соответствии с принятой структурой процесса воспроизводства (производство, обмен, распределение, потребление) выделяют четыре главных сферы предпринимательства: производственная, коммерческая, финансовая и сфера потребления. Другие виды предпринимательской деятельности, например, инновационная, маркетинговая, включаются в состав четырех главных сфер предпринимательства<sup>2</sup>. Содержание предпринимательства, границы его осуществления тесно связаны с формами и видами предпринимательской деятельности (Табл. 1.1).

Предпринимательская деятельность как продукт социально-экономического развития общества требует постоянного и пристального внимания со стороны общества. Факты свидетельствуют, что даже в странах с развитой рыночной экономикой связи между государством и предпринимательством не всегда доброжелательны. И поэтому в целях поддержки предпринимательства возникают негосударственные общественные профессиональные организации которые могут опосредованно влиять на управление экономикой регионов, а иногда и стран.

Общественные профессиональные организации выступают объединяющими органами для разрозненных, самостоятельно действующих предпринимательских организаций в одной или родственных областях экономики.<sup>3</sup>

Так, например в Санкт-Петербурге в строительной отрасли работает более 30 общественных профессиональных организаций (союзы: архитекторов, реставраторов, стекольщиков, производителей сухих смесей и др., ассоциаций, проектных организаций, домостроителей и др.). Особенное влияние на деятельность инвестиционно-строительного комплекса (ИСК) оказывают общественные некоммерческие профессиональные организации: Союз строительных объединений и организаций (ССОО), Союз строительных компаний, «Союзпетрострой». Основная задача направлена на установление плодотворных контактов между участниками ИСК, представление интересов организаций, работающих в ИСК региона, в органах государственной власти, вынесение на общественные слушания проектов и решение возникающих проблем и создание положительного имиджа Петербургского ИСК.

Во всех промышленно развитых странах правительственной поддержкой пользуется малое предпринимательство<sup>4</sup>. В странах, где поддержка со стороны

---

<sup>1</sup> Изменение в трактовках понятия «предпринимательство» необходимо рассматривать только в процессе исторического развития рыночного хозяйства, которое накладывало определенные акценты в содержательную часть термина «предпринимательство».

<sup>2</sup> Подробнее см.: Асаул А.Н. Предпринимательская деятельность в строительном комплексе (экономические проблемы). – СПб.: ИСЭП РАН, 1996. – 236 с.

<sup>3</sup> Подробнее см.: Асаул А.Н., Иванов С.Н. Современные проблемы и тенденции формирования системы управления региональным инвестиционно-строительным комплексом. – Сб. научн. тр. // Международная академия менеджмента. Науч. тр. Вып. III. – М., 2002.

<sup>4</sup> Подробнее см.: Асаул А.Н., Денисова И.В. Проблемы и тенденции развития малого предпринимательства на региональном уровне / Науч. тр. Международного союза экономистов и Вольного экономического общества России // М., СПб.: ВЭО России. – Т. 11. – 2002.

государства отсутствует, развивается в основном, так называемое, уличное предпринимательство.

Таблица 1.1

Классификация предпринимательской деятельности

Признаки классификации	Характеристика предпринимательской деятельности			
1	2			
По сфере деятельности	Производственная	Коммерческая	Финансовая	Сфера потребления
По организационно-правовому статусу	Без образования юридического лица	Частное предприятие	Фермерское хозяйство	Общество с ограниченной ответственностью
	Малое предприятие	Смешанное товарищество	Закрытое или открытое акционерное общество	Совместное предприятие
По отношению к собственности	Индивидуальная (без применения наемного труда)	Частная		Государственная
По количеству собственников	Индивидуальная, частная	Семейная	Коллективная	Смешанная, совместная
По масштабам производства и численности работников	Малое предприятие	Среднее предприятие		Большое предприятие
По территориальному признаку	Сельская, районная	Городская, областная	Региональная, национальная	Зарубежная
По отраслевой принадлежности	Строительная, текстильная	Металлообрабатывающая, горнодобывающая	Пищевая, судостроительная	Энергетика, транспорт, связь

Суть государственной (правительственной) поддержки малых предприятий сводится чаще всего к выработке конкретных мер по трем направлениям:

- консультационное сопровождение процесса создания и функционирования новых фирм на начальном этапе (1-3 года с момента образования фирмы);
- оказание определенной финансовой поддержки вновь создаваемой структуре или предоставление такой структуре определенных льгот (обычно в сфере налогообложения);

– оказание технической, научно-технической или технологической помощи маломощным в финансовом отношении предпринимательским структурам.

Государственной поддержкой охватываются обычно создаваемые предпринимательские структуры до момента их перехода из малых в категорию крупных предприятий.

В экономике России поддержка малого предпринимательства в производственной сфере государством осуществляется в различных формах:

а) создание системы информационного обеспечения, обучения и переподготовки кадров, нормативной базы, финансовой инфраструктуры и т. п.;

б) налоговые льготы и послабления;

в) целевые фонды, финансирование из федерального и местных бюджетов, зарубежная финансовая помощь на поддержку предпринимательских структур в России.

В современной учебной и научной литературе предпринимательская деятельность, как правило, рассматривается в узких рамках – деятельность индивидуального предпринимательства. Однако принципы предпринимательской деятельности могут и должны использоваться и в государственном (общественном) секторе экономики.

Не вдаваясь в подробности, можно говорить о *двух видовых формах предпринимательской деятельности: частной и государственной*<sup>1</sup>.

*Государственное предпринимательство*<sup>2</sup> есть форма осуществления хозяйственной деятельности, при которой принятие стратегических решений в отношении целей и способа предпринимательской деятельности принадлежит государству, а использование ее результатов имеет не частный характер. Реализуется государственное предпринимательство через:

а) государственные органы управления, которые уполномочены (в соответствии с действующим законодательством) управлять государственным имуществом (государственное предприятие)

б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие).

*Частное предпринимательство* есть форма осуществления предпринимательской деятельности, основывающейся на частной собственности и осуществляющаяся частными лицами в своих интересах. Это наиболее распространенная форма предпринимательства, имеющая многовековую историю, содержанием которой является улучшение собственного хозяйственного положения. В некоторых случаях интересы частного предпринимательства могут противоречить интересам общества.

По способу организации частное предпринимательство может иметь индивидуальную, коллективную и корпоративную формы.

---

<sup>1</sup> Имеется в виду не столько тот факт, что государство выступает в качестве предпринимателя, сколько обстоятельство, что государственные или общественные предприятия функционируют на принципах предпринимательства.

<sup>2</sup> По некоторым оценкам, государству принадлежит до половины всех имеющихся в стране активов, в том числе более или менее крупные пакеты акций в приватизированных предприятиях.

Характерным признаком частного предпринимательства является социально-экономическая неоднородность его носителей. Реализовываться предпринимательская деятельность может на базе: а) личного труда – предприниматель без образования юридического лица или членов его семьи – фермерство, группы физических лиц – кооперативы; б) посредством применения наемного труда – коммерческие организации. Экономическая мотивация для них тоже будет разной для индивидуального и семейного предпринимателя – получение дохода, а для коммерческой организации получение прибыли.

Конечно, каждый из этих видов – государственное и частное предпринимательство – имеет свои отличительные признаки, но основные принципы их осуществления во многом совпадают. И в том, и в другом случае занятие такой деятельностью предполагает инициативность, инновационный подход, комбинирование факторов производства в условиях конкуренции. Схожей является и типология обоих видов предпринимательства.

Основное отличие государственного предпринимательства от частного состоит в том, что государство ставит перед своими предприятиями, помимо коммерческих, определенные социально-экономические цели. Рыночные показатели результатов деятельности (прибыльность и рентабельность) не являются для них универсальным критерием эффективности, поскольку их цель часто формируется под влиянием государственной политики и соответствует оптимальности участия государства в предпринимательской деятельности.

У государственного предпринимательства существуют свои специфические потенциальные источники сверхприбыли, обусловленные относительно крупными размерами госпредприятий, авторитетом и экономической мощью государства. В этой связи на первый план выходят не столько рискованные моменты (в максимальной мере представленные в малом предпринимательстве), сколько такие факторы, как:

- 1) значительные и стабильные объемы закупок сырья, материалов, комплектующих и т.п., предполагающие льготные параметры оплаты и скидки;
- 2) доступность кредитов на особо выгодных условиях;
- 3) экономия на масштабах производства;
- 4) широкие возможности получения нового оборудования, включая лизинговые;
- 5) устойчивая сеть деловых связей, приобщенность к источникам исчерпывающей информации о потенциальных рынках сбыта, партнерах, в том числе зарубежных.

Эти преимущества государственных коммерческих предприятий как субъектов рыночных отношений могут являться основой для снижения их индивидуальных издержек по сравнению с общественными, а значит – для извлечения сверхприбыли.

Конечно, можно говорить о коллективном, семейном и ином предпринимательстве, но все это будут производные от двух указанных форм.

### 1.3. Предпринимательство – особая форма хозяйственной деятельности

Сущность предпринимательства как особой формы хозяйствования не возможно раскрыть, не уяснив сути его носителя. Проблемы носителя предпринимательства связаны с различиями в трактовках самого понятия «предпринимательство».

*Предприниматели*, согласно определению Й. Шумпетера, – это хозяйственные субъекты, функцией которых является осуществление новых комбинаций и которые выступают как *активные субъекты предприятия*<sup>1</sup>. При этом Й. Шумпетер полагает, что традиционное ограничение круга предпринимателей только лишь «самостоятельными субъектами» (частными лицами), в принципе, неверно. К предпринимателям следует относить всех, кто выполняет названную функцию, в том числе работников организации, а также и тех, кто реализует инновационную функцию импульсивно, эпизодически: экономистов, финансистов, юристов, консультантов и пр.

Статусный аспект идентификации предпринимателя Й. Шумпетером, не только не принимается в расчет, но представляется Шумпетеру принципиально неверным<sup>2</sup>. Существенным оказывается только функциональный аспект идентификации. В качестве предпринимателя признается только лицо, осуществляющее инновацию (новую комбинацию), и оно перестает быть таковым, как только учрежденное им «дело» начинает дальше функционировать как стабильная система.

Предпринимательство, по мнению Й. Шумпетера, не может рассматриваться как профессия, так как в этом статусе невозможно находиться длительное время<sup>3</sup>. Также весьма условным является и идентификация предпринимателей как класса – данная группа не имеет собственной классовой позиции, правда, предпринимателей отличает особый *стиль жизни*<sup>4</sup>.

Особенностью предпринимателей как общественной группы является ее принципиальная немногочисленность. Предприниматели – это особый тип склонных к инновационной деятельности людей, которых всегда меньшинство. Большинство никогда не является способным к инновационной деятельности<sup>5</sup>.

Анализируя природу носителя предпринимательства, мы видим, что в зависимости от предпринимаемых в качестве сущностных черт предпринимательст-

---

<sup>1</sup> Шумпетер Й. Указ. соч. – С. 169-170.

<sup>2</sup> «Право собственности на промышленное предприятие или вообще на любое «имущество» не является для нас существенным признаком предпринимателя» (Шумпетер Й. Указ. соч. С. 170); «Не только крестьяне, ремесленники, представители свободных профессий, порой причисляемые к «предпринимателям», но и «фабриканты», «промышленники» и «коммерсанты», всегда попадающие в эту группу, с нашей точки зрения, вовсе не обязательно являются «предпринимателями» (Шумпетер Й. Указ. соч. С. 171).

<sup>3</sup> «...предприниматель, остающийся таковым на протяжении десятилетий, встречается так же редко, как и коммерсант, который никогда в жизни не бывал хоть немного предпринимателем» (Шумпетер Й. Указ. соч. С. 174).

<sup>4</sup> Шумпетер Й. Указ. соч. – С. 175.

<sup>5</sup> Шумпетер Й. Указ. соч. – С. 177-183.

ва, определяется и его субъект. Если новаторство – то менеджеры, а если риски – то собственники.

С развитием корпоративного предпринимательства, которое принципиально отличается от классического тем, что если в эпоху традиционного капитализма предприниматель (владелец капитала) был ключевой фигурой экономического поля, то теперь держателей акций, по мнению Дж. Гэлбрейта, отстранила от процесса управления «техноструктура» – высший менеджмент и специалисты, организующие деятельность предприятия<sup>1</sup>. При этом власть в эффективно функционирующей корпорации, практически, не принадлежит одному человеку, что было характерно для предшествовавших эпох. Напротив, потребности управления корпорацией требуют распределения власти между достаточно большим числом представителей менеджеров.

По своим деловым качествам, ценностям, корпоративным нормам поведения менеджеры представляют собой противоположность индивидуальным предпринимателям. Им чужды индивидуализм, жесткость, способность рисковать, соперничество и властолюбие. Напротив, им присущи стремление работать «в команде», коллективизм, осознание ценности сотрудничества. Принципиально отличны и интересы предпринимателей и менеджеров. Индивидуальный владелец капитала, как правило, стремился к получению максимально-обильного дохода и гарантии сохранения своего социального положения. Поэтому в процессе управления корпорацией высший менеджмент стремится отстранить владельцев капитала (акций) от процесса принятия решений, обосновывая данную тенденцию их некомпетентностью.

Таким образом, высший менеджмент, (по Дж. Гэлбрейту – техноструктура), функционально, фактически, заменил предпринимателей эпохи традиционного капитализма. Более того, процесс этот зашел так далеко, что если на начальном этапе формирования «нового индустриального общества» представители техноструктуры стремились подражать своим обладающим капиталом боссам, то ныне этого уже не наблюдается. «Можно почти с уверенностью сказать, что стремление рядиться в тогу классического предпринимателя – это явление, уходящее в прошлое. Молодое поколение администраторов приемлет тот факт, что они работают в рамках организации, и вытекающие отсюда требования, относящиеся к их поведению. Сознание взаимной зависимости в этой среде налицо»<sup>2</sup>.

Таким образом, в новых экономических условиях мы наблюдаем рассредоточение предпринимательской функции в процессе развития производства и, как следствие усложнение предпринимательской функции.

Современные условия хозяйственной деятельности, требуют не просто специальных знаний и специализации функций, но и рассредоточения самой предпринимательской функции в виде расчленения процесса принятия решений. В корпоративном предпринимательстве часть решений, в том числе стратегического характера, передана высшему менеджменту, в деятельность которой собственник вмешивается в случае крайней необходимости. Параллельно создается

---

<sup>1</sup> Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. – М., 1976. – С. 118-120.

<sup>2</sup> Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. – М., 1969. – С. 138.

сложный механизм контроля за деятельностью управленцев, причем как со стороны собственника, так и со стороны общества. В свою очередь часть управленческих функций передается администрацией на более низкие этажи управления, что сопровождается созданием сложных систем стимулирования и контроля. В результате формируется достаточно жесткий механизм контроля за деятельностью всех участников, а предпринимательская функция становится все более распыленной и регулируемой. Кого же в этом случае мы можем назвать субъектом предпринимательства?

*Быть носителем предпринимательства – значит обеспечивать реализацию фундаментальной функции предпринимательства, то есть ключом к решению данного вопроса является характер реализации предпринимательской функции, а не персонификация какого-либо признака предпринимательства, пусть даже доминирующего. В случае, когда пучок правомочий в отношении принятия решений сконцентрирован у собственника, то непосредственным носителем предпринимательства будет он. Когда же такой пучок рассредоточен по разным уровням управления и реализация предпринимательской функции становится возможной только при условии мобилизации усилий всего коллектива, тогда предпринимательство становится уделом коллективной деятельности, носителем которой выступает коммерческая организация<sup>1</sup>. Принятие коммерческой организации в качестве носителя современного предпринимательства отнюдь не означает изменения его природы или содержательной стороны, а свидетельствует всего лишь об изменении модели осуществления предпринимательства<sup>2</sup>.*

Рассредоточение предпринимательской функции в виде распределения процесса принятия решений и вовлечение в предпринимательский процесс все большего числа участников является объективным условием современного предпринимательства. *Предпринимательство становится уделом коллективной деятельности, а его носителем выступает коммерческая организация.* В связи с этим распределение прав собственности является объективным процессом и условием эффективного осуществления предпринимательской деятельности.

Поскольку важнейшие, с точки зрения осуществления предпринимательства, составляющие пучка прав собственности (организация и ликвидация предприятия, постановка целей, право окончательного контроля, право на остаточный доход) закрепляются за собственником, то, независимо от организационной формы осуществления предпринимательства, ее следует понимать как деятельность, реализующуюся посредством управления в интересах собственника. Эффективная предпринимательская деятельность невозможна без мотивации наемных работников.

Мотивация – процесс, направленный на побуждение человека к деятельности, результатом которой является достижение личной, коллективной или общественной цели; важнейшая составляющая организации современного предпринимательства.

---

<sup>1</sup> Варнеке Х.Ю. Революция в предпринимательской культуре. – М., 1999. – С. 182-190.

<sup>2</sup> Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике. – М.: «Дело и Сервис», 2003. – 368 с.

Практически все предшественники Й. Шумпетера видели в качестве ведущего мотива предпринимательской деятельности прибыль. Й. Шумпетер одним из первых представил развернутую трактовку неэкономических мотивов предпринимательства и выделил три основные группы таких мотивов<sup>1</sup>:

1) стремление иметь «свою империю» – быть полновластным господином в собственном предприятии, которое предприниматель сам конструирует и сам строит и которое, в случае успеха, полностью отвечает его запросам, потребностям, ценностям.

2) воля к победе – возможность в рамках собственного «дела» доказать собственную состоятельность, проявить мужество, ум, стойкость в борьбе с конкурентами и другими факторами среды, реализовать себя как личность.

3) радость творчества – возможность заниматься любимым делом, полностью соответствующим индивидуальным интересам и установкам, возможность видеть конкретные результаты собственных усилий. При этом ключевыми в мотивации предпринимателя являются не факторы результата деятельности (полученный доход, общественное признание, статус и т. п.), а факторы процесса предпринимательской деятельности (поиск нового, возможности для проявления личностных качеств, борьба и преодоление препятствий на пути к успеху и т. д.)

Мотивация участников предпринимательской деятельности в коммерческой организации, как одна из функций и методов управления является ситуационным фактором внутренней среды предпринимательской организации. Аспекты ее решения могут быть разными: контроль и стимулирование, управление, предпринимательская культура и т. п.

*Экономическая мотивация, как фактор развития предпринимательства, представляет собой процесс согласования экономических целей, которые ставят перед собой и предприниматели и наемные работники при организации и ведении производственно-хозяйственной деятельности.*

Формой участия субъекта предпринимательской деятельности в хозяйственной деятельности является его *экономическая активность – целесообразная деятельность человека в экономических процессах, направленная на получение «чистой» (то есть превышающей затраты) выгоды.*

Поскольку экономические процессы в рыночной экономике – это результат множества актов выбора человеком способа достижения «чистой» выгоды, то соответственно в случае отсутствия выбора будет наблюдаться и отсутствие рыночной экономики. Здесь следует остановиться на том, что рыночное понимание «выбора выгоды» шире, чем только желание денежной выгоды (прибыли). Под этим термином понимается и возможность выбора сферы приложения капитала, сферы и формы конкуренции, выбора при избытке предложения – словом выбора по всему набору возможностей, предоставляемых рыночной экономикой ее участнику и, прежде всего, – потребителю.

---

<sup>1</sup> Шумпетер Й. Указ. соч. – С. 193.

Как известно, рыночная экономика базируется на следующих основополагающих принципах<sup>1</sup>:

1. *Экономическое самоопределение личности.* Это – основа основ рыночной организации общественного производства, ибо означает право на личную свободу человека, самостоятельное улучшение своей жизни. Этот принцип создает и постоянно обеспечивает (и воспроизводит) равные шансы на рыночную активность для всех участников рыночной экономики и условие раскрытия творческого потенциала. Экономическое самоопределение личности это право человека на экономическую самостоятельность во всех ее формах, в том числе и на предпринимательскую.

2. *Право быть собственником всех видов имущества.* Собственность в условиях рыночной экономики – это не гарантия беззаботного существования, а бремя имущественной ответственности за результаты коммерческого использования своей собственности, это необходимость ее постоянного рыночного воспроизводства. Право быть собственником возможно при гарантии обществом защиты, поддержки и равноправия всех видов и форм собственности, право на коммерческое применение объектов собственности и доходов от такого применения.

3. *Равенство экономических прав любых юридических и физических лиц* на ведение хозяйственной деятельности способно постоянно воспроизводить необходимое условие рыночной организации производства – ее открытость, многосекторность и обусловленную этим конкуренцию.

4. *Экономическая свобода товаропроизводителя,* выражается в его праве на самостоятельное определение объема и структуры своего производства, ассортимента продукции и объема ее реализации, установление цены на нее и выбора партнеров. Любая попытка внеэкономического ограничения экономической свободы товаропроизводителей противоречит природе рыночной экономики.

5. *Распространение коммерческих принципов по «вертикали» и по «горизонтали»,* когда все сферы и все уровни экономики «пронизаны» рыночными отношениями и взаимодействующие по единым рыночным правилам.

6. *Свободное ценообразование*<sup>2</sup>. Одновременное воздействие на цену множества ценообразующих факторов (затраты труда и производства, издержек обращения, спроса и предложения, доходов и объема инвестиций) придает ценам ту непредсказуемость, которая и превращает рынок в повседневный экзамен и бесконечное состязание между всеми участниками экономического процесса. Именно эта непредсказуемость вынуждает товаропроизводителей к постоянному совершенствованию организации производства, минимизации его затрат, повышению качества, новаторству и риску.

7. *Наличие рынков труда, товаров и капиталов,* движение которых придает необходимый рыночной экономике импульс.

---

<sup>1</sup> Современная экономика. Общедоступный учебный курс. Ростов-на-Дону : «Феникс», 1998. – С. 23-26

<sup>2</sup>Административное назначение цен допускается только в нерыночных секторах экономики (наука, образование, здравоохранение, оборона, экология и др.).

8. *Государственное регулирование рыночной экономики*, включающее следующие главные направления: стабилизацию производства («налоговая и инвестиционная политика»); финансирование научно-технического прогресса («политика научно-целевых программ»); дотацию социально значимых отраслей («инвестиционная политика»); выравнивание уровней экономического развития различных регионов («региональная экономическая политика»); государственную поддержку конкуренции («политика демонополизации»); оздоровление денежной системы («финансовая и антиинфляционная политика»); преодоление чрезмерной имущественной дифференциации населения («политика доходов»).

9. *Система социальной защиты* – главное средство ослабления неизбежных негативных социальных последствий рыночной экономики.

Система социальной защиты включает три главных направления: регулирование доходов предпринимателей посредством их налогового перераспределения; гарантию заработной платы наемных работников с помощью законодательного утверждения минимальной заработной платы как обязательной базы оплаты труда; защиту уровня жизни населения путем индексации заработной платы и других фиксированных доходов.

Если рассматривать экономическую активность человека, осуществляемую в рамках экономического процесса с точки зрения функционального подхода, то мы видим, что *форма проявления экономической активности есть предполагаемые* (до востребования), *возлагаемые* (в момент вступления) *или исполняемые* (в ходе, в течение экономического процесса) *функции, функциональные обязанности*.

Осуществление экономической активности человека возможно в двух ипостасях: в качестве наемного работника и в качестве предпринимателя, причем каждая из них имеет свои особенности. Нас же в рамках рассматриваемой проблемы интересует именно предприниматель как субъект предпринимательской активности.

*Предпринимательская способность* субъекта предпринимательства не ограничивается энергией предпринимательской активности и обязательно дополняется образованием, опытом, знаниями, навыками и умениями предпринимателя. Однако без *самоорганизации* – умения совершать последовательные, логически связанные и целенаправленные действия, реализовывать основную предпринимательскую функцию – новацию – предприниматель состояться не может, то есть функция субъекта предпринимательства напрямую связана с самоорганизацией.

К основным, исходным положениям самоорганизации относятся:

- генерирование идеи;
- планирование, то есть трансформация идеи в товар (работу, услугу);
- принятие предпринимательского решения о реализации предпринимательского проекта;
- создание предприятия, как имущественного комплекса в рамках организационно-правовой формы и определение статуса своего участия в реализации предпринимательского проекта;
- инвестирование (финансовое обеспечение предпринимательского проекта);

- управление предприятием;
- оценка эффективности предпринимательской деятельности.

*Предпринимательская идея* представляет собой выявленный возможный интерес фирмы-производителя, имеющий видимые очертания какой-либо конкретной экономической формы. Выявление такого интереса может осуществляться посредством совмещения возможностей предпринимателя с потребностями рынка, или наоборот, путем совмещения потребностей рынка с возможностями предпринимателя.

Выступая в качестве особого вида экономической активности, предпринимательство на начальном этапе связано, только лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного фактора. Инновация<sup>1</sup> – нечто воспринимаемое как новое, как нововведение. Нововведение – процесс, в ходе которого изобретение или открытие доводится до стадии практического применения и начинает давать экономический эффект, новое приложение научно-технических знаний, внедрение нового производственного метода или применение новой формы организации бизнеса, обеспечивающих рыночный успех, запуск в производство нового продукта. Под новшеством понимается новая система управления производством и качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий; это тоже инновационные моменты.

В предпринимательстве принято рассматривать два основных элемента:

- новаторскую инновационную деятельность как предпринимательскую функцию;
- действия предпринимателя как носителя и реализатора данной функции (Рис. 1.3).

Новаторская инновационная деятельность как последовательная цепь событий от новой идеи до ее реализации в конкретном продукте или технологии и дальнейшее распространение нововведения представляет собой следующие этапы.

*Первый* – отбор новых идей, знаний, новых продуктов, услуг, операций, принципов организации, как результат законченных научных исследований (фундаментальных и прикладных), опытно-конструкторских разработок, иные научно-технические результаты, то есть *этап новаций*.

*Вторым этапом* становится *внедрение*, введение новации в практическую деятельность, то есть нововведение (инновация).

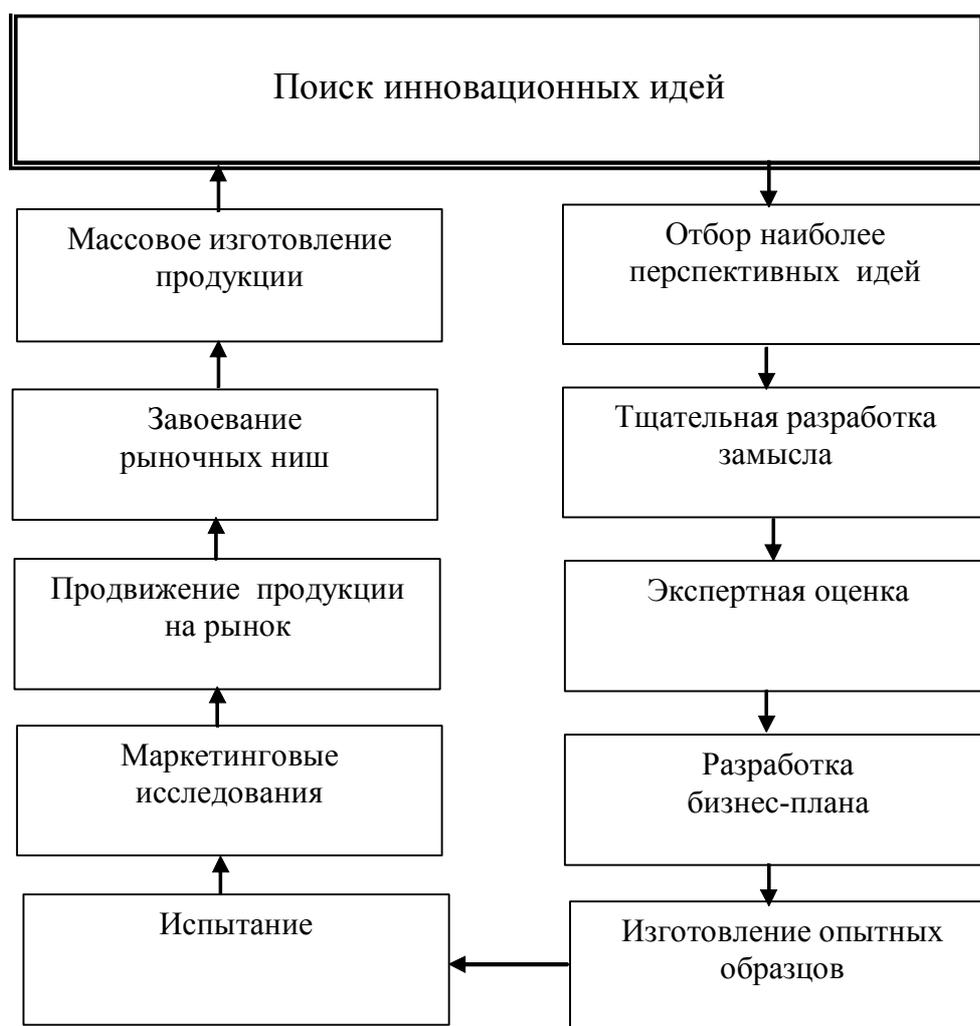
*Третьим этапом* является диффузия инноваций, под которой подразумевается распространение уже однажды освоенной, реализованной инновации, то есть применение инновационных продуктов, услуг или технологий в новых местах и условиях.

Идеи могут быть как собственные, так и заимствованные.

---

<sup>1</sup> От англ. Innovation – введение нового.

*Генерирование собственных идей или заимствование чужих предполагает создание предпринимательского проекта, в котором разработан алгоритм действий предпринимателя.*



**Рис. 1.3.** – Действия предпринимателя при разработке новшеств

Обязательной составной частью предпринимательского проекта является технико-экономическое обоснование (бизнес-план) трансформации идеи в предприятие, позволяющее реализовать идею. Поскольку в основе любой идеи всегда лежит конкретный продукт (товар, работа или услуга), который может быть востребован рынком, то в случае если на рынке предлагаемый продукт не востребован, то и идея будет не реализована. Для определения востребованности продукта идеи и состоятельности проводятся экспертные оценки. После генерирования предпринимательской идеи, на первом этапе предприниматель экспертирует свою идею на предмет совместимости идеи с возможностями предпринимателя самостоятельно.

В случае невозможности совместить требования, соответствующие характеру и качеству идеи, со своими возможностями предприниматель принимает реше-

ние об отказе реализации идеи собственными силами и прорабатывает варианты коммерческого использования предпринимательской идеи.

В случае если первая экспертная оценка идеи положительна, то, как правило, для второй экспертизы приглашаются внешние эксперты. В этом случае изучается деловая среда на предмет совместимости предпринимательской идеи с внешней средой и возможные формы ее реализации (индивидуальное предпринимательство, создание предприятия, интрапренерство и т. д.).

В случае выхода на рынок, предприниматель затрагивает чьи-то интересы, поэтому всегда необходимо просчитывать риски присущие как предпринимательской идее, так и процессу ее реализации в конкретной внешней среде предпринимательской деятельности.

Для *принятия предпринимательского решения* необходимо иметь информацию о соотношении на конкретном рынке между спросом и предложением продукта, который заложен в предпринимательском проекте. Выявление соотношения между спросом и предложением продукта дает возможность предпринимателю принять решение о целесообразности реализации идеи. Если анализ показывает, что спрос на данный товар превышает предложение, то составляется бизнес – план с точными расчетами потребностей в ресурсах и выявление эффекта от реализации экспериментальной идеи.

После определения размера первоначального (стартового) капитала, то есть тех финансовых вложений, без осуществления которых процесс реализации идеи невозможен, осуществляется выбор инвестора.

В случае, когда предприниматель, реализующий предпринимательскую идею, является инвестором, то сложностей в выборе организационно-правовой формы коммерческой организации не предвидится. Если же инвестор привлекается со стороны, то необходимо согласовать степень участия предпринимателя и инвестора, а также их статус. В случае необходимости оценивается интеллектуальный капитал (в виде предпринимательской идеи), вкладываемый в создание предприятия. Далее определяется форма инвестирования ресурсов, выявляются потребности в формировании оборотного и основного капитала и оценка инвестиционного проекта.

Перед принятием предпринимательского решения о реализации рассматриваемой идеи обязательно проводится экспериментальная оценка полученной информации. В случае психологического убеждения предпринимателя в адекватности имеющейся информации предприниматель принимает решение на ментальном уровне о целесообразности реализации идеи. Но возможны и другие решения: отказ от использования идеи или отсрочка начала реализации проекта до решения определенных условий или обстоятельств.

Последовательность вероятных действий предпринимателя от зарождения идеи до принятия предпринимательского решения отражена на Рис. 1.4.

Далее предприниматель реализует бизнес-план, с соблюдением очередности определенных им действий. Создание предприятия предполагает формирование условий, наличие которых позволяет предпринимателю реализовывать свою идею. Одной из форм образования основных средств является лизинг.



**Рис. 1.4.** –Жизненный цикл предпринимательской идеи

Создание предприятия предполагает необходимость профессионального управления им. В случае если предприниматель сам выполняет эти функции, то он выступает в качестве менеджера. Чаще всего предприниматель выполняет функции технического руководителя, а руководство предприятием передается профессиональным, наемным менеджерам.

Соизмерение затрат и результатов позволяет оценить эффективность работы предприятия. В сопоставлении этих факторов закладывается экономическая суть хозяйственной деятельности. Как известно *прибыль определяет уровень достижения поставленной цели, а она определяется разностью дохода от продажи продукции (работ, услуг) и затрат на их производство и сбыт*, поэтому реализация предпринимательской идеи предполагает управление затратами как средство достижения предпринимателем высокого экономического результата. Управление затратами не сводится только к снижению затрат, а распределяется на все элементы управления организацией.

Любая предпринимательская деятельность должна быть эффективной по определению. Эффективность любой деятельности принято выражать с помощью

отнесения результата к затратам. Целевая ориентация такого отнесения: максимизировать результат, приходящийся на единицу затрат. Основным принципом измерения эффективности является взаимосвязь цели и конечного результата предпринимательской деятельности.

Поскольку результат предпринимательской деятельности всегда связан с ее целью, атрибутами которой являются стимулирование и удовлетворение спроса общества на конкретный продукт (товары, работы и услуги), то *объектами предпринимательской деятельности* являются изготовленная продукция, выполненная работа или оказанная услуга, то есть то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

Товары и услуги, являющиеся продуктом предпринимательства, охватывают самый обширный спектр вещей, предметов, видов деятельности, в которых нуждаются люди, семьи, фирмы, государство. Это могут быть потребительские товары и услуги, средства производства, материальные и духовные ценности, информация, валюта, деньги, ценные бумаги, строительные и ремонтные работы, словом, все, на что потребители предъявляют спрос, за что они готовы выкладывать деньги.

Родовым признаком предпринимательства является рисковая деятельность; *риск – постоянный спутник предпринимателя*. И не потому, что предприниматель склонен к риску. Здесь важна нацеленность предпринимателя на обращение рыночной нестабильности и неопределенности в свою пользу в форме определенного вознаграждения. Последнее и выступает решающим фактором, вынуждающим предпринимателя идти на риск. Поэтому и величина принимаемого им на себя риска напрямую зависит от вероятного увеличения дохода. Коммерческий риск отличается еще и тем, что он основывается на трезвом расчете и учете возможных отрицательных последствий. Стремление к успеху здесь всегда уравновешивается хозяйственной ответственностью, степень которой в значительной мере определяет приемлемый для предпринимателя уровень риска – недополучение дохода, несение убытков, потерю собственности.

В современной отечественной хозяйственной практике понятия «риск», «нестабильность», «неопределенность», «анализ рисков», «управление рисками» появились недавно и в большей степени в приложении к финансовому рынку. Лишь последние несколько лет эти понятия, объединив накопленный международный опыт и российскую теоретическую базу, законодательно закрепились<sup>1</sup> и стали обязательной составляющей любого бизнес-плана инвестиционного проекта.

Предпринимательская среда потенциально несет в себе нестабильность и неопределенность в отношении будущих событий и соответственно риск. Первопричиной такого потенциала является нестабильность.

---

<sup>1</sup> «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования» утверждены: Министерство экономики РФ, Министерство финансов РФ, Государственный комитет РФ по строительной, архитектурной и жилищной политике № ВК 477 от 21.06.1999 г.

Обычно *нестабильность* предполагает переход к неизвестному состоянию, затрагивающему устойчивость какой-либо системы, в нашем случае предпринимательской. Шкала колебаний неустойчивости достаточно велика: от изменений, результат которых можно предвидеть, до изменений совершенно непредсказуемых.

Условия неустойчивости являются дестабилизирующими по отношению к предпринимательской деятельности. Причинами неустойчивости является непривычное поведение или изменение отдельных элементов предпринимательской среды.

Нестабильность:

- приводит к потере устойчивости предпринимательской единицы, соответственно ухудшает количественные значения показателей, ее характеризующих;
- изменяет структуру и качественный состав предпринимательской единицы;
- ухудшает показатели управляемости предпринимательской единицы;
- преобразует предпринимательскую организацию в новую предпринимательскую структуру (делит или ликвидирует ее), согласно принципам самоорганизации.

Нестабильность для предпринимательской организации предполагает как негативные тенденции и рискованные ситуации, так и возможности для новых уникальных событий, которые, в свою очередь, могут расширить спектр возможных предпринимательских решений. Признание неустойчивости поможет снизить риски и привести к рождению новых предпринимательских идей.

Предпринимательская деятельность осуществляется в условиях наличия той или иной меры *неопределенности*, определяемой следующими факторами:

- неполным знанием всех параметров, обстоятельств, ситуаций для выбора оптимального решения, а также невозможностью адекватного и точного учета всей даже доступной информации и наличием вероятностных характеристик поведения среды;
- наличием фактора случайности, то есть реализации факторов, которые невозможно предусмотреть и спрогнозировать даже в вероятностной реализации;
- наличием субъективных факторов противодействия, когда принятие решений идет в ситуации игры партнеров с противоположными или несовпадающими интересами.

*Неопределенность* – неполнота или неточность информации об условиях реализации предпринимательской деятельности, в том числе о связанных с ними затратах и результатах. Неопределенность предполагает наличие неустойчивости, при которой результаты действий не обусловлены, а степень возможного влияния этих факторов на результаты неизвестна.

*Риск* – потенциальная, численно измеримая возможность неблагоприятных ситуаций и связанных с ними последствий в виде потерь, ущерба, убытков, вплоть до банкротства и ликвидации предпринимательской единицы, в связи с неустойчивостью и неопределенностью.

Таким образом, предпринимательская деятельность проходит в условиях неустойчивости, неопределенности и рисков и эти категории взаимосвязаны.

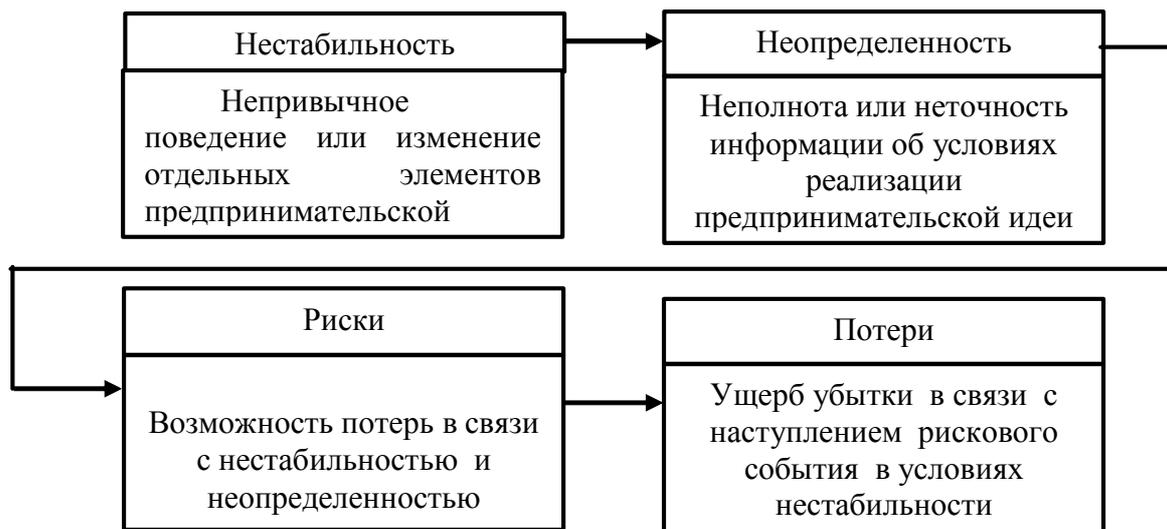
В количественном отношении нестабильность и неопределенность подразумевают возможность отклонения результата от ожидаемого (или среднего) значения, как в меньшую, так и в большую сторону. Соответственно, под *риском* в данном контексте понимается вероятность потери части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов и (или) обратное – невозможность получения значительной выгоды (дохода) в результате осуществления определенной целенаправленной деятельности. Поэтому эти три категории, влияющие на предпринимательскую деятельность и реализацию предпринимательской идеи, должны анализироваться и оцениваться совместно.

*Предпринимательский риск имеет объективную основу из-за нестабильности внешней среды и неопределенности ее воздействия по отношению к предпринимателю.*

С экономической точки зрения предпринимательский риск представляет собой событие, которое может произойти с некоторой вероятностью, при этом возможны три экономических результата (оцениваемых в экономических, чаще всего финансовых показателях):

- отрицательный (ущерб, убыток, проигрыш);
- положительный (выгода, прибыль, выигрыш);
- нулевой (ни ущерба, ни выгоды).

Природа нестабильности, неопределенности, рисков и потерь (Рис. 1.5) при осуществлении предпринимательской деятельности связана с финансовыми убытками предпринимателя.



**Рис. 1.5.** Взаимосвязь категорий: нестабильность – неопределенность – риски – потери

## 1.4. Формирование и развитие благоприятной предпринимательской среды

Под предпринимательской средой понимается наличие условий и факторов, воздействующих на субъекты предпринимательской деятельности и требующих принятия управленческих решений для их устранения или приспособления.

Предпринимательская среда представляет собой интегрированную совокупность объективных и субъективных факторов, позволяющих субъектам предпринимательства добиваться успеха в реализации поставленных целей и подразделяется на внешнюю, как правило, не зависящую от субъектов предпринимательства, и внутреннюю, которая формируется непосредственно субъектам предпринимательства.

Субъект предпринимательской деятельности представляет собой производственную систему:

- динамичной, так как ее состав и параметры, ее элементы (количество и их характеристики) меняются во времени;
- искусственной, созданной людьми;
- открытой, связанной с внешней средой;
- стохастической, так как ее поведение можно предсказать с некоторой вероятностью.

Все объекты, явления, процессы, в том числе и протекающие в рамках социально-экономических систем различного уровня взаимосвязаны и влияют друг на друга, поэтому при рассмотрении субъекта предпринимательства необходимо учесть влияние среды на объект и объекта на среду. В общем виде функционирование субъекта предпринимательства можно представить в виде:

$$P_{б.е} = F \times (B_{б.е} \div \Pi_{б.е}), \quad (1.1)$$

где:

$P_{б.е}$  – результат функционирования субъекта предпринимательства;

$\Pi_{б.е}$  – потенциал субъекта предпринимательства (его внутренняя среда);

$B_{б.е}$  – состояние внешней среды, внешних условий его функционирования.

*Внешняя среда* субъектов предпринимательства представляет собой сложное гетерогенное<sup>1</sup> образование, охватывающее широкий круг элементов, взаимосвязанных как с субъектом предпринимательской деятельности, так и между собой, образующие своеобразное системно-организованное «пространство», в котором функционируют и развиваются процессы, ограничивающие или активизирующие предпринимательскую деятельность. Чтобы раскрыть структуру внешней среды предпринимательства, следует обратиться к характеру взаимоотношений, складывающихся между субъектом предпринимательства и средовыми элементами. В этом случае можно выделить ряд элементов, которые не подвержены непосредственному управляющему воздействию со стороны фирмы и не могут адекватно реагировать на ее поведение в силу косвенного, неопосредованного

---

<sup>1</sup> От гр. heterogenes – неоднородный по составу.

воздействия. Например, субъект предпринимательства не в состоянии оказать прямое влияние на характер деятельности фирм-конкурентов, однако, формируя качество производимых товаров, реализуя определенную ценовую политику, проводя мероприятия, способствующие укреплению своего имиджа и общественного признания, он создает определенные условия конкуренции, учитываемые всеми организациями, конкурирующими на рынке. Предпринимательская система, таким образом, оказывает ощутимое влияние на всех участников процесса конкуренции, распространяемое косвенным путем с помощью инструментов маркетингового воздействия. Такое влияние улавливается рынком и требует адекватного реагирования со стороны его различных субъектов.

Элементы внешней среды, поддающиеся косвенному воздействию со стороны системы предпринимательства, могут быть объединены в устойчивую и достаточно однородную совокупность с помощью критерия, выражающего характер воздействия (опосредованное). Эта совокупность может характеризоваться как отдельная группа элементов внешней среды – *микроокружающая среда*.

Изучая микроокружающую среду, важно помнить, что она не только испытывает некоторое влияние со стороны конкретного субъекта предпринимательской деятельности и адекватно реагирует на его поведение на рынке, но и оказывает заметное формирующее влияние на стиль и характер предпринимательской деятельности. Микроокружающая среда как бы находится в фокусе рыночных процессов, отражающем наиболее существенные рыночные колебания. Ее элементы пребывают в состоянии постоянного взаимовлияния, когда каждый из них способен обуславливать изменения в поведении другого, но и вынужден приспосабливаться к этим изменениям.

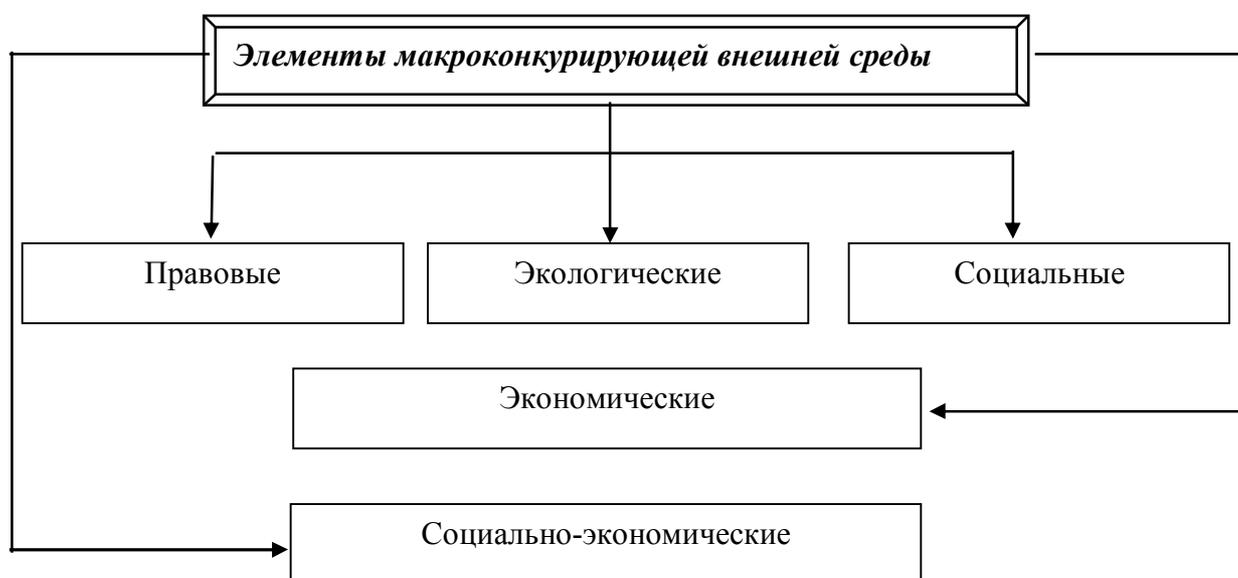
Вместе с элементами микроокружающей среды во внешней среде субъекта предпринимательства отражается влияние факторов, имеющих более «жесткий» характер. Эти факторы (их можно назвать факторами макроокружающей среды) имеют ограничивающие, а иногда и стимулирующие свойства, но в любом случае, это свойства, проявляющиеся в одном направлении – от элемента среды к конкретному субъекту предпринимательской деятельности.

Важнейшей особенностью таких факторов является отсутствие возможности для какого-либо воздействия на них со стороны отдельных субъектов рынка, и наоборот – необходимость в приспособлении к формируемым ими условиям. Безусловно, в общетеоретическом плане, вряд ли правомерно говорить о полном отсутствии возможности для воздействия на какие-либо факторы, так как все элементы социально-эколого-экономических систем находятся в единстве и динамической взаимосвязи. Можно говорить лишь об очень незначительном воздействии, практически не имеющем проявления в практике предпринимательства, и которым можно пренебречь при решении конкретных управленческих задач. Так, например, нельзя не отметить влияние предпринимательства, как явления, и субъектов предпринимательства, как его представителей, на характер правовой и нормативной базы. Субъект предпринимательства высказывает предпочтение той или иной форме государственного устройства, обладающей нормативно-правовыми рычагами, участвует в создании определенного общественного мнения, наконец, отдает свой «голос» представителям той или иной политиче-

ской платформы, но вряд ли можно утверждать, что его позиции и действия могут иметь существенное, формирующее значение. Более целесообразен и плодотворен прогноз и учет государственно-регулируемых правовых процессов, чем попытки их приспособления к собственным интересам. Факторы макросреды, таким образом, образуют некий ограничительный сегмент, требующий изучения со стороны предпринимательских структур и активного приспособления.

*Макроокружающая внешняя среда* включает широкую совокупность элементов: природных, демографических, экономических, экологических, научно-технологических, законодательных, национальных и т. д. Они имеют различный характер и социально-экономическую природу и оказывают различное воздействие на тот или иной вид производственной и предпринимательской деятельности.

Чтобы выделить факторы, обуславливающие параметры конкретного предпринимателя, необходимо располагать научно обоснованной классификацией, отражающей структуру макрофакторов. В основу такой классификации могут быть положены пять крупных групп элементов, отражающих различные стороны социально-экономических взаимоотношений (Рис. 1.6).



**Рис.1.6** – Структура элементов макроокружающей внешней среды

Каждый из этих элементов обладает собственной многокомпонентной структурой. Группа, объединяющая *научно-технические элементы* отражает уровень научно-технического развития, накладывающий технические и технологические ограничения на конкретный вид предпринимательства. Так, в условиях российского рынка заметно ограничивающее влияние уровня развития информационных технологий, охватывающее практически все области предпринимательской деятельности.

*Экономические элементы* обуславливают, в первую очередь, объем денежных средств, которые потребитель может направить на рынок конкретного това-

ра и которые формируют условия спроса и емкость данного рынка. Действие этих элементов определяет и структуру спроса, включающую различные виды товаров, соответствующих потребительским предпочтениям и доступных по цене.

Экономические факторы макросреды охватывают и сформировавшийся рынок труда, наличие свободных рабочих мест и, следовательно, избыток или недостаток рабочей силы, что влияет на уровень заработной платы работников.

К числу экономических факторов можно отнести особенности развития производственной сферы. При этом важно рассматривать два аспекта развития производственного базиса: отраслевой и региональный. В отраслевом аспекте изучается производственная, технологическая и организационная иерархия отраслевой структуры, ее ретроспективная динамика и перспективы. В региональном – требуется изучение характера размещения производительных сил и конкретных объектов производственной инфраструктуры, определяющих структуру предложения в границах конкретного региона, особенности материально-технической базы производственных процессов, оказывающих влияние на показатели эффективности производственной и всей предпринимательской деятельности. Учитывая особенности российского рынка, важно выделить в качестве особого структурного элемента производственно-транспортную инфраструктуру, ее мощность, протяженность, техническую оснащенность, а также действующие тарифы на перевозки.

Экономическая ситуация формируется под влиянием политических факторов. Способы управления экономикой и обуславливаемая ими экономическая обстановка являются, в какой-то мере, отражением политических целей и задач, решаемых правительственными органами. Политические факторы иногда рассматривают как самостоятельные средоборазующие факторы, однако их влияние на условия конкретного бизнеса проявляется обычно посредством других факторов, в частности – экономических, накладывающих четко очерченные ограничительные рамки на многие параметры предпринимательской деятельности.

Политическая ситуация оказывает влияние на другие факторы внешней среды: социальные, правовые, экологические. Наибольший «политический импульс» испытывает на себе *правовая среда*. Виды законов и других правовых актов являются, как правило, следствием политических процессов, лоббирования и общественно-политического давления. Правовые документы любого вида всегда являются «жесткими» и однозначными ограничителями предпринимательства.

Политические факторы оказывают влияние на экологическую ситуацию, в частности в виде протекционизма по отношению к общественным движениям в области борьбы за сохранение и восстановление окружающей среды. Таким образом, политические факторы распространяют свое влияние, минуя несколько ступеней – с помощью экономических, правовых или иных характеристик. При этом можно допустить их отсутствие в представленной структуре элементов, где выделены те, что находятся в непосредственном контакте с предпринимательским звеном.

Расширенную совокупность элементов объединяют *экологические факторы*. Выражающие взаимоотношения между обществом и природой, они включают

три самостоятельные подгруппы элементов:

- природно-климатические;
- природно-ресурсные;
- природоохранные.

Природно-климатические факторы выражают особенности географического местоположения потребительского рынка и удовлетворяющих его спрос предпринимательских структур. Важно отметить, что природные условия, в которых функционирует потребитель и предприниматель, могут не совпадать.

Природно-ресурсные факторы связаны с наличием, объемом, качеством и условиями использования всех видов природных ресурсов, используемых в предпринимательской деятельности. В их числе: природное сырье, запасы воды, топлива, энергии.

Природоохранные компоненты выражают степень загрязнения экосистемы, окружающей территорию потребительского рынка, включающей все ее компоненты. Влияние природоохранных факторов выражается как в фиксированной степени экологического загрязнения, так и в форме, обуславливающей тип общественного поведения в отношении экологических проблем.

С точки зрения современной социально-этической потребности, наиболее пристального внимания заслуживают *социальные элементы* макроокружающей внешней среды. Их группа, пожалуй, наиболее многочисленна. Пытаясь дать расширенную характеристику ее структуре, экономической природе и характеру воздействия на предпринимательскую деятельность, можно выделить две подгруппы:

- элементы, имеющие материально-вещественную форму выражения;
- элементы, не имеющие такой формы.

В первой подгруппе представлены конкретные объекты социальной инфраструктуры конкретного рынка. К числу таких объектов можно отнести широкую совокупность систем и сетей, обеспечивающих жизнедеятельность индивидуума, их групп и общества в целом. Это объекты инженерного обеспечения, культурно-бытовой сферы, общественного транспорта, охраны общественного порядка, регионального и местного управления. Их наличие и отсутствие формируют условия для определения способа ведения предпринимательской деятельности, ее масштабов и территориальной специфики. Так, например, при отсутствии широкой и разнообразной эффективно функционирующей инфраструктуры, затруднительно или практически невозможно развитие некоторых видов бизнеса (туристической деятельности, производство бытовых услуг, некоторые виды строительного производства).

Ко второй подгруппе относятся элементы так называемой социально-духовной среды. Именно они формируют психологический климат, общественные предпочтения, вкусы и пристрастия.

В социально-духовной среде можно выделить исторические традиции, присущие территориальному образованию, в границах которого концентрируется целевой сегмент потребителей, этические нормы, тип общественного устройства, мировоззрения и нравственные устои. К социально-духовной среде можно отнести национальные, расовые, религиозные особенности потребителей, обуславли-

вающие специфику социального поведения и образа жизни.

Социальные элементы внешней среды формируют социальный базис предпринимательства в форме инфраструктурных объектов и спроса потребителей конкретных товаров. Эти же элементы приобретают особое значение при решении проблем конкуренции, определении конкурентоспособности фирмы на рынке. Известно, что наиболее действенными методами конкурентной борьбы являются ценовые и неценовые методы. При этом к неценовым методам относятся повышение качества товара и совершенствование его параметров, наиболее значимых для потребителя. Однако по мере развития рынка, активизации предпринимательской деятельности и постепенного удовлетворения спроса на различные товары ставится задача использования дополнительных методов конкуренции. К числу таких методов можно отнести конкуренцию, основанную на укреплении имиджа и общественном признании фирмы производителя. Такие методы наиболее эффективны в рамках предметной (маркетинговой) конкуренции, когда товары, присутствующие на рынке близки или полностью идентичны по качественным характеристикам или высокая платежеспособность целевого рынка отодвигает на задний план ценовые факторы.

Конкурируя на основе имиджа, являющегося самостоятельной социально-психологической характеристикой, фирма концентрирует внимание на социальных (а точнее – социально-духовных) компонентах, на основе которых строится программа формирования общественного мнения по отношению к фирме, ее склонности и стремлению к решению общественных задач, предпринимательской этике и общей культуре. Реализация подобной программы обеспечивает создание дополнительных конкурентных преимуществ, объективно необходимых в активной конкурентной среде.

Внешняя макросреда характеризуется следующими укрупненными группами элементов: социально-экономической политикой государства ( $V_{с.э.}$ ); научно-техническим уровнем (достижения) ( $V_{н.т.}$ ); демографической обстановкой ( $V_{д.}$ ); уровнем нравственности и культуры ( $V_{к.н.}$ ); уровнем общего и специального образования ( $V_{об.}$ )<sup>1</sup>.

Опыт становления рыночной экономики в России позволяет выявить следующие основные тенденции изменения факторов внешней среды предпринимательской деятельности:

- положительного изменения фактора ( $V_{р.д.}$ ) связаны с отработкой и дальнейшим совершенствованием законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность;
- положительного изменения фактора ( $V_{р.т.}$ ), связанного с увеличением (незначительным) платежеспособного спроса;
- отрицательной динамики фактора ( $V_{к.с.}$ ), связанной с формированием конкурентной среды, с ростом конкуренции;

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Асаул А. Н., Скуматов Е. Г., Локтева Г. Е. Методологические аспекты формирования и развития предпринимательских сетей / Под ред. д.э.н., проф. А.Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика», 2004. – 256 с.

- отрицательной тенденции изменения фактора состояния сырьевых ресурсов ( $V_{p.c.}$ ), связанной с увеличением их стоимости и стоимости их транспортировки;
- отрицательной тенденции изменения параметров рынка трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ ), связанной с ухудшением их качества и стоимости;
- положительной (на перспективу) тенденцией изменения рынка финансов ( $V_{р.ф.}$ ), их большей доступностью и снижения стоимости кредита.

*Внутренняя среда субъектов предпринимательства* охватывает широкий круг элементов представляющих совокупность внутренних условий функционирования субъекта предпринимательской деятельности и полностью зависит от субъекта предпринимательства. Когда речь идет о внутренней среде субъекта предпринимательства, то имеется в виду:

- наличие капитала (как собственного, так и инвестированного);
- выбор объекта предпринимательской деятельности и организационно-правовой формы хозяйственной деятельности;
- организационная структура организаций;
- рациональность и эффективность предпринимательской деятельности и т. д.

Когда речь идет о внутренней среде предпринимательской организации то подразумевается ее структура, охватывающая не только управленческий механизм, направленный на оптимизацию научно-технической и производственно-сбытовой деятельности, но и на совершенствование технологий реализуемых процессов, с помощью которых предпринимательская активность (энергия), материалы и информация преобразуется в конечный продукт предпринимательской организации.

При формировании внутренней среды субъектов предпринимательства обычно выделяют две ее составляющие: ситуационные факторы и элементы внутренней среды.

Элементы внутренней среды – это составные части организации, необходимые для достижения целей. *Основные элементы внутренней среды организации представлены на Рис. 1.7.*

Внутренняя среда субъектов предпринимательской деятельности характеризуется параметрами состояния его основных элементов, определяющих ее потенциал ( $П_{б.е.}$ ), его способность функционировать в определенных внешних условиях<sup>1</sup>. В качестве основных внутренних факторов субъекта предпринимательства рассматриваются:

- параметры продукции (товаров, работ, услуг) –  $П_{т.}$ ;
- параметры производства –  $П_{п.}$ ;
- параметры ресурсного обеспечения –  $П_{р.}$ ;
- параметры системы управления –  $П_{у.}$ ;
- параметры системы сбыта –  $П_{с.}$ ;

---

<sup>1</sup> Завлин П.Н., Васильев А.В., Кноль А.И. Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов. – СПб.: Наука, 1995; Казанский Ю.Н. Строительство в США и России: экономика, организация, управление. Научный центр корпорации «Двадцатый трест». – СПб.: «Двадцатый трест», 1995.

- параметры, характеризующие финансовое положение –  $\Pi_{\text{ф}}$ .

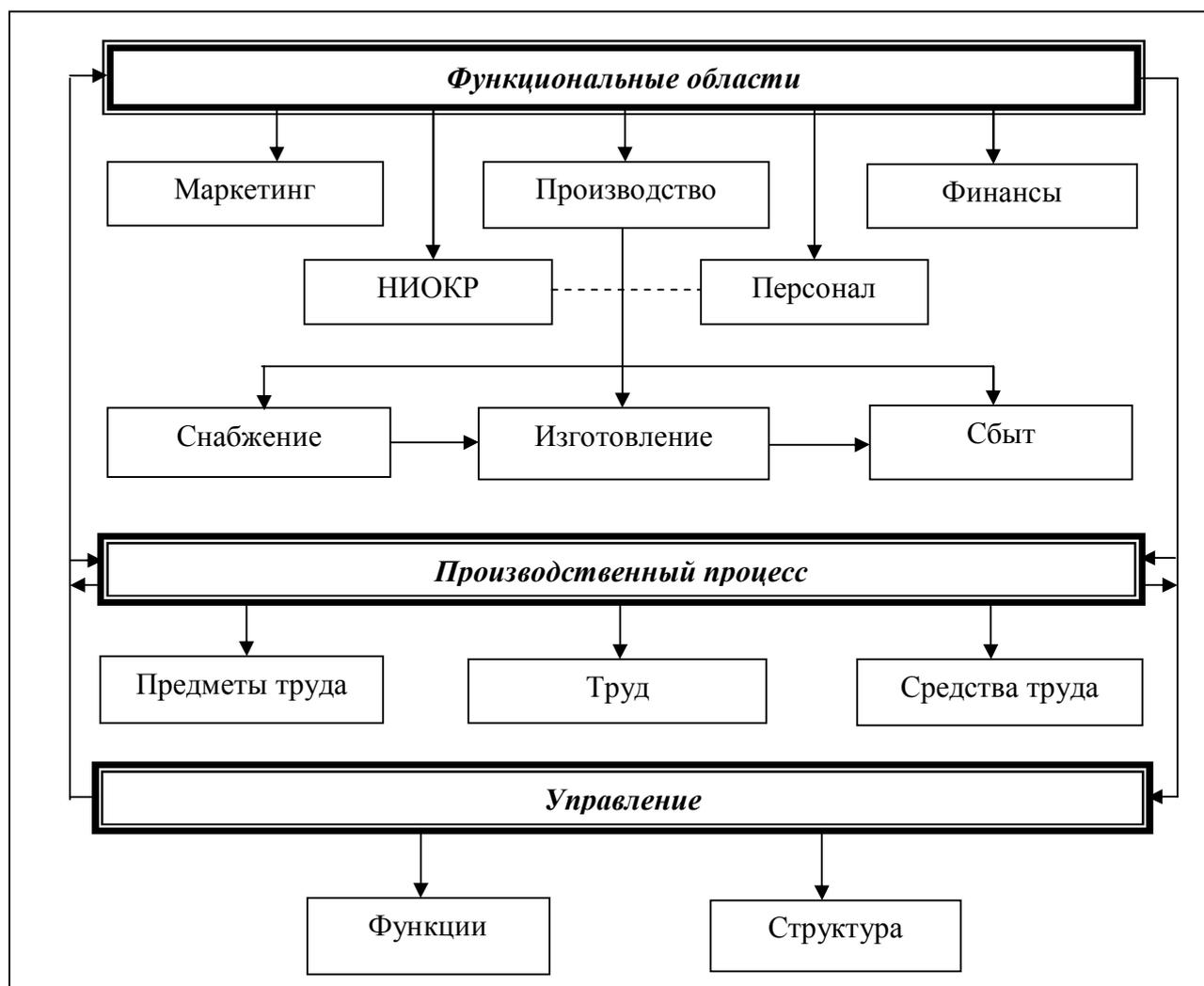


Рис. 1.7. – Основные элементы внутренней среды организации<sup>1</sup>

Представленные в наборе параметры создают пространство состояния системы. Все параметры (факторы) находятся в определенной взаимозависимости. Рассмотрим, прежде всего, взаимосвязь параметров макро- и микросреды, в которой функционирует субъект предпринимательства.<sup>2</sup>

Так, социально-экономическое положение страны ( $B_{\text{с.э}}$ ) в значительной степени определяет:

<sup>1</sup> Асаул А.Н. Предпринимательская деятельность в строительном комплексе. – СПб.: Экономические науки, 1996.

<sup>2</sup> Келлер Т. Концепции холдинга: организационные структуры и управление. – Обнинск: ГЦПИК, 1998; Куприянова И.В., Михайлушкин А.И. Об особенностях предпринимательской деятельности в строительстве. Экономическая политика в области жилищного строительства в условиях рыночных отношений. – СПб.: СПбГИЭА, 1994; Удалов В.П. Малый бизнес как экономическая необходимость: В 2 кн. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002.

- принципы, методы, инструментарий регулирования предпринимательской деятельности, законы, нормы, правила, инструкции и т. д. ( $V_{p.б.}$ );
- величину и структуру платежеспособного спроса на продукцию субъектов предпринимательства ( $V_{p.т.}$ );
- возможности для развития предпринимательства, которые способствуют росту или сокращению количества субъектов предпринимательской деятельности;
- налоговую и таможенную политику в отношении сырьевых отраслей и соответственно влияет на количественные и ценовые параметры сырьевых рынков (топливо, металл, лес и т. д.) ( $V_{p.с.}$ );
- уровень занятости в стране, регионах, среди людей разных профессий; стоимость рабочей силы, то есть ситуация на рынке трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ );
- наличие финансовых ресурсов в стране и кредитную политику, то есть состояние рынка финансов;
- ассигнование на развитие науки и техники, то есть влияет на рынок научно-технической продукции (новых технологий и т. д.) ( $V_{н.т.}$ ).

Уровень научно-технического развития определяет:

- состояние рынка научно-технической продукции, наличие новых идей, технологий, разработок, товаров и т. д. ( $V_{p.н.т.}$ );
- возможности создания новых бизнес-единиц, базирующихся на реализации новых разработок и т. д. ( $V_{к.с.}$ ).

Демографическая ситуация в стране ( $V_{д.}$ ) влияет на:

- структуру платежеспособного спроса ( $V_{p.т.}$ ), на состояние рынка трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ ).

Состояние нравственности и культуры общества ( $V_{н.к.}$ ):

- на метод регулирования бизнеса ( $V_{p.б.}$ ), на состояние трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ ).

Направленность, структура, качество и стоимость образования ( $V_{о.б.}$ ) влияет на:

- состояние рынка трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ ).

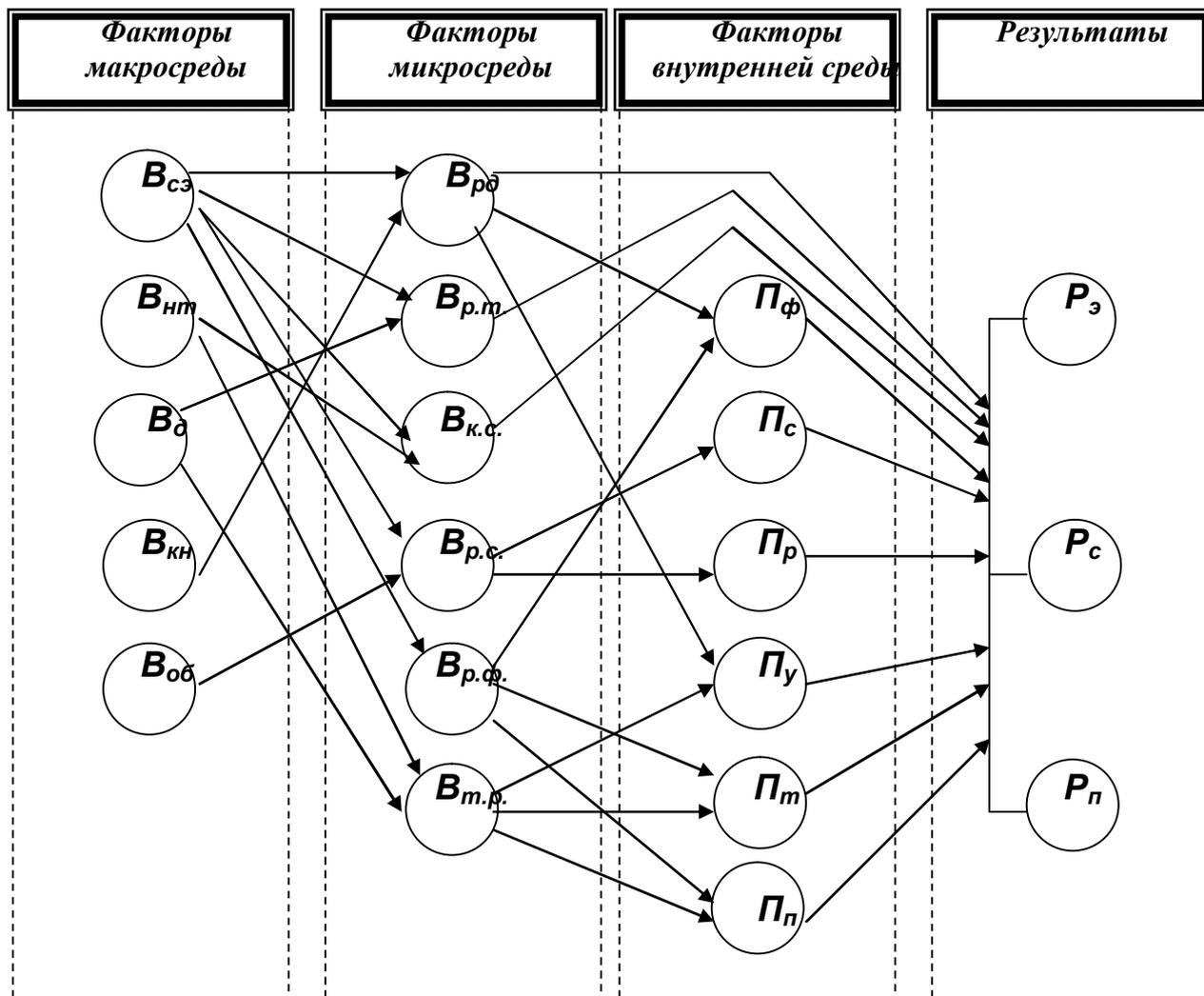
Факторы внешней среды определенным образом влияют на параметры внутренней среды, определяющие потенциал предприятия:

- на финансовый потенциал бизнес-единицы ( $\Pi_{ф.}$ ) влияет налоговое, таможенное законодательство и т. д. ( $V_{p.б.}$ );
- на технологические возможности субъекта предпринимательской деятельности влияют состояние рынка научно-технической продукции ( $V_{p.н.т.}$ ) и рынок финансов ( $V_{p.ф.}$ );
- на потенциал продукции ( $\Pi_{п.}$ ) влияет состояние рынка научно-технической продукции ( $V_{p.н.т.}$ ); финансовые возможности ( $\Pi_{ф.}$ ); доступность сырья ( $V_{p.с.}$ );
- на кадровый потенциал субъекта предпринимательства ( $\Pi_{к.}$ ) влияет рынок трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ );
- на управленческий потенциал субъекта предпринимательства ( $\Pi_{у.}$ ) влияет рынок трудовых ресурсов ( $V_{т.р.}$ ) и рынок научно-технической продукции ( $V_{p.н.т.}$ ).

Проведенный выше анализ показывает взаимосвязь и значительную взаимозависимость факторов внешней и внутренней среды (рис.1.8).

Для лучшего понимания проблем, стоящих перед субъектами предпринимательской деятельности, и определения путей их решения авторами проведен

анализ тенденции изменения параметров внешней и внутренней среды их функционирования.



**Рис.1.8** – Взаимосвязь параметров внешней, внутренней среды и результатов функционирования субъекта предпринимательской деятельности

Анализ проводился на экспертной основе. В качестве экспертов выступали тридцать экспертов, представляющих различные субъекты предпринимательской деятельности, которые ответили на вопросы специальной анкеты. Состояние отобранных выше факторов внешней среды оценивалось следующим образом:

- удовлетворяющее требованиям благоприятности предпринимательской деятельности (У);
- не удовлетворяющее требованиям благоприятности предпринимательской деятельности (Н).

Тенденции изменения факторов внешней среды оценивались:

- положительно для предпринимательской деятельности (П);
- отрицательно для предпринимательской деятельности(О);

- без изменений (стабильность) (С).

Изменения внешней макросреды обусловлены следующим:

- положительной тенденцией экономики государства ( $V_{с.э.}$ );
- положительным изменением научно-технической сферы;
- появлением новых научных разработок, новой технологии (НОУ-ХАУ);
- отрицательными тенденциями изменения демографической обстановки: уменьшением численности и старение населения;
- сохранением низкого уровня нравственности и культуры.

Результаты экспертного анализа тенденций изменения факторов внешней макро- и микросреды субъектов предпринимательской деятельности приводится в Табл. 1.2.

Таблица 1.2

Оценка (экспертное) состояния и тенденций изменения параметров внешней среды субъектов предпринимательской деятельности.

Факторы внешней среды	Условное обозначение	Оценка состояния	Оценка тенденций изменений
1	2	3	4
Социально-экономическое положение в стране	$V_{с.э.}$	У	П
Научно-технический уровень развития	$V_{н.т.}$	У	П
Демографическая обстановка	$V_{д.о.}$	Н	О
Состояние нравственности и культуры	$V_{н.к.}$	Н	С
Законы, правила, нормы, регулирующие предпринимательскую деятельность	$V_{р.б.}$	У	П
Состояние рынка товаров и услуг (платежеспособного спроса)	$V_{р.т.}$	У	П
Состояние конкурентной среды	$V_{к.с.}$	У	С
Состояние рынка трудовых ресурсов	$V_{т.р.}$	У	С
Состояние рынка финансов	$V_{р.ф.}$	Н	П
Состояние рынка сырья	$V_{р.с.}$	У	О

Внутренние факторы связаны, прежде всего, со степенью прогрессивности продукции, состоянием техники, технологий; с квалификацией работников; с эффективным использованием основных средств производства и их соответствиием научно-техническому уровню и т.д.

Экспертная оценка тенденций изменения факторов внутренней среды приводится в Табл. 1.3.

Таблица 1.3

Оценка (экспертная) тенденций изменения факторов внутренней среды субъектов предпринимательской деятельности

Факторы	Условное обозначение	Оценка состояния	Тенденции
Потребительские свойства товара (услуги)	П <sub>п</sub>	Инд.	О
Технологические возможности	П <sub>т</sub>	Инд.	О
Кадровый потенциал	П <sub>к</sub>	Инд.	Инд.
Управленческий потенциал	П <sub>у</sub>	Инд.	Инд.
Финансовый потенциал	П <sub>ф</sub>	Инд.	Инд.

Воздействие внешних и внутренних факторов на функционирование субъектов предпринимательской деятельности вызывает необходимость решения двух видов задач:

- повышение эффективности их текущей производственно-хозяйственной деятельности;
- обеспечение эффективности развития на определенную перспективу;
- снижение рисков (опасностей, угроз).

Под воздействием внутренних и внешних факторов возникают определенная дестабилизация, несоблюдение экономических принципов рациональной производственно-хозяйственной деятельности. В этой ситуации перед субъектами предпринимательской деятельности возникают проблемы (Рис. 1.9).

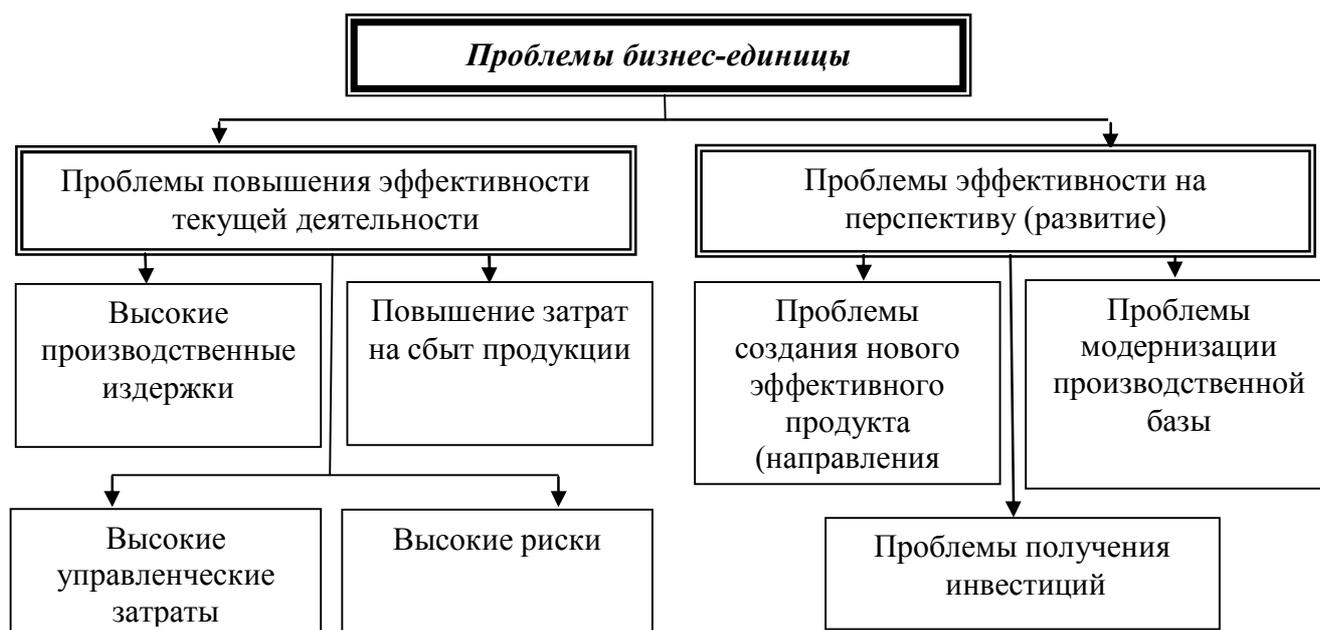


Рис. 1.9 Экономические проблемы бизнес-единицы субъектов предпринимательской деятельности

В качестве основных методов снижения производственных издержек можно предложить:

- оптимизацию загрузки производственных мощностей (увеличение сменности, коэффициента загрузки и т. д., сокращения простоев оборудования);
- повышение производительности труда за счет внедрения рациональных трудовых приемов и ликвидации потерь рабочего времени;
- обеспечение оптимального использования всех производственных ресурсов (сырья, площадей, энергии);
- сокращение производственного цикла, незавершенного производства;
- оптимизацию складских запасов;
- повышение качества и сокращение брака.

Снижение управленческих расходов может быть достигнуто за счет:

- рационализации организационной структуры бизнес-единицы;
- рационального разделения и кооперации управленческого труда;
- оптимизации управленческого аппарата;

автоматизации и компьютеризации управленческого труда

Ситуационные факторы *внутренней среды субъекта предпринимательской деятельности* – это внутренние переменные, которые создаются предпринимателем исходя из анализа внешней среды и используются для определения граничных условий функционирования предпринимательской организации. К основным ситуационным факторам относятся:

- корпоративная культура;
- внутрифирменное предпринимательство (интрапренерство);
- цели предпринимательства.

Рассмотрим их.

*Культура* – это совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей, или высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие, умение<sup>1</sup>. Существует еще множество определений, однако, по сути, они сводятся к тому, что культура – это понятие, интегрирующее различные аспекты жизни, деятельности, поведения людей, их объединений общества в целом на определенном историческом этапе своего развития.

Любая культура, том числе и предпринимательская содержит два основных аспекта: ценности и процедуры. Ценности – это этические идеалы, качества, являющиеся высшими нравственными категориями. Процедура – это официально зафиксированные и неписанные правила поведения, основанные на указанных ценностях.

В настоящее время используются термины «культура предпринимательства», «культура предприятия (фирмы)», «хозяйственная культура», «корпоративная культура», «организационная культура». Все это идентичные понятия, под которыми понимается духовная жизнь людей в предпринимательской среде, в организации, их идейное нравственное состояние, ощущения, мышление и действия.

*Хозяйственная культура* – это как бы проекция экономики на сферу культуры; верно также обратное утверждение, согласно которому она является проекцией культуры на сферу экономики. Другими словами, культурная компонента экономической деятельности (хозяйственная культура) неотделима от самой

---

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

этой деятельности, является ее необходимой предпосылкой и способна активно воздействовать на нее, усиливая или замедляя развитие экономики. Точно так же можно утверждать, что экономическая составляющая культуры (хозяйственная культура) воздействует на всю культурную среду данного общества (включая науку, искусство, религию), причем прямо, непосредственно отражается на тех сферах культуры, которые наиболее тесно связаны

*Корпоративная культура* — это система (не обязательно формализованная) общепринятых в компании и оберегаемых ее членами (не всегда осознанно) культурно-этических, моральных и других постулатов в отношении целей, дела, внутрифирменных взаимоотношений и взаимодействия с окружением (клиентами, партнерами, конкурентами, госструктурами, обществом в целом). Система данных постулатов находит свое выражение в сложившихся спонтанно или осознанно культивируемых и заявляемых (декларируемых) компанией и ее членами ценностях и убеждениях, нормах, принципах, правилах, процедурах, стандартах, а также в обычаях, традициях, манерах, ритуалах. Корпоративная культура – многофакторная субстанция, и поэтому она всегда индивидуальна, а значит, как правило, является одним из факторов, который придает организации индивидуальные черты<sup>1</sup>.

Существует много подходов к анализу содержательной стороны той или иной корпоративной культуры. Ф. Харрис и Р. Моран предложили выделить десять содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре:

- осознание себя и своего места в организации;
- коммуникационная система и язык общения;
- внешний вид, одежда и представление себя на работе;
- привычки и традиции, связанные с приемом и ассортиментом пищи;
- осознание времени, отношение к нему и его использование;
- взаимоотношения между людьми;
- ценности и нормы;
- мировоззрение;
- развитие и самореализации работника;
- трудовая этика и мотивирование.

Приведенные характеристики корпоративной культуры в совокупности указывают на нетрадиционные, но весьма эффективные способы управления, когда на помощь руководителю приходят корпоративная идеология, система организационных ценностей.

И в заключение необходимо отметить, что, как показало исследование российских психологов<sup>2</sup>, более 60 % организаций предпочитают, чтобы их компания чем-то выделялась, имела свои принципы. Что любопытно, порой работники компаний считают, что лучше иметь даже негативно воспринимаемую обществом корпоративную культуру, чем не иметь никакой. Что ж, желание идентифи-

---

<sup>1</sup> Имамбаев Н. Правильное формирование «правильной» организационной культуры // Управление компанией. – 2003. – № 3. – С. 54-58.

<sup>2</sup> Ермошкин А. Организация как культурный феномен // Управление компанией. – 2006. – № 2. – С.16.

цировать себя с коллективом по-прежнему остается одной из самых сильных личностных мотиваций.

В настоящее время не только в теоретических исследованиях, но и на практике уделяется больше внимание не только предпринимательству как особому виду хозяйственной деятельности в условиях концентрации и создания для себя лучших условий хозяйствования посредством рыночного обмена, но и *внутрифирменному предпринимательству – интрапренерству*<sup>1</sup>. Необходимо обратить внимание на то, что *внутреннее предпринимательство следует рассматривать как внутренний переменный ситуационный фактор, который задается руководителем организации, исходя из анализа внешней среды, и используется для достижения организацией конкурентных преимуществ.*

Выделение интрапренерства как особого вида предпринимательской деятельности лишает предпринимательство бытия, превращая его в то «возникающий, то исчезающий фантом».<sup>2</sup>

Возникновение интрапренерства (Рис. 1.10), во-первых, обусловлено объективными тенденциями социально-экономического развития общества, когда доминирующими для многих становятся социальные аспекты мотивации деятельности человека, когда люди стремятся к самостоятельности, самовыражению. Они хотят реализовать эти потребности, получить больше самостоятельности в своей организации в рамках ее организационной структуры. Недооценка этих желаний может привести к снижению интереса к выполняемой работе и уходу из организации наиболее способных и перспективных работников в поисках возможности для самореализации и творчества.

Во-вторых, причиной интереса к интрапренерству стала тенденция необходимости внедрения новых технологий с целью увеличения конкурентных преимуществ.

В крупных организациях, работающих достаточно стабильно и успешно, как правило, сдерживается новаторство, блокируются нововведения, могут игнорироваться инициативы, особенно, если они не связаны непосредственно с основной деятельностью организации, то есть наблюдается консерватизм. Организации с традиционной структурой управления чаще всего действуют на основе четкого иерархического соподчинения и набора инструкций, всесторонне регламентирующих их жизнедеятельность.

---

<sup>1</sup> Термин «интрапренер» был введен американским исследователем Г. Пиншо и в дальнейшем получил развитие: *entrepreneur* – человек, который идет на риск при создании новой организации или внедрении новой идеи, продукта или услуги; *entrepreneurship* – предпринимательская деятельность, проводимая внутри крупной фирмы или иного большого делового предприятия; *entrepreneurial manager* – менеджер, который изыскивает возможности и идет на преднамеренный риск, осуществляя изменения и вводя усовершенствования на своем предприятии.

<sup>2</sup> Штайльманн К. Новая философия бизнеса. – Т II. – Риски и успех предпринимательства в постсоциалистическом обществе. – Москва–Берлин: Российское психологическое общество, 1998. – С. 175; Предпринимательство в XX веке / Под ред. А.А. Дынкина. – М.: Наука, 1992. – С. 312; Милер А.Е., Чуканова С.Н. Интрапренерство. – Омск: Изд-во Омского ун-та, 1998.



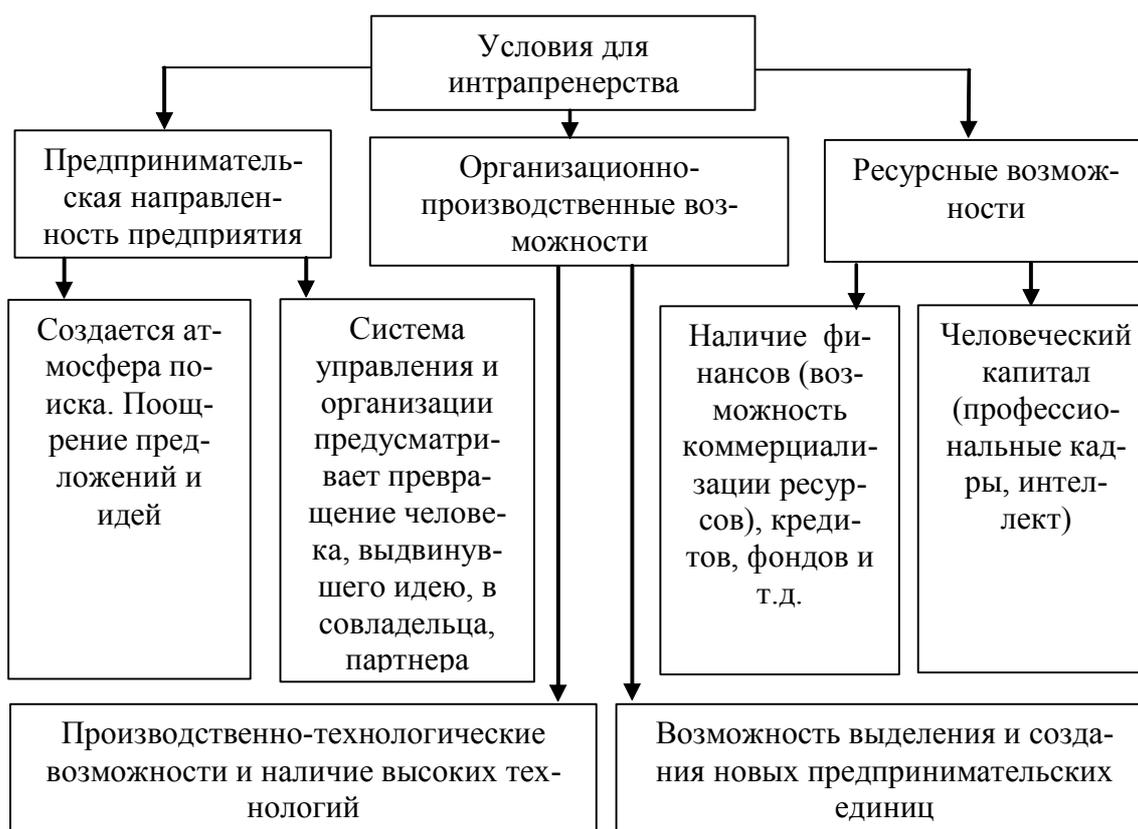
**Рис. 1.10** – Потребности, формирующие предпосылки для возникновения интрапренерства

В организациях предпринимательского<sup>1</sup> типа руководителем создается атмосфера поиска, поощряются выдвигаемые идеи, предложения и новые решения. Развитие духа интрапренерства обеспечивает эффективное развитие предпринимательской организации и позволяет достичь конкурентных преимуществ по сравнению с другими организациями.

С социально-психологических позиций предпринимательская деятельность – это средство реализации потребностей личности в независимости, богатстве, престижной работе, положении в обществе. В некоторых организациях создаются условия для превращения человека, выдвинувшего предпринимательскую идею, в совладельца фирмы – партнера; существуют и другие виды заинтересованности. Индивидуальный предприниматель может реализовать эти потребности полностью. В партнерском бизнесе они несколько ограничены, поэтому в предпринимательской организации для интрапренера должны быть созданы определенные условия, обеспечивающие реализацию его новаторских идей (Рис. 1.11).

<sup>1</sup> Предпринимательская организация – это организация, которая активно идет на реализацию всех возможных предпринимательских идей.

Под *внутрифирменным* предпринимательством понимается реализация предпринимательских целей внутри существующей коммерческой организации, выпускающей определенную продукцию (работы или услуги), в которой руководителем создаются условия для выдвижения и реализации новаторских предпринимательских идей по коммерциализации новых технических, технологических и иных достижений, выделяются ресурсы (интракапитал)<sup>1</sup> для их реализации, и оказывается всесторонняя помощь для практической реализации идеи.



**Рис.1.11** – Условия для возникновения партнерства интрапренера и организации предпринимательского типа

Внутрифирменное предпринимательство можно рассматривать как деятельность по производству и реализации продукции (работ) на основе интеграции предпринимательской инициативы и возможностей коммерческой организации. *Человек, иницилирующий и ведущий свою предпринимательскую деятельность в рамках действующей организации – это интрапренер.*

Сущность деятельности интрапренера состоит в том, что он не ждет каких-либо изменений в деятельности организации и лишь потом реагирует на них соответствующим образом, а «заставляет» происходить выгодные для коммерческой организации изменения, то есть перестраивает обычный процесс в предпринимательский, инновационно-интрапренерский.

<sup>1</sup> Интракапитал – капитал, необходимый для реализации идей, лежащих в основе внутрифирменного предпринимательства.

Этапы взаимодействия интрапренера и организации предпринимательского типа представлены в Табл. 1.3.

В соответствии с основными фазами становления внутрифирменного предпринимательства весь процесс совершенствования предпринимательской организации складывается из следующих стадий:

- анализ предпосылок для развития внутрифирменного предпринимательства;
- создание условий для формирования внутрифирменного предпринимательства;
- создание структуры внутрифирменного предпринимательства;
- формирование системы взаимосвязи и взаимодействия партнеров в рамках внутрифирменного предпринимательства.

Таблица 1.3

Этапы взаимодействия интрапренера и организации предпринимательского типа

<i>Интрапренер</i>	<i>Характер связи</i>	<i>Организация предпринимательского типа</i>
Зарождение предпринимательской идеи (ПИ)		
1. Формирование ПИ		
		2. Определение потенциала организации для реализации ПИ
Реализация ПИ		
3. Разработка путей эффективного использования ресурсов для реализации ПИ	← партнерство →	3. Предоставление необходимых ресурсов для реализации ПИ
Функционирование ПИ		
4. Контроль за функционированием ПИ	← партнерство →	4. Получение прибыли от реализации ПИ
5. Получение вознаграждения за реализацию ПИ по итогам функционирования		
Завершающая стадия функционирования ПИ		
6. Формирование новой ПИ в случае решения о диверсификации	← партнерство (при диверсификации) нет (при ликвидации) →	6. Диверсификация или ликвидация ПИ

Сущность внутрифирменного предпринимательства можно характеризовать с двух точек зрения:

- с точки зрения предпринимательской организации – как метод управления в организации, в основе которого заложена инициатива исполнителей, а не администрирование. При этом необходимо учитывать, что высшее руководство предпринимательской организации все же оставляет за собой функции контроля;

– с точки зрения субъекта реализации – как форма экономической активности интрапренера.

В неоклассической экономической теории процесс преобразования исходных ресурсов в готовый продукт осуществляла автономная юридически экономическая организация (предприятие). В современных условиях изменяется видение базовой модели организации. Она заменяется моделью кооперации и интеграции. Такая модель характеризуется тем, что в поведении субъектов предпринимательства выявляется тенденция к кооперации производства и корпоратизации предприятий<sup>1</sup>. Устойчивость этой тенденции позволяет утверждать, что важнейшими элементами рыночной экономики новейшего периода выступает совместное функционирование субъектов предпринимательства в рамках предпринимательских сетей.

Для изучения сложных объектов и проблем их функционирования и развития служит системный подход и системный анализ. Данный подход к исследованию объекта представляет собой конкретизацию материалистической теории познания и позволяет формализовать на определенных принципах процесс анализа, подготовки и обоснования путей решения выявленных проблем. Он позволяет лучше понять происходящие процессы функционирования субъектов предпринимательства и причины их вхождения в предпринимательские сети, дать их формализованное описание. Для регулирования процесса формирования и функционирования предпринимательских сетей необходим переход от частных эмпирических зависимостей и связей к созданию и формализации логического описания общей картины объекта во всей ее сложности и взаимообусловленности.

Системный подход позволяет проводить анализ всех совокупных факторов процесса и выявить их влияние в целом и его отдельных параметров на степень достижения поставленной цели. Состояние системы определяется свойствами основных ее элементов, ее возможностью функционировать для достижения поставленной цели в ответ на входной импульс.

Возможности решения проблем субъектов предпринимательской деятельности за счет вхождения в предпринимательскую сеть представлены в Табл.1.4.

В процессе долгосрочного функционирования субъектов предпринимательской деятельности происходят различного рода изменения параметров организации и внешних условий ее существования. Эти изменения происходят как стихийно, так и под регулирующим воздействием органов власти<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Авдашева С. Б., Дементьев В. Акционерные и неимущественные механизмы интеграции в российских бизнес-группах // Российский экономический журнал. – №1, 2000; Асаул А.Н., Батрак А.В. Корпоративные структуры в региональном инвестиционно-строительном комплексе. – СПб.: Изд-во АСВ, СПбГАСУ, 2001.

<sup>2</sup> Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма: фирмы, рынки, отношенческая контракция. – СПб.: Лениздат, 1996; Экономико-математические методы и модели планирования и управления. – М.: Знание, 1993; Экономика предприятия и отрасли промышленности. Серия «Учебники, учебные пособия». – Изд. 3-е., перераб. и доп. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999.

Таблица 1.4.

**Возможности решения проблем субъекта предпринимательства за счет его  
вхождения в предпринимательскую сеть**

№	Задачи	Пути решения
1	2	3
<b>1. Проблемы повышения эффективности функционирования субъекта предпринимательства</b>		
1.1	Снижение производственных затрат	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оптимизация технических возможностей (<math>\Pi_T</math>) на основе производственной кооперации;</li> <li>- Увеличение кадрового потенциала (<math>\Pi_K</math>) и рост производительности труда за счет углубления специализации производства;</li> <li>- Увеличение финансового потенциала (<math>\Pi_\Phi</math>) за счет доступа к финансовым ресурсам партнеров;</li> <li>- Увеличение конкурентоспособности продукции (цены) за счет ее модернизации при участии партнеров, осуществляющих НИР и ОКР.</li> </ul>
1.2	Повышение качества управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет разработки и реализации совместной стратегии с партнерами;</li> <li>- За счет централизации отдельных управленческих функций (информационных, бухгалтерских, маркетинговых и др.)</li> </ul>
1.3	Повышение эффективности сбыта продукции	<ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет вхождения в предпринимательскую сеть сбытовых организаций;</li> <li>- За счет оптимизации сбытовой сети;</li> <li>- За счет кооперации и концентрации сбытовых процессов в рамках предпринимательской сети.</li> </ul>
1.4	Снижение рисков	<ul style="list-style-type: none"> <li>- При закупке сырья, материалов и комплектующих;</li> <li>- При проведении сбытовых операций.</li> </ul>
<b>2. Проблемы эффективного развития субъекта предпринимательства.</b>		
2.1	Создание нового продукта (новых направлений деятельности)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет налаживания партнерских отношений с организациями, имеющими подразделения НИР и ОКР;</li> <li>- За счет налаживания партнерских отношений с инновационными организациями;</li> <li>- За счет привлечения инвестиций партнеров по предпринимательской сети.</li> </ul>
2.2	Модернизация производственной базы	<ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет производственной кооперации;</li> <li>- За счет привлечения инновационных организаций (НИИ, КБ, ПБ);</li> <li>- За счет привлечения инвестиций партнеров и совместного финансирования.</li> </ul>
2.3	Модернизация, развитие системы сервиса и сбыта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- За счет создания объединений, разветвленной системы сервиса и сбыта на основе объединения и оптимизации соответствующих ресурсов партнеров.</li> </ul>

Под воздействием внутренних и внешних факторов возникают определенные дестабилизации, несоблюдение экономических принципов рациональной производственно-хозяйственной деятельности. В этой ситуации перед субъектом предпринимательской деятельности возникают проблемы. Базовыми факторами

их зарождения являются: развитие научно-технического прогресса общества, неравномерное развитие различных отраслей народного хозяйства, снижение нормы прибыли действующего традиционного производства, рост потребностей населения в новых, улучшенных товарах и услугах.

Многие современные проблемы развития субъектов предпринимательства, особенно малых по объему, могут успешно решаться за счет концентрации производства, углубления специализации и разделения труда<sup>1</sup>. В качестве основных методов снижения затрат на производство продукции можно предложить:

- оптимизацию загрузки производственных мощностей (увеличение сменности, коэффициента загрузки и т.д., сокращения простоев оборудования);
- повышение производительности труда за счет внедрения рациональных трудовых приемов и ликвидации потерь рабочего времени;
- обеспечение оптимального использования всех производственных ресурсов (сырья, площадей, энергии);
- сокращение производственного цикла, незавершенного производства;
- оптимизацию складских запасов;
- повышение качества и сокращение брака.

Снижение управленческих расходов может быть достигнуто за счет:

- рационализации организационной структуры субъекта предпринимательской деятельности;
- рационального разделения и кооперации управленческого труда;
- оптимизации управленческого аппарата;
- автоматизации и компьютеризации управленческого труда.

Вхождение субъекта предпринимательской деятельности в предпринимательскую сеть позволяет оптимизировать экономический потенциал всех участников предпринимательской сети, получить синергетический эффект от объединения их ресурсов, перевести конкуренцию межфирменную в конкуренцию объединений (сетей).

Ряд фирм участвуют в межфирменных союзах для того, чтобы лишить конкурента доступа к ресурсам и создать препятствия для третьей фирмы. При этом необходимо учитывать, что межфирменное сотрудничество целесообразно лишь при сохранении контроля за собственным бизнесом, иначе субъект предпринимательской деятельности может оказаться в ситуации игнорирования его интересов ради другого участника предпринимательской сети.<sup>2</sup>

В современных условиях формируются институты, определяющие базовые свойства и правила взаимоотношений субъектов рыночной экономики.<sup>3</sup>

Одним из основных интегрирующих элементов выступает договор, который юридически обеспечивает выполнение взаимных обязательств в процессе разработки производства и сбыта товаров и услуг.

---

<sup>1</sup> Головина А. Н. Методология разработки проблемы специализации и кооперации, производства в условиях трансформируемой экономики // Известия Уральского университета, 1999.

<sup>2</sup> Подробнее см.: Асаул А.Н., Скуматов Е.Г., Локтева Г.Е. Предпринимательские сети в строительстве / Под ред. д.э.н., проф. А. Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика», 2005. – 256 с.

<sup>3</sup> Головина А.Н. Методология разработки проблемы специализации и кооперации, производства в условиях трансформируемой экономики // Известия Уральского университета, 1999.

## 1.5. Постановка предпринимательских целей

Понятие «цель» на первый взгляд кажется понятным без дополнительного объяснения. Имеющее, казалось бы, самоочевидный смысл, оно в действительности относится к числу сложных категорий социологии, философии, экономики, управления.

*Цель – идеальное мысленное предвосхищение результата предпринимательской деятельности.* Это предмет устремления, заранее намеченный конечный замысел, ожидаемый результат действия предпринимателя, то, во имя чего он работает. Родоначальник стратегического планирования и управления Игорь Ансофф определяет цель как критерий успеха или неудачи предпринимателя.

Цели направляют и регулируют предпринимательскую деятельность, поскольку она целиком направлена на их достижение<sup>1</sup>.

Процессы постановки и достижения, целей у предпринимателей постоянно сменяют друг друга Рис. 1.12.

Новая цель для предпринимателя – это стимулирующий фактор<sup>2</sup>. Однако большей части предпринимателей необходимо признание достижения их успеха, они способны принимать на себя всю вину за неудачи.

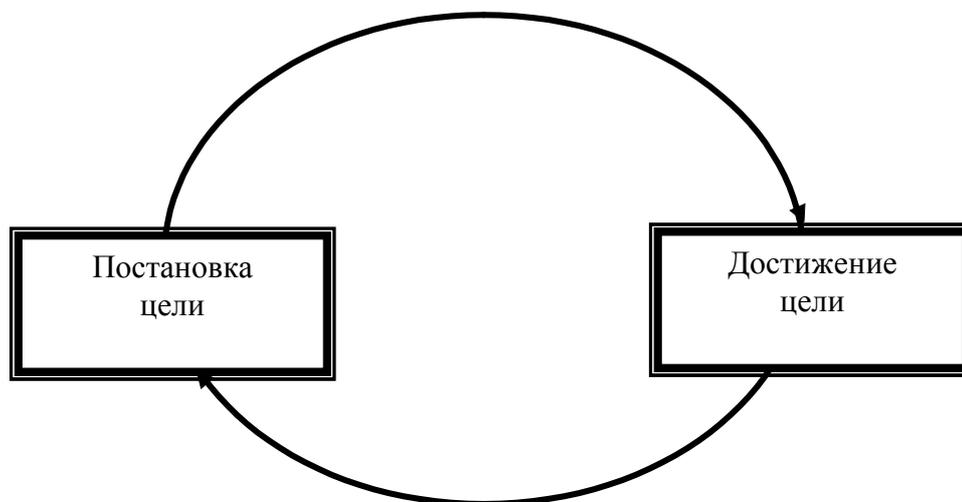


Рис. 1.12. – Постановка предпринимательских целей

<sup>1</sup> Существует такое утверждение: счастье это стремление к значительным целям, но не обязательно их достижение. Это высказывание можно применить и к некоторым предпринимателям, которые, видя цель впереди уже счастливы, реализация этих целей для них необязательна.

<sup>2</sup> «Рефлекс целей есть основная форма жизненной энергии каждого из нас. Жизнь только для того прекрасна и сильна, кто всю жизнь стремится к постоянно достигаемой, но никогда не достижимой цели. Вся жизнь, все ее улучшения, вся ее культура делается людьми, стремящимися к поставленной ими в жизни цели» (И.П. Павлов, русский ученый-физиолог).

Основным вопросом, который должен разрешить предприниматель, является определение целей своей предпринимательской деятельности.

Если цели не определены, то их установление служит одной из самых главных и трудных задач управления предпринимательской деятельностью. В этом случае формирование целей предпринимательской деятельности представляет первичную цель управления этой деятельностью, что наиболее ярко проявляется в планировании хозяйственной деятельности организации, инвестиционного и финансовых процессов, управления затратами.

Главная цель предпринимательской деятельности, которая обусловлена самой сущностью предпринимательства, заключается в стимулировании и удовлетворении спроса общества на конкретные потребности его членов (региона, страны). Однако это не единственная цель предпринимательства и помимо нее существует целая система различных целей (в том числе и частных, но не менее важных).

Главная цель предпринимателя – максимизация его возможностей удовлетворять комплекс социально-экономических потребностей предпринимателя в условиях неопределенности, она конкретизируется под влиянием внешней среды, исходя из возможностей внутренней среды и из его прошлого, а также из выполняемых предпринимательской единицей функций.

Для того чтобы сохранить жизнеспособность и эффективность предпринимательской единицы, предприниматель должен ставить перед собой определенные цели точно так же, как он это делал до ее создания. Эти цели могут быть различными. Наиболее типичными являются.

*Цели развития предпринимательских единиц* заключаются в изменении количественных параметров и качества функционирования предпринимательских единиц для перевода в желаемое, более благоприятное состояние, характеризующееся лучшими значениями целевых показателей. Цели развития могут состоять в определении финансируемого ею уровня качества и эффективного производства, выхода на определенный уровень производства и потребления, удовлетворения потребностей потребителей.

*Цели поддержания предпринимательских единиц* в достигнутом ею состоянии возникают в условиях, когда надо закрепить это состояние потому, что оно удовлетворяет предпринимателя, либо вызвано опасностью ухудшения этого состояния, которое надо предотвратить.

*Цель выхода из нежелаемого состояния* или цели дальнейшего спада, обеспечение выхода из кризиса – характерны для ситуации, когда параметры, показатели функционирования предпринимательских единиц существенно ниже нормативного уровня, не удовлетворяют, целевым установкам предпринимателя и запросам потребителей, значительно хуже состояния аналогичных объектов. Целью предпринимателя в этой ситуации является преодоление спада, недопущение показателей предельно допустимого уровня, заключаются в стабилизации социально-экономической обстановки и создании предпосылок подъема.

Наряду с этими достаточно общими, глобальными целями возможны и вполне реальные более узкие, локальные цели, распространяющиеся на отдельные

сферы, виды не только предпринимательской, но и социальной деятельности, связанные с решением частных проблем, осуществлением проектов, программ.

Например, целями могут быть:

накопление денежных средств для завоевания новых рынков и развития производства;

улучшение социальных условий сотрудников предпринимательских единиц; оптимизация спроса покупателей на продукцию предпринимательских единиц;

оказание помощи в улучшении этических и моральных норм общества, улучшение культуры потребления и т. д.

Как правило, такие локальные ограниченные цели, подчинены и входят в состав перечисленных выше общих целей предпринимателя, соответствующих общественным целям.

Но цели предпринимательских единиц не едины и не всегда совпадают с целями учредителей, менеджеров и коллектива. Более того, может наблюдаться противоречивость целевых устремлений внутри предпринимательских единиц, что наиболее типично в предпринимательстве. Несовпадение и противоречивость интересов людей, являющихся членами предпринимательских единиц может привести и приводит к разрушительным для предпринимательских единиц последствиям.

Наиболее опасны в этом отношении расхождения целей предпринимателя и членов коллективов предпринимательских единиц, прикрываемые демагогическими заверениями предпринимателей о том, что они действуют в интересах коллектива. Истинные цели предпринимателя оказываются при этом завуалированными, скрытыми, предпринимательская единица теряет целевую ориентацию и вместо того, чтобы организовать и ориентировать ее на достижение единых целей, вносят дезорганизацию<sup>1</sup>, приводят к низкой эффективности функционирования, а то и к деструкции<sup>2</sup>, банкротству предпринимательских единиц.

Решающим условием развития предпринимательских единиц является единство, непротиворечивость целей предпринимателя и членов коллектива предпринимательских единиц. Естественно, что достижение полного соответствия целей не представляется возможным. Но должны существовать гармония интересов, определенный уровень совпадения целевых установок всех участников предпринимательской деятельности, переход за пределы которых недопустим.

Цели предпринимателей зависят от внешней среды, а выбор внешней среды выбирается предпринимателем в зависимости от целей.

Цели любой предпринимательской единицы (так как в ней протекают социально-экономические процессы) существенным образом связаны с потребностями людей и их удовлетворением. Любой экономический субъект, начиная от индивидуального предпринимателя, МП и завершая экономикой страны, функционирует, действует во имя потребления различных людей. Как известно, потребность – это нужда, необходимость в потреблении, использовании опреде-

---

<sup>1</sup> От лат. *destructivus* – разрушительный, неплодотворный.

<sup>2</sup> От фр. *desorganisation* – нарушение порядка, дисциплины, нормальной деятельности.

ленного количества товара и услуг, обеспечивающих жизнедеятельность приносящих людям удовлетворение их желаний. В конечном счете – именно *удовлетворение количественно и качественно видоизменяющихся потребностей людей, всего населения и составляет главную цель экономики а, следовательно, и предпринимательской деятельности.*

Цели предпринимательской единицы, (за исключением корпоративных структур) имеют ограниченный временной горизонт. Например, для предпринимателя, реализующего идею по выпуску инновационной продукции, цель которой поднять предпринимательскую организацию до уровня, при котором ее можно будет выгодно продать (чтобы воплотить в жизнь другую предпринимательскую идею), временной горизонт ограничен моментом продажи или слияния, так как после этого появляются новые ресурсы и новые перспективы.

Цели могут быть краткосрочными и долгосрочными.

Долгосрочные – это те цели, которые достигаются в течение длительного периода времени. Поэтому долгосрочные цели, направленные на поддержание и увеличение рентабельности, должны подкрепляться решениями об обеспечении ресурсами таких долгосрочных потребностей, как исследования и разработка (НИОКР), создание новых производственных площадей и приобретение оборудования, обучение персонала.

Если бы поведение предпринимателя определялось исключительно ближайшими целями, подобного рода затраты были бы неоправданны. Поэтому важно, чтобы долгосрочные цели, направленные на поддержание и увеличение рентабельности, устанавливались по окончании краткосрочного периода развития.

Ближайшие и долгосрочные цели дают оценку товарно-рыночным возможностям в свете тенденций в отрасли и в экономике. Но в жизни присутствуют и непредвиденные обстоятельства, вероятность которых может быть относительно низка, но воздействие на рентабельность предпринимательской единицы – огромно. Это влияние может быть как негативным, приводящим к катастрофическим последствиям (война в Ираке принесла значительные потери для фирм, которые в эту страну вложили инвестиции), так и позитивным, открывающим перед предпринимательской единицей широкие перспективы, так, например дефолт в 1997 г. «сыграл на руку», например, производителям сухих строительных смесей.

Страхование может уменьшить риск, а новаторство – осуществить «прорыв». Для этого необходимо поставить еще одну цель – гибкость предпринимательской единицы. Гибкость может быть внешней, которая достигается применением диверсификационной модели товарно-рыночных инвестиций, минимизирующей последствия и гибкость внутренняя, выражающаяся в ликвидности ресурсов предпринимательской единицы.

Любая цель как критерий успеха (или неудачи) состоит из трех элементов:

некоего *атрибута*, призванного проверять выполнение критерия, *средства измерения* или масштаба, для оценки величины атрибута и *задачи* определенного значения, масштаба, которого стремится достичь предпринимательская единица.

Если взять основную цель предпринимательской единицы ее *атрибутом* – *стимулирование и удовлетворение спроса общества на конкретные потребности*

*сти его членов, то средством измерения будет норма прибыли на всем временном горизонте, а задачей – оптимизация этой нормы.*

Прибыль является оценкой успеха и психологическим стимулом предпринимателя, показателем эффективности использования ресурсов и оценки инвестиционных возможностей, и соответственно источником развития предпринимательства. Именно поэтому предпринимателю необходимо сосредоточить свои усилия на тех факторах, которые производят прибыль (а не на самой прибыли).

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в рамках текущей или перспективной политики предпринимательских единиц, которая определяет направления и методы осуществления предпринимательской деятельности, ее стиль. Все это обеспечивает эффективное поведение предпринимательских единиц в сложившихся или меняющихся условиях окружающей среды.

Главной целью внутрифирменного предпринимательства является стимулирование и удовлетворение спроса общества на конкретные потребности общества в рамках существующей коммерческой организации, а главной целью интрапренера является максимизация возможностей предпринимательства в условиях действующей коммерческой организации

Цели внутрифирменного предпринимательства формируются в условиях внутренней среды коммерческой организации под воздействием внешней среды. Это может быть:

- потребность в получении денежных средств для устойчивого развития коммерческой организации;
- потребность в создании ресурсной базы для перспективного развития коммерческой организации;
- желание получить дополнительную прибыль к имеющейся (Рис. 1.13).

Также целью внутрифирменного предпринимательства является обеспечение интересов организации и интрапренера, выдвинувшего и реализовавшего предпринимательскую идею.

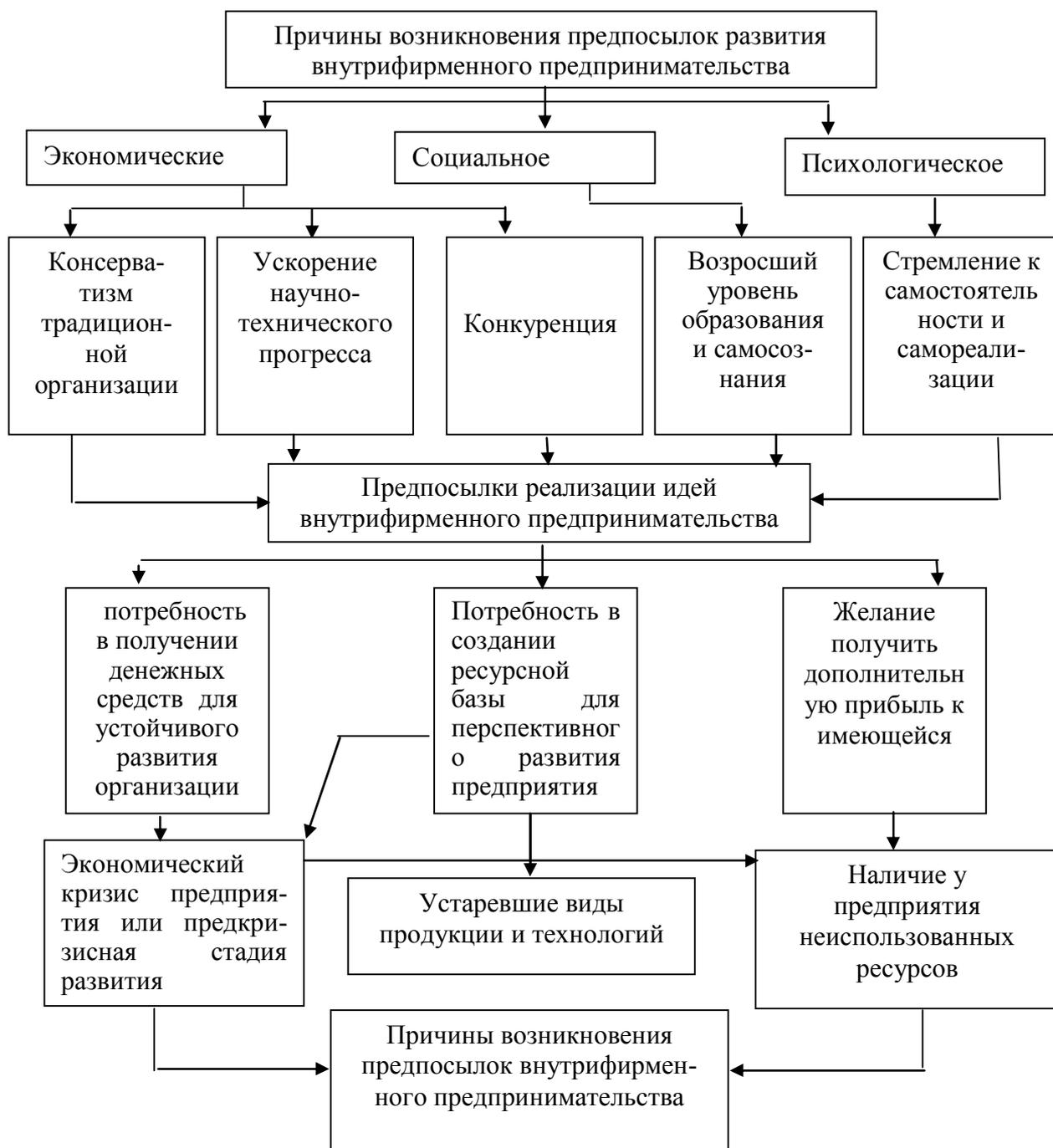
Для развития внутрифирменного предпринимательства в действующей организации традиционного типа<sup>1</sup> необходимо обеспечить дух предпринимательства и механизм реализации его возможностей, мероприятий, создающих условия для предпринимательской деятельности.

В задачи интрапренера может входить:

- Реализация возможностей улучшения продукции (работ, услуг), таким образом, сдвигаются кривые спроса;
- Поиск новых методов организации производства и новых технологий, (сдвигаются кривые затрат);
- Разработка совершенно новых видов продукции (работ, услуг), создание при этом новых рынков, характеризующихся совершенно новыми кривыми спроса и предложения.

---

<sup>1</sup> Организация традиционного типа – работающая в устойчивом режиме, в установившихся управленческих и организационно-производственных структурах и консервативно относящаяся ко всем возможным изменениям.



**Рис. 1.13** – Цели внутрифирменного предпринимательства

То есть, главными задачами развития внутрифирменного предпринимательства являются создание ситуаций, максимально развивающих творческую активность, и реализация новаторских способностей.

Задачи предпринимательской деятельности и их решения, способствующие достижению поставленных целей, можно разделить на три направления.

*Первое направление* – это комплекс задач, решение которых обеспечивает успех инновационной деятельности предпринимателя.

*Второе направление* – это комплекс задач, решение которых формирует эффективность предпринимательской деятельности, которая осуществлялась или же только стала осуществляться.

*Третье направление* – предпринимательская деятельность должна быть не только эффективной, но и справедливой. Это происходит тогда, когда реализуется второе направление.

*Прибыль является критерием того, насколько хорошо предприниматели удовлетворяют запросы клиентов.* Как правило, чем выше прибыль, тем лучше удовлетворены потребности покупателей, и наоборот, чем ниже прибыль, тем меньше довольны покупатели. Увеличение нормы прибыли, например, требует решения комплекса таких задач, как обеспечение процесса производства необходимыми факторами производства; поиск источников финансирования; анализ выживаемости фирмы в меняющихся условиях конкуренции; удовлетворение потребностей покупателей или клиентов; увеличение объема продаж; оптимизация использования всех ресурсов; разработка маркетинговых стратегий; выбор поставщиков; выбор партнеров по бизнесу; повышение ликвидности фирмы; разработка мероприятий по охране окружающей среды и т. д.

Убеждение в том, что прибыль является единственной целью предприятия, является сомнительным и мало способствует его развитию. *Основной проблемой предпринимателя является получение им достаточного дохода от использования ресурсов, а не максимизация прибыли.* Не менее важным моментом в постановке задач является определение нормы возврата инвестиций в качестве средства измерения рентабельности.

Для того чтобы поставить перед собой разумные цели, предприниматель должен сначала оценить собственные силы и способности, определить наиболее эффективное направление своей деятельности. Самооценка – это творческий процесс при постановке целей, так как она может открыть перед предпринимателем интересные возможности завоевания новых рынков, сокращения или расширения номенклатуры продукции. Метод постановки целей с учетом собственных возможностей основывается на следующих положениях:

- в высококонкурентной экономике успех сопутствует в основном тем предпринимателям, которые работают на очень высоком профессиональном уровне, так как быть средним производителем почти так же рискованно, как и быть плохим;

- предприниматель должен способствовать формированию спроса на свою продукцию, привлекая новых покупателей (при условии, что выпускаемая продукция хорошего качества);

- продукция, работы или услуги могут быстро устаревать, но хорошая репутация сохраняется годами.

После постановки целей предприниматель должен решить, каким образом лучше всего добиться их осуществления. Для этого он разрабатывает план действий, заключающийся в следующем:

- детальная разработка последовательных шагов достижения каждой цели;
- закрепление ответственности за осуществление каждого шага за предпринимателем или другой ключевой фигурой;

– определение контрольных сроков каждого шага.

*План действий предназначен для осуществления задуманного. Без такого плана, способного вдохнуть жизнь в поставленные предпринимателем цели, они теряют смысл.* Планированию предпринимательской деятельности посвящена следующая глава.