

**С. ШИМШИЛОВ**

**ВЛИЯНИЕ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
КОМПОНЕНТЫ  
НА УПРАВЛЕНИЕ  
ПЕРСОНАЛОМ**

*Под редакцией  
доктора экономических наук  
М. Н. Кулапова*



Издательство «Палеотип»

Москва, 2004

**УДК 334**  
**ББК 65.012.1**  
**Ш61**

**Ш61**      **Шимшилов С. Влияние предпринимательской компоненты на управление персоналом /** Под ред. д-ра экон. наук М. Н. Кулапова. — М.: Издательство «Палеотип», 2004. — 188 с.

ISBN 5-94727-021-8

ISBN 5-94727-021-8

© С. Шимшилов, 2004  
© Издательство «Палеотип», 2004

---

---

# ОГЛАВЛЕНИЕ

---

---

<b>Введение</b> .....	5
<b>Глава I. Управление персоналом в системе предпринимательской деятельности</b> .....	10
<b>1.1. Теоретические предпосылки внутрифирменного         предпринимательства</b> .....	10
<b>1.2. Роль предпринимательства         в реализации современной социальной         и кадровой политики</b> .....	28
<b>Глава II. Управление персоналом предпринимательской организации</b> .....	48
<b>2.1. Концепция управления персоналом</b> .....	48
<b>2.2. Персонал в инновационной деятельности         предпринимательской организации</b> .....	69
<b>Глава III. Предприниматель нового типа: характерные черты и особенности формирования</b> .....	90
<b>3.1. Личность современного предпринимателя России</b> .....	90
<b>3.2. Формирование предпринимательского корпуса: этапы и         их оценка</b> .....	110
<b>3.3. Подготовка персонала предпринимательских         организаций</b> .....	123
<b>Заключение</b> .....	147
<b>Литература</b> .....	156
<b>Приложение</b> .....	171



---

---

## ВВЕДЕНИЕ

---

---

Одним из важных достижений социально-экономической реформы, осуществляемой в нашей стране, является формирование предпринимательской прослойки. Предпринимательство, как особый вид человеческой активности, получив правовое закрепление и общественное признание втягивает в свои ряды разнообразные категории населения. Предпринимательское движение сплачивается, крепнет и начинает лоббировать свои интересы в органах государственной власти и управления. Именно предпринимательство способно эффективно маневрировать ресурсами, целесообразно распоряжаться инвестициями, поднять производство, наполнить потребительский рынок и таким образом создать условия для повышения благосостояния людей и возрождения былого могущества России. Но, предпринимательская деятельность, активно развиваясь в сфере финансов, торговли и услуг, слабо затронула производство. Превращение производственного сектора экономики в пассивный объект предпринимательского воздействия явилось одной из причин глубокого социально-экономического кризиса, переживаемого Россией. Глубина кризиса, в котором оказались предприятия, заставляет активизировать их реформирование на предпринимательской основе. Задействовать потенциал предпринимательства означает в этих условиях максимально использовать внутренние резервы и человеческий потенциал предпринимательских организаций.

Скорость адаптации предприятий к рыночным условиям хозяйствования, выход их из кризиса связаны не только с организационно-экономическими, но и с личностными факторами, которые в данном процессе играют ключевую роль. Фигуры руководителя предприятия, предпринимателя, менеджера, принимающего решения по основным аспектам функционирования предприятия, решающим образом определяют поведение

хозяйствующих субъектов на рынке. Личность предпринимателя, его знания и профессиональные навыки, определяют результативность, уровень благосостояния и социальной защищенности участников предпринимательской деятельности.

Все сказанное актуализирует необходимость комплексного исследования роли и возможностей предпринимательства (наряду с активной экономической деятельностью государства) в

качестве стратегического фактора развития производства. Такой подход обуславливает изучение предпринимательства в контексте экономических, политических, социокультурных и духовно-нравственных форм жизнедеятельности общества. Упрощенное, односторонне-экономическое определение предпринимательства искусственно разрывает сложнейшее взаимопереплетение и взаимовлияние указанных процессов.

Учитывая непродолжительность периода развития российского предпринимательства, в обществе еще не сложился прочный слой рыночно ориентированных кадров, способных на высоко профессиональном уровне обеспечить устойчивое развитие предпринимательства, а через него и экономические преобразования в российском обществе. Потребности общества, государства и конкретных бизнесов требуют своевременной, масштабной и качественной подготовки кадров для сферы предпринимательства. Данная задача требует создания системы рыночно ориентированного профессионального обучения предпринимательских кадров.

Предприниматель, который стремится найти и творчески использовать возможности для создания, роста и развития собственного дела, должен не только адаптироваться к стремительно меняющимся условиям функционирования рынка, производства товаров и услуг, стимулируемых возрастающими потребностями массового потребления и всецело зависящих от социально-экономической ситуации, действий конкурентов, платежеспособности населения и других, порой трудно прогнозируемых, явлений и факторов, но и умело управлять персоналом своего предприятия. Для решения всего этого комплекса вопросов ему необходимы новые знания.

Вопрос подготовки предпринимательских кадров широко освещался во многих научных работах. Однако, в своем подавляющем большинстве, в них рассматривались общетеоретические проблемы подготовки кадров. Эти разработки не дают целостного отражения современного состояния подготовки кадров для предпринимательской сферы (бизнес-образование) и потенциальных возможностей его развития. До сих пор неоднозначен сам термин “бизнес-образование”, не выявлена специфика подготовки, переподготовки, повышения квалификации предпринимательских кадров как вида профессионального образования. Практически отсутствует комплексный анализ качественных этапов становления и развития деятельности российских учреждений бизнес-образования, за время существования

которых практически не определены их рыночные перспективы. Мало обстоятельных работ по изучению российского опыта внутрифирменной подготовки кадров. Недостаточно публикаций и по развитию консалтинговой деятельности на базе бизнес-школ, научно-исследовательских и консультационных центров, других видов работ, сопутствующих бизнес-образованию и содействующих развитию персонала. Можно констатировать отсутствие теоретической концепции функционирования и перспектив развития как на Федеральном, так и на региональном уровнях бизнес-образования в России.

**Степень научной разработанности проблемы.** Вопросам развития, регулирования и поддержки предпринимательства посвящено много работ. В работах А. Смита, Ж. -Б. Сэя, К. Маркса, Дж. Ст. Милля, Й. Х. Тюнена, Л. Вальраса делаются попытки анализа экономической сущности предпринимательства<sup>1</sup>. Теоретические вопросы предпринимательства исследуются в трудах зарубежных ученых И. Ансоффа, П. Друкера, Д. Кларка, Б. Карлофа, Д. Кантильона, А. Маршалла, М. Фридмана, Ф. Хайека, Р. Хизрича, В. Хойра, А. Хоскинга, И. Шумпетера, Э. Эклунда и др.

Впервые в России о необходимости приобщения к предпринимательству широких народных масс заявляет И. Т. Посошков, написавший в 1724 г. свою знаменитую “Книгу о скудности и богатстве”, в которой он рассматривает предпринимательскую деятельность в качестве решающего условия социально-экономического развития России, повышения благосостояния как государства, так и отдельных граждан<sup>1</sup>.

Работы российских экономистов в XIX в. посвящены анализу промышленного предпринимательства, причем исследование сущности предпринимательства по-прежнему дается в увязке с его социально-экономической функцией в обществе, с позиций “служения” интересам Отечества<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> См.: Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе: Петти, Смит А., Рикардо Р. Антология экономической классики. -М.: “Эков”-“Ключ”. 1993 и др.

<sup>1</sup> Посошков И. Т. Книга о скудности и богатстве. -М.:Соцэкгиз, 1937-с. 99

<sup>2</sup> См.: Левшин В. Русский полный фабрикант и мануфактурист. -М., 1812; Менделеев Д. И. Проблемы экономического развития России. -М.: Изд-во соц. -экон. лит., 1960; Лаппо-Данилевский. Русские промышленные и торговые компании в первой половине XVIII в. — СПб. 1893; Он же. Очерк внутренней политики Екатерины II. — Спб, 1898 и др.; Бабст И. К. О некоторых условиях, способствующих умножению народного капитала — М., 1857; Он же. Промышленные кризисы// Антей. -1858-№1; Он же. Экономические этюды// Московские ведомости// Вестник промышленности. - 1855-№1; Он же. Синдикаты, картели, тресты. Великий экономический переворот нашего времени. — СПб, 1904.

В послеоктябрьский период предпринимательская деятельность получает свое отражение в экономических работах основателей советского государства В. И. Ленина, Л. Д. Троцкого, И. В. Сталина, Н. И. Бухарина и др.<sup>1</sup> Предпринимательство ими рассматривалось как угроза социалистическому строю. Хотя не отрицалась, например, в работах Н. М. Бухарина середины 20-х гг., возможности социалистической предприимчивости как фактора хозяйственного развития<sup>2</sup>.

Вопросы экономической сущности и содержания предпринимательства получили свое развитие в общих работах по экономике переходного периода<sup>3</sup>, а также в трудах П. Д. Половинкина, В. Е. Савченко, А. В. Бусыгина, В. В. Радаева<sup>4</sup>.

Социокультурные и духовно-нравственные аспекты предпринимательской деятельности, вопросы выработки новой промышленной политики, места и роли предпринимательства в ней нашли свое отражение в материалах дискуссий, прошедших на страницах журнала “Вопросы экономики”, рассматриваются в работах Л. И. Абалкина, Ю. Б. Винслова, Д. С. Львова, Ю. В. Яковца, в докладах экспертного института российского союза промышленников и предпринимателей<sup>5</sup>.

Вопросы теории и практики управления и регулирования предпринимательства рассматриваются в трудах: В. С. Акимова, Л. Н. Бадалова, А. О. Блинова, Т. И. Заславской, Б. К. Злобина, А. А. Одинцова, Ю. М. Осипова, А. Ю. Чепуренко, Ю. И. Юданова, В. М. Яковлева.

<sup>1</sup> См.: В поисках своего пути: Россия между Европой и Азией. Хрестоматия по истории российской общественной мысли XIX и XX веков/Сост. А. Г. Федоровский. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Логос, 1997

<sup>2</sup> См.: Бухарин Н. И. О новой экономической политике и наших задачах. Доклад на собрании актива Московской организации 17 апреля 1925 г. // Избранные произведения. -М.: Политиздат, 1988. — С. 122—145 и др.

<sup>3</sup> Политическая экономия: Учеб.-метод. пособие для преподавателей/ Под ред. А. В. Сидоровича, Ф. М. Волкова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993; Основы предпринимательской деятельности (Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент.)- Под ред. В. М. Власовой. — М.: Финансы и статистика, 1994; Экономика и бизнес/ Под ред. В. Д. Камаева. — М.: Изд-во МГТУ, 1993; Бузгалин А. В. Переходная экономика: курс лекций по политической экономии. — М.: Таурус Просперус, 1994; Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник. — 2-е изд., гл. перераб. и доп. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.

<sup>4</sup> См.: *Вопр. экономики.* -1993. -№8; 1995. -Ж7; 1996. -№11.

<sup>5</sup> См.: *Российские предприятия: в поисках эликсира выживания. Очерки современной коммерческой практики* // *Общество и экономика.* — 1996. - С. 3-4; *Промышленная политика: выбор пути развития на ближайшие два года* // *Вопр. экономики.* -1996. -№11.

Среди научных публикаций, посвященных управлению персоналом и кадровому обеспечению сферы предпринимательства, — исследования В. П. Трошева, В. А. Дяблова, Л. И. Евенко, А. П. Егоршина, А. Я. Кибанова, Ю. И. Иванова, Ю. Г. Одегова, А. И. Омарова, Б. Т. Пономаренко, Л. Б. Сульповара, Ф. М. Русилова.

Но, не смотря на такой интерес к предпринимательской деятельности, вопросы ее кадрового обеспечения, управления персоналом предпринимательских организаций еще не стали предметом детального научного анализа. Изучение этих вопросов позволило бы осуществить поиск подходов к созданию концепции кадрового обеспечения сферы предпринимательства, утверждающей приоритетность развития (подготовки, отбора и продвижения) кадров по сравнению с другими направлениями поддержки предпринимательства.

---

---

# **ГЛАВА I. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В СИСТЕМЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

---

---

## **1.1. Теоретические предпосылки внутрифирменного предпринимательства**

Частнопредпринимательская деятельность и коммерческое посредничество, входящие сегодня в число основных рычагов рыночной экономики, ранее находились под запретом, за них была установлена уголовная ответственность в виде длительного срока лишения свободы. Предпринимательство официально расценивалось только критически, относилось к чуждым социализму пережиткам прошлого, к формам эксплуатации человека человеком. Вопросы теории и практики предпринимательства не изучались.

В конце 80-х — начале 90-х годов российским государством и обществом была признана необходимость перехода к рыночной экономике, что нашло свое законодательное закрепление в Конституции РФ, в которой:

- ◆ последовательно решена главная экономическая и правовая проблема — проблема собственности (признано многообразие ее форм, одинаковая их государственная защита и т. д.);

- ◆ установлены гарантии свободы экономической деятельности, (каждый вправе по своему усмотрению использовать имеющиеся у него способности и имущество для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности);

- ◆ закреплена основной механизм рыночных отношений (гарантированы создание и функционирование единого экономического пространства и общероссийского рынка и т. д.);

- ◆ констатировано, что единственной денежной единицей в Российской Федерации является рубль (государство в лице Центрального банка России взяло на себя обязательство защищать и обеспечивать устойчивость рубля);

- ◆ зафиксировано, что система налогов, взимаемых в федеральный бюджет, и общие принципы налогообложения и сборов в Российской Федерации устанавливаются федеральным законом;

◆ впервые Россия провозглашена социальным государством, политика которого, в том числе и в области предпринимательства, служит созданию условий для достойной жизни и свободного развития человека. Таким образом, в результате проведения реформ должна быть сформирована социально ориентированная рыночная экономика с преобладанием в ней предпринимательского способа хозяйствования.

Становление предпринимательского сектора в современных условиях вносит существенные перемены в развитие товарно-денежных отношений, суть которых была убедительно доказана А. Смитом, Д. Рикардо, К. Марксом и другими экономистами прошлого века посредством всеобщей формулы движения капитала:

$D - T - \dots P \dots - T_I - D_I$ . Такой кругооборот предполагает получение нового товара и прибавочной стоимости, связанной с выпуском и реализацией этого товара. Конечной целью процесса является потребление — потребительская стоимость нового товара. Экономическим результатом становится прибавочная стоимость и возможность нового, часто увеличенного кругооборота денежных средств. В настоящее время в российской экономике зачастую наблюдаются отношения на уровне товарообмена:  $T - T_I$  или  $D - D_I$  и на уровне простого товарного обращения:  $T - D - T_I$  а также  $D - T - D_I$ . Налицо явное несоответствие происходящих процессов основной формуле движения капитала. Последствия такого рода отношений наглядно видны в разрушающихся хозяйственных связях экономических субъектов и огромном дефиците, прежде всего, товаров производственно-технического назначения. В изменении этих перекосов большая роль возлагается на возрождающийся предпринимательский сектор страны.

Трудность изучения данного вопроса заключается в том, что до сегодняшнего дня не существует общепризнанного определения термина “предпринимательство”<sup>1</sup> и в сознании современного российского общества существуют его диаметрально противоположные оценки. Первая апеллирует к неэффективно-

<sup>1</sup> См.: Хизрич Р., Питере М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. Предприниматель и предпринимательство/ Пер. с англ.; Общ. ред. В. С. Загашвили. — М.: Прогресс 1992. — С. 17; Половинкин П. Д., Савченко В. Е. Экономическая сущность и содержание предпринимательства. — СПб.: Изд-во ун-та экономики и финансов, 1995. — С. 11; Экономика переходного периода: Учеб.- Пособие/ под ред. В. В. Радаева, А. В. Бузгалина. — М.: Изд-во Моск. Ун-та, 1995. — С. 210, и др.

сти экономики советского типа по сравнению с развитой рыночной экономикой передовых стран Запада и Востока. Отсюда делается вывод о бесспорной ценности предпринимательства. Вторая указывает на такие негативные проявления зарождающегося предпринимательства, как доминирование спекулятивного капитала, его связь с мафиозными структурами и коррумпированным чиновничеством, несправедливый раздел государственной собственности, обнищание подавляющего большинства населения и т. д.<sup>1</sup>

Так, в словаре В. И. Даля собственно определения предпринимательства не содержится, а глаголы “предпринимать” и “предпринять” трактуются как “затевать”, “решиться исполнить какое-либо новое дело, “приступить к совершению чего-либо значительного”<sup>2</sup>. У С. И. Ожегова родственная экономическая категория “бизнес” трактуется как то, что является источником личного обогащения, наживы (деловые предприятия, ловкая афера). Делать бизнес — значит наживаться<sup>3</sup>. Словарь иностранных слов определяет бизнес как любой вид деятельности, приносящий доход или личные выгоды<sup>4</sup>.

Такой подход к трактовке проблемы, обусловленный отрицательным психологическим отношением к предпринимателю как к спекулянту и вору, идет от эпохи первоначального накопления, и, во многом усиленный идеологическими установками времен административно-командной системы, вряд ли объективно отражает современный характер предпринимательства и, конечно, не способствует использованию его созидательного потенциала в реформировании российской экономики.

Для определения роли и функции предпринимательства в экономическом развитии общества и определения его современных сущностных характеристик используем научное обобщение основных направлений мировой и отечественной экономической мысли (см. табл. 1).

Первое направление связано с именами Р. Кантильона, К. Бодо, И. Х. Тюнена и Ф. Найта. Р. Кантильон был первым исследователем, который ввел в научный оборот термин “предприниматель”. Он обнаружил, что расхождения между рыноч-

---

<sup>1</sup> Степин В. Культура и становление цивилизованного рынка в России// *Вопр. экономики.* -1995. -№7. -С. 74.

<sup>2</sup> Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка/ *Ред. К. В. Виноградова.* -М.: Рус. Яз. 1990. -Т 3. -С. 388.

<sup>3</sup> Ожегов С. И. *Словарь русского языка.* -М.: Госиздат, 1960. -С. 46.

<sup>4</sup> *Словарь иностранных слов.* -М.: Рус. Яз., 1987. -С. 78.

Таблица 1

**Эволюция понятий “предприниматель”  
и “предпринимательство”<sup>1</sup>**

Временный период	Содержание понятия
Средние века	Человек, занимающийся внешней торговлей; организатор парадов, балаганов и представлений; лицо, отвечающее за выполнение крупномасштабных строительных или производственных проектов
XVII век	Лицо, заключившее с государством контракт, стоимость которого оговорена заранее. Такой человек берет на себя полноту финансовой ответственности за выполнение условий контракта, но если ему удастся уложиться в меньшую сумму, то разницу он присваивает себе
1725 год	Ричард Кантильон – предприниматель это человек, действующий в условиях риска
1797 год	Карно Бодо: предприниматель -лицо, несущее ответственность за предпринимательское дело, тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием
1803 год	Батис Сэй: Доход на капитал отличается от предпринимательского дохода
1876 год	Франсис Уокер: следует различать тех, кто представляет <sup>1</sup> капитал и получает за это процент, и тех, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям.
1934 год	Иозеф Шумпетер: предприниматель это новатор, который разрабатывает новые технологии
1961 год	Дэвид Маккеланд: предприниматель -это энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска
1964 год	Питер Друкер: предприниматель -это человек, исполняющий новую возможность с максимальной выгодой
1975 год	Альберт Шапиро; предприниматель -это человек, проявляющий инициативу, организующий социально-экономические механизмы, действуя в условиях риска, он несет полную ответственность за возможную неудачу
1983 год	Гиффорд Пиншо: антрепренер и антрепренер, антрепренер — это антрепренер, действующий в условиях уже существующего предприятия, в отличие от собственно антрепренера-предпринимателя, создающего новое предприятие

<sup>1</sup> Блинов А., Голаенко Н. Малый бизнес в России: вчера, сегодня и завтра. — Краснодар, 1996. — С. 24-25.

ным спросом и предложением создают возможности покупать дешево и продавать дорого. Людей, которые реализуют указанные возможности извлечения прибыли, Кантильон и назвал предпринимателями.<sup>1</sup> Под “предпринимателем” Р. Кантильон понимал человека, действующего в условиях риска, в связи с тем, что торговцы, фермеры, ремесленники и прочие мелкие собственники покупают по определенной цене, а продают — по неизвестной. Итак, для Кантильона предпринимательство — это вопрос предвидения рыночных возможностей и желания взять на себя риск реализации этих возможностей с целью получения прибыли.

К. Бодо (физиократ) пошел дальше Р. Кантильона. Он отмечал, что “предприниматель” должен обладать определенным интеллектом, т. е. различной информацией и знаниями. Другой французский экономист Тюрго считал, что “предприниматель” должен обладать не только определенной информацией, но и капиталом. Он отмечал, что капитал служит основой всей экономики, прибыль — цель успеха предпринимателя, основа развития производства.

И. Х. Тюнен характеризует предпринимателя как обладателя особых качеств (умеющего рисковать, “изобретателя и исследователя в своей области” области”), а потому претендующего на остаточный и непредсказуемый доход<sup>2</sup>.

Взгляды Кантильона и Тюнена были развиты в начале XX в. Ф. Найтом. Он основательно исследовал категории “риска” и “неопределенности”, показав их различие. Функция предпринимательства заключается в угадывании в условиях неопределенности будущего основных параметров развития производства и обмена<sup>3</sup>.

Второе направление в исследовании сущности предпринимательства связано с классической экономической теорией в лице А. Смита, Д. Рикардо, Дж. С. Милля и др.

Представители данного направления не выделяли особого характера предпринимательской функции, поскольку считали процессы производства и капиталовложений функционирующими автоматически, не требующими принятия важных решений, оценкой риска и всякого рода предвидения<sup>4</sup>. Они уравнивали ее с функцией собственности на капитал, а предпринимателя отождествляли с “собственником предприятия”, капиталистом.

<sup>1</sup> См.: Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ. -4-е изд. -М.: Дело ЛТД, 1994. -С. 426.

<sup>2</sup> См.: Там же. -С. 427.

<sup>3</sup> См.: Там же. -С. 429.

<sup>4</sup> См.: Там же. -С. 426—427.

Концептуальные представления А. Смита, Д. Рикардо и др. экономистов впоследствии стали отправными моментами в концепциях неоклассического и марксистского направлений. К. Маркс также видел в предпринимательстве лишь капиталиста, который вкладывал капитал в собственное предприятие и путем занижения оплаты труда лишал рабочих якобы только ими произведенной прибавочной стоимости, т. е. эксплуатировал их.

Взгляды классиков теории предпринимательства и классиков марксизма-ленинизма расходятся в части отношения к рынку. В трудах К. Маркса, Ф. Энгельса и В. И. Ленина встречается немало утверждений о рынке и предпринимательстве как о “величайших заветах экономической старости”, однако их установка по отношению к рынку и предпринимательству однозначно негативна (исключение представляет введение НЭПа в России).

В неоклассической экономике предпринимательство по-прежнему рассматривалось как второстепенный процесс в рамках концепции рыночного равновесия.

Третье направление представлено концепцией Ж.-Б. Сэя, по-своему трансформировавшейся впоследствии в работах А. Маршалла и И. Шумпетера. Предпринимательскую функцию Ж. -Б. Сэй отделял от функции предоставления предприятию капитала и видел ее в умении предпринимателя соединять, комбинировать факторы производства в рамках обычной хозяйственной деятельности<sup>1</sup>. Целью и результатом такой деятельности являлся предпринимательский доход.

В рамках данного направления предпринимательство рассматривают и как процесс поиска наилучшего способа соединения трех основных факторов производства (землю, капитал и труд)<sup>2</sup>, и как координационную работу по установлению и поддержанию эффективных взаимосвязей между факторами производства<sup>3</sup>, и даже как четвертый фактор производства<sup>4</sup>.

Комбинирование факторов производства как основное содержание деятельности предпринимателя получило дальнейшее развитие в трудах А. Маршалла, который ввел понятие организации, в рамках которой и происходит комбинирование

<sup>1</sup>См.: Савченко В. Феномен предпринимательства (экспериментальный спецкурс)// Рос. экон. журн. — 1995. — № 9. — С. 46.

<sup>2</sup> Долян Э. Дж., Линдсей Д. Микроэкономика. -СПб.: Экономика, Литера плюс, 1997. -С. 14.

<sup>3</sup> Кларк Дж. Б. Распределение богатства. -М.: Экономика, 1992. -С. 23, 24.

<sup>4</sup> Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Т. 1. -М.: Республика, 1995. -С. 38.

предпринимателем указанных факторов. Отсюда основная функция предпринимателя — управление производственным предприятием. Предприниматели, или бизнесмены, в рамках выполнения указанных функций берут на себя весь хозяйственный риск, “соединяют необходимый для производства капитал и труд, составляют или конструируют общий план производства и осуществляют контроль над его второстепенными частями”<sup>1</sup>.

По мере усложнения управления хозяйством в целях повышения его эффективности и наибольшего удовлетворения человеческих потребностей организаторская функция отделяется от производства и обособляется в кругу специализированного слоя посредников-предпринимателей. Предприниматель у А. Маршалла — это менеджер в самом широком смысле этого слова. Обособление менеджерской функции становится возможным в силу того, что “рабочая сила” для ведения коммерческих дел в высшей степени не специализирована: в большинстве отраслей технические знания и навыки становятся с каждым днем все менее существенными по сравнению с такими широкими, не поддающимися специализации личными качествами, как способность правильно принимать решения, оперативность, находчивость, осторожность и настойчивость в осуществлении цели.

Большой вклад в развитие теории предпринимательства внес И. Шумпетер, который развил идеи Ж. -Б. Сэя и А. Маршалла в рамках своей концепции экономического развития.

Он по существу впервые в западной экономической науке стал рассматривать экономическую систему как динамическую, развивающуюся. При этом в основу динамики взят переход от привычно повторяющегося кругооборота к новым комбинациям факторов производства, внедрение которых и составляет функцию предпринимателя.

Происходящие экономические процессы он понимал как частные тенденции к состоянию равновесия, которое динамично в своей основе. Равновесное положение — это идеальное состояние рыночных отношений, которое в реальном долгосрочном промежутке практически не существует. Другими словами, И. Шумпетер подошел к определению предпринимательства как источнику (феномену) экономического развития. Осуществление новых комбинаций факторов производства в рамках

---

<sup>1</sup> Маршалл А. Принципы экономической науки/ Пер. с англ. -М: Прогресс, 1993. -Т. 1. -С. 377

предприятия является содержательной стороной предпринимательской деятельности<sup>1</sup>.

Таким образом, И. Шумпетер отделял предпринимательскую функцию от категории собственности и связывал ее с инновационной деятельностью.

Его концепция стала наиболее плодотворным направлением в исследовании экономической сущности предпринимательства и определении его исторической миссии.

Взгляды на предпринимательство И. Шумпетера продолжил и развил австрийский ученый-экономист, лауреат Нобелевской премии Ф. Фон Хайек.

В начале XX в. появляется еще одно направление в исследовании предпринимательства, основали которое представители немецкой исторической школы М. Вебер и В. Зомбарт. М. Вебер связал предпринимательство с наличием специфического духа капитализма — такого строя мышления, для которого характерно систематическое и рациональное стремление к законному получению прибыли в рамках своей профессии<sup>2</sup>.

Вопрос о движущих силах современного капитализма М. Вебер увязывал не с денежными ресурсами, а с развитием капиталистического духа: “Там, где он возникает и оказывает свое воздействие, он добывает необходимые ему денежные ресурсы, но не наоборот”<sup>3</sup>.

В. Зомбарт также связывал предпринимательство с наличием предпринимательского духа, под которым понимал совокупность душевных качеств, которые необходимы для успешного осуществления намеченного дела. Если предприниматель желает иметь успех, то он должен обладать тремя качествами — завоевателя, организатора, торговца. Качество завоевателя, в понимании В. Зомбарта, — это, во-первых, умение планировать, идейное богатство, способность осуществить этот план; во-вторых, воля к действию, духовная энергия; и, в-третьих, решимость и сила бороться с препятствиями, жертвование всем ради достижения цели. Качества организатора заключаются в умении организовать людей, заинтересовать и “заставить их работать вместо себя”, притом так, чтобы каждый стоял на

<sup>1</sup>См.: Шумпетер И. Теория экономического развития... -С. 169-170, 183.

<sup>2</sup>См.: Вебер М. Протестанская этика и дух капитализма// Избранные произведения/ Пер. с нем.; Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. - М.: Прогресс, 1990. С. 85.

<sup>3</sup> Вебер М. Протестанская этика и дух капитализма// Избранные произведения/ Пер. с нем.; Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. — М.: Прогресс, 1990. С. 88.

своем месте и работал с максимальной производительностью. Качества торговца заключаются в коммуникативных способностях предпринимателя — умении вести переговоры, убеждать, “возбуждать интерес, приобретать доверие, побуждать желание купить”<sup>1</sup>.

Наступление мирового кризиса и поиск путей выхода из него обусловили обращение экономистов к проблемам макроэкономического регулирования. Новый этап в исследовании предпринимательства совпал с выходом в свет в начале 60-х годов книги Д. К. Гэлбрейта “Новое индустриальное общество” и был обусловлен определенной степенью экономического развития, которая характеризовалась переходом от массового стандартизированного производства к индивидуализированному.

Это потребовало тщательного изучения рынка, прогнозирования спроса, создания новых технологий и материалов. В этот период на Западе наметился переход от технократического управления к предпринимательскому. Суть новой парадигмы состояла в определенном отходе от управленческого рационализма к предпринимательскому организационному поведению, основанному на стремлении к непрерывному изменению достигнутого состояния, на предвосхищении будущих возможностей и опасностей, глобальном поиске альтернативных путей действий.

В этом контексте совершенствовались и подходы к оценке сущности предпринимательства, его функционального значения. Наиболее интересны в этот период концепции П. Друкера, Б. Карлофа и Б. Санто. П. Друкер в своих рассуждениях исходит из того, что современные технологические нововведения ставят под угрозу выживания многие крупные предприятия. Для того, чтобы в этих условиях обеспечить стабильность и остаться на лидирующих позициях, ныне действующим предприятиям необходимо научиться искусству выживания и благополучного существования в новых условиях. Это может произойти, по мнению П. Друкера, только в том случае, если их руководители сумеют стать эффективными предпринимателями<sup>1</sup>. Он вводит в оборот понятия “предпринимательское управление”, предпринимательское предприятие” и “предпринимательское общество”. Введение предпринимательского управления связано у П. Друкера с определенной политикой:

---

<sup>1</sup> См.: Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. — М.: Наука, 1994. С. 45-48.

<sup>2</sup> Друкер П. Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы. — М., 1992. — С. 191.

◆ во-первых, организацию необходимо сделать восприимчивой к ново введениям и готовой относиться к переменам не как к угрозе, как благоприятной возможности;

◆ во-вторых, систематическое измерение, оценка и готовность к улучшению показателей эффективности действий компаний в области предпринимательства и новаторства;

◆ в-третьих, должна проводится определенная политика в отношении организационной структуры, укомплектования кадрами, управления ими, а также оплаты труда, стимулирования и вознаграждения;

◆ в-четвертых, хорошо знать, чего при предпринимательском управлении делать не следует<sup>1</sup>.

Таким образом, по мнению П. Друкера, предпринимательство это управленческий инновационный процесс, являющийся реакцией на изменения технологии. В качестве глобальной задачи он выдвигает идею формирования предпринимательского общества, в котором инновационность и предпринимательство были бы устойчивыми, нормальными и необходимыми явлениями.

В основе нового подхода к предпринимательству, по Б. Карлофу, способность согласовывать интересы потребителей с эффективным использованием капитала и ресурсов<sup>1</sup>. Сущность предпринимательства заключается в умении оценить потенциальную прибыльность дела в сочетании со способностью наиболее выгодно распределять ресурсы, она не сводится к управлению бизнесом и владению компаниями и капиталами. Предпринимательство — это способность выявить возможности для ведения бизнеса и умение воспользоваться ими. Предпринимательские возможности в концепции Б. Карлофа выступают как процесс изысканных новых, более эффективных способов удовлетворения существующих потребностей<sup>2</sup>. В таком определении предпринимательство имеет много общего с творчеством: “творчество – это способность интегрировать дискретные элементы знаний в новые комбинации, ранее неизвестные”<sup>3</sup>.

Основной способ предвидения будущего — это сценарий. По мнению Б. Карлофа, он дает возможность, во-первых, на основе предсказаний и предложений наметить вероятное на-

<sup>1</sup> Друкер П. Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы. -С. 198.

<sup>2</sup> Карлоф Б. Деловая стратегия: Концепция, содержание, символы/ Пер. с англ. В. А. Припикова. — М., 1992. -С. 176.

<sup>3</sup> Там же. -С. 227.

<sup>4</sup> Там же. -С. 277.

<sup>5</sup> Там же. -С. 227.

правление развития; во-вторых, придать наглядность альтернативным вариантам развития событий и затем использовать их в качестве основы для творческих дискуссий, и стратегического мышления<sup>1</sup>.

Б. Санто исходит из того, что в современных условиях философия предпринимательства трансформируется в философию нетривиальных идей<sup>5</sup>. Функция предпринимательства заключается в прогнозировании результата, определении в общих чертах того, как сделать достижимой перспективную цель и энергично, но гибко следовать по ведущему к ней пути. Предпринимательская инициатива представляет собой следствие предвидения результата и связанной с ним мотивации — возбуждение заинтересованности в конечном результате.

Для реализации стратегии развития необходимо мобилизовать финансовый, административный, коммерческий, материальный и, главным образом, человеческий потенциал организации. В то же время необходимо учитывать, что после каждого положительного сдвига организация в течение непродолжительного времени возвращается в состояние равновесия в соответствии с первоначальными функциями. Элементы, ориентированной на самосохранение иерархии организации, складываются в весьма стабильную структуру. Если менеджер хочет вывести организацию из застоя, то он должен опираться на закономерности ее функционирования.

“Чтобы современное хозяйственное предприятие достигло успеха, руководить им должен инновационный менеджер”, считает Б. Санто<sup>2</sup>.

Инновационный менеджер достигает цели посредством развития внутренних противоречий организации. Его стратегия заключается в постепенном переходе к более широкой кооперации, постановке высоких честолюбивых целей, более быстрому общественно-техническому развитию и рыночной экспансии. Его тактика состоит в смене находящихся на ключевых позициях кадров, опоре на успешно действующее и надежно развивающиеся функциональные системы, в селекции, накоплении даже незначительных выгод и преимуществ, после чего следует мощный “прорыв” к новому состоянию организации.

---

<sup>1</sup> См.: Санто Б. Философия предпринимательства//Проблемы теории и практики управления. — 1990. -№3.

<sup>2</sup> Санто Б. Философия предпринимательства... — С. 101.

В рамках указанных выше концепций определяют свои подходы И. Ансофф<sup>2</sup> и Р. Уотермен<sup>3</sup> который выдвинул и обосновал лозунг: “Стабильность в движении”. Единственная возможность для корпорации сохранить в долгосрочном плане устойчивость (финансовую, технологическую), не отстать от конкурентов — постоянно искать новые технические и организационные решения. Говоря о компаниях, проводящих наиболее эффективную политику постоянного обновления, Р. Уотермен отмечает, что “если у них и есть какая-то привычка, то это привычка ломать привычки”. ИБМ, например, реорганизует каждое крупное структурное подразделение минимум раз в 2,5 года.

Согласно представлениям Р. Уотермена, Р. Бургелмана, Д. Сахала корпорация рассматривается в виде двух динамично взаимодействующих подсистем — “спланированного стратегического поведения” и “автономного стратегического поведения”. Первая соответствует формальной структуре и системе стратегического планирования, вторая представляет все инициативы и действия, выходящие за рамки формально принятой стратегии, осуществляемые вне сформировавшегося “структурного контекста”<sup>3</sup>, под которым понимаются внутриорганизационные механизмы, с помощью которых менеджеры среднего звена поновому оценивают концепцию принятой стратегии и предоставляют высшим управляющим возможность “дать рационалистическое объяснение на основе обратной связи успешному автономному стратегическому поведению”. Однако, несмотря на это, успех автономного стратегического поведения зависит от того, насколько оно будет принято всей организацией и интегрировано в ее стратегию.

С точки зрения теории самоорганизации, развиваемой в рамках различных научных дисциплин — от естественных до гуманитарных, подсистема спланированного стратегического поведения может рассматриваться в качестве процесса, поддерживающего в устойчивом состоянии организацию, тогда как подсистема автономного стратегического поведения — в качестве процесса, с помощью которого организация обеспечивает новыми возможностями и путями для своего развития.

<sup>1</sup> Ансофф И. Стратегическое управление. — М: Экономика, 1989.

<sup>2</sup> Уотермен Р. Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании / Пер. с англ. — М: Прогресс, 1988; Питере Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний)/Пер. с англ. — М: Прогресс, 1986.

<sup>3</sup> Процесс совмещения этих противостоящих друг другу условий называется процессом “установления стратегического контекста”.

Эти концептуальные положения основываются на теории самоорганизации Д. Сахала, который доказал, что системы являются самоорганизующимися в большей степени благодаря нарушениям (их спокойного состояния), а не вопреки им. По Д. Сахалу, любая социотехническая система способна не только возвращаться в свое исходное состояние, но и искать новые пути развития через последовательность нестабильных состояний. Это существенно отличается от более привычной концепции самоорганизации, понимаемой как способность системы вернуться в стабильное состояние после временного его нарушения.

Используя математический аппарат теории информации, Д. Сахал показал, что регулирование системы в долгосрочном и краткосрочном плане должно удовлетворять различным условиям. Краткосрочное регулирование требует увеличения разнообразия возможных путей дальнейшего развития системы и ее стратегического обновления. Напротив, долгосрочное регулирование требует уменьшения этого разнообразия, но до уровня не ниже определенного минимума, установленного краткосрочными потребностями.

В связи с проблемой совмещения автономного стратегического поведения с формальной системой стратегического управления перед высшим руководством организация встает задача оценки инициатив, не “вписывающихся” в принятую стратегию фирмы. Практика корпораций свидетельствует, что нередко случаи, когда выдвинутые новаторами предложения на первый взгляд имеют мало общего со стратегическим направлением ее развития. Например, несколько лет назад один из управляющих корпорации “Хьюлетт-Паккард” предложил руководству заняться разработкой электронного оборудования для производства биотехнологической продукции. Предложение, как не соответствующее продуктовой специализации компании, было отвергнуто. Его автор ушел из “Хьюлетт-Паккард” и на средства, полученные им от фонда рискованного капитала, основал свою фирму. Созданное ею оборудование стало пользоваться большим спросом. Только спустя три года руководство

“Хьюлетт-Паккард”, поняв, что упускает важный перспективный рынок сбыта, образовало совместное предприятие, которое занялось разработкой и производством аналогичной техники. Промедление, однако, лишило корпорацию многих преимуществ лидерства в конкуренции.

Подобные истории заставляют компании по-новому взглянуть на роль руководства в оценке и отборе инновационных предложений, особенно требующих значительных затрат.

Конечно, ни одна корпорация, даже из числа крупнейших, не обладает ресурсами, достаточными для немедленной разработки всех новаторских идей. В последние годы многие американские фирмы переняли опыт японских компаний и стали вознаграждать персонал за подачу любых рационализаторских предложений, даже не приносящих экономического эффекта. Не считаясь с затратами, передовые фирмы делают все, чтобы поддержать в организации атмосферу инициативы и предприимчивости. Замысел простой: для того, чтобы найти — идею, которая многократно окупит все сопутствующие затраты, надо переработать десятки и сотни тонн пустой “породы”.

Однако, такой подход, помимо того, что он применим в основном лишь к рационализаторским предложениям (нововведениям первого уровня), не снимает проблему выбора: разработке каких предложений отдавать приоритет, а также какие организационные формы наиболее эффективны для реализации той или иной идеи?

Степень соответствия инновационного проекта производственной специализации фирмы показывает, насколько эффективно (экономично) его реализации может быть “встроена” в существующую структуру производства. Понятно, что наиболее приемлемыми проектами являются те, которые не требуют специального строительства, оборудования, кадрового обеспечения и т. п. Такие проекты используют сложившиеся производственные связи и устоявшиеся потоки материальных и информационных ресурсов.

Заметное место в западной организационной теории занимает исследование вопроса о причинах, побуждающих корпорации поддерживать и развивать внутрифирменное предпринимательство. Высшее руководство “терпит” автономное стратегическое поведение главным образом потому, что оно является действенным средством расширения хозяйственных возможностей корпорации и выявления дополнительных синергетических эффектов в различных комбинациях. Заметим, что многие высокотехнологические корпорации, особенно претендующие на лидирующие позиции в “своих” и близких к ним сферах деятельности, остро нуждаются в расширении практики внутрифирменного предпринимательства. Вместе с тем, не следует забывать, что не все высшие управляющие и с готовностью воспринимают идеи “автономного” (неподконтрольного им) стратегического поведения, нарушающего стабильное функционирование сложившейся системы управления и поднимающего на качественно новый уровень требования к управленческой

деятельности. С помощью внутренних венчуров и других форм организации внутрифирменного предпринимательства корпорация проникает в новые для себя “ниши” во внешней среде хозяйствования, расширяет круг своих контрагентов, наконец, завоевывает плацдармы на перспективных направлениях своего развития, которые могут стать магистральными. Не менее важно и то, что такая деятельность позволяет выявить и те направления, развивать которые не следует.

Таким образом, суммируя различные точки зрения можно сказать, что: во-первых, предпринимательство — это универсальная общеэкономическая функция любая общеэкономической формации, которая обычно сочетается с выполнением иных видов деятельности. Статус собственника не является определяющим и обязательным свойством предпринимателя;

во-вторых, функция предпринимательства состоит главным образом в реформировании производства путем использования изобретений для выпуска новых или старых (но новым способом) товаров, открытия новых источников сырья, рынков сбыта, реорганизации производства и т. д.;

в-третьих, особое значение для предпринимательства имеет состояние хозяйственно-политической среды;

в-четвертых, внутрифирменное предпринимательство должно рассматриваться по трем основным направлениям: с точки зрения потребностей крупной корпорации в его развитии; возможностей для такого развития (объективных и субъективных), а также всего комплекса вопросов, относящихся к управленческому обеспечению предпринимательских инициатив внутри организации.

В связи с формированием рыночных отношений в отечественной экономической литературе также наметился большой интерес к исследованию категории “предпринимательство”<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> В 1978 году Закон “Об индивидуальной трудовой деятельности граждан в СССР” легализовал индивидуальное предпринимательство. В это время появились такие специфические советские предпринимательские структуры, как сезонные строительные бригады (“шабашники”), старательские артели, комсомольские центры творчества молодежи, быстро модифицирующиеся в посреднические коммерческие структуры. Кооперативный этап. С июня 1988 г. вступил в действие Закон “О кооперации в СССР”. К этому времени около 200 тыс. человек начали заниматься предпринимательством. Под вывеской индивидуального частного предпринимательства. Зачатки свободной экономики в 1988–1991 гг. складывались в условиях частных половинчатых реформ госсектора, который продолжал абсолютно доминировать в советской экономике и контролировать практически всю предпринимательскую активность.

В настоящее время все подходы по установлению сущности предпринимательства можно классифицировать по ряду направлений.

*Первое направление* в исследовании современных отечественных экономистов — это определение предпринимательства как самостоятельной инициативной экономической деятельности, ориентированной на получение прибыли.

Подобный подход нашел свое воплощение, в первую очередь, в нормативно-правовых документах — Конституции РФ (ст. 34), Законе “О предприятиях и предпринимательской деятельности” (1990 г.), и новом Гражданском кодексе (ч. 1, ст. 2). В указанных документах определяются основные характеристики этой деятельности — самостоятельность, инициативность, рисковый характер; Гражданский кодекс указывает на необходимость систематического получения прибыли. Непременным атрибутом этой деятельности является ее неременная регистрация в установленном законом порядке.

Указанный подход характерен для работ Г. И. Брызгалина<sup>1</sup>, авторов учебных пособий по основам предпринимательской деятельности и политической экономии<sup>2</sup>. Словарь по социальному управлению дает следующее определение: предпринимательство — инициативная самостоятельная деятельность граждан и коллективов, направленная на получение прибыли, основанная на использовании всех форм собственности.<sup>3</sup>

Ориентация на получение прибыли является в рамках этого направления доминирующим фактором, обеспечивающим выживание хозяйственной единицы. Присутствие элементов новаторства в предпринимательской деятельности не вызывает возражений, но они не относятся к побудительным мотивам хозяйствования<sup>4</sup>.

*Второе направление*, не отрицая наличия прибыли как цели предпринимательской деятельности, в качестве ведущего при-

<sup>1</sup> См.: Брызгалин Г. И. Словарь молодого экономиста и предпринимателя/ Под общ. ред. В. М. Волчкова. — Волгоград: Изд-во Ин-та Качеств, 1996. — С. 139-140.

<sup>2</sup> См.: Основы предпринимательской деятельности (Экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент)/ Под ред. В. М. Власовой. — М.: Финансы и статистика, 1994. С. 32; Политическая экономия: Учеб. -метод. Пособие для преподавателей / Под ред. А. Б. Сидоровича, Ф. М. Волкова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993-С. 251, и др.

<sup>3</sup> Социальное управление: Словарь. М.: Изд-во МГУ, 1994. С. 118.

<sup>4</sup> Политическая экономия: Учеб. -метод. Пособие для преподавателей / Под ред. А. В. Сидоровича, Ф. М. Волкова. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1993. С. 250.

знака, определяющего сущность предпринимательства, выделяет “совокупность отношений по поводу *осуществления новых комбинаций ресурсов* и достижение на этой основе наибольшей эффективности производства”<sup>1</sup>.

Так, Е. В. Омельченко говорит о том, что предпринимательская деятельность должна обеспечивать достижение как личной выгоды субъекта деятельности, так и общественной пользы<sup>2</sup>.

К *третьему направлению* можно отнести работы А. В. Бусыгина<sup>3</sup>, В. Д. Камаева<sup>4</sup>, И. Н. Герчиковой<sup>5</sup>, Ф. М. Русинова<sup>6</sup>, А. Панарина<sup>7</sup>, которые рассматривают предпринимательство не как обычную трудовую деятельность, а как *творческую активность*. Субъекты этой деятельности обладают определенным образом мышления, особым стилем и типом хозяйственного поведения<sup>8</sup>. Основные черты предпринимательской деятельности — новаторство, ориентация на перемены, творческая энергия и др.<sup>9</sup> Двигателем предпринимательства называются потребности и интерес<sup>10</sup>.

*Четвертое направление* исследователей рассматривает предпринимательство как, *систему хозяйственной деятельности*. Это направление представлено работами П. Д. Половинкина, В. Е. Савченко<sup>11</sup>.

Указанные авторы выделяют в категории предпринимательства три органически взаимосвязанные компоненты — личностную (предприниматель), экономическую (процесс получения

---

<sup>1</sup> Экономика и организация рыночного хозяйства: Учеб. пособие. — М.: Прогресс, 1995 — С. 155.

<sup>2</sup> См.: Омельченко Е. В. Формирование условий предпринимательской деятельности: Автореф. дис.... д-ра экон. наук. — М., 1996. — С. 8.

<sup>3</sup> Бусыгин Д. В. Предпринимательство: начальный курс. — М., 1992. С. 7

<sup>4</sup> Экономика и бизнес/ Под ред. В. Д. Камаева. — М.: Изд-во МГТУ, 1993. С. 8.

<sup>5</sup> Герчикова И. Н. Менеджмент: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. — С. 22.

<sup>6</sup> Русинов Ф. М., Возрождение предпринимательства в России. Майкоп: Адыг. кн. изд-во, 1992,- С. 27.

<sup>7</sup> Панарин А. Парадоксы истории, парадоксы предпринимательства// Вопр. экономики. — 1995. — № 7. С. 64.

<sup>8</sup> См.: Герчикова И. Н. — С. 22.

<sup>9</sup> Экономика и бизнес. — С. 8.

<sup>10</sup> Русинов Ф. М., Апишев А. А. Возрождение предпринимательства в России... -С. 28.

<sup>11</sup> См.: Половинкин П. Д., Савченко В. Е. Экономическая сущность и содержание предпринимательства. — СПб.: Изд-во ун-та экономики и финансов, 1995. — С. 18-19; Савченко В. Е. Феномен предпринимательства (экспериментальный спецкурс)// Рос. экон. журн. 1995. № 9, С. 48.

сверхприбыли) и организационно-экономическую (организация и управление процессом производства, обмена, распределения)<sup>1</sup>.

Попытку объединить существующие направления изучения предпринимательства предпринял В. М. Яковлев который рассматривает предпринимательство как комплексное, всеобъемлющее социально-экономическое явление, основную функцию собственности и механизм реализации объективных экономических интересов, включающее его характеристики как вида экономической активности, сектора рыночной экономики, процесса создания чего-то<sup>2</sup>.

Предпринимательство, как в мире, так и в России часто отождествляют с бизнесом. Такое отождествление проходит как через законодательные акты,

так и работы целого ряда экономистов<sup>3</sup>. Однако, изучение исторического опыта и практики современного предпринимательства, дают основание для вывода, что предпринимательство — это особый бизнес.

Во избежание ошибок в определении статуса субъектов предпринимательской деятельности и недоразумений во взаимоотношениях с ними органов государственной власти и органов местного самоуправления на практике надлежит правильно уяснить соотношение предпринимательской со смежными видами деятельности, в частности коммерческой.

Понятие “коммерческая деятельность” не однозначно. В узком смысле слова оно означает осуществление торговли, скажем розничной купли-продажи. В широком смысле (и это закреплено в нынешнем законодательстве) к коммерческой относится деятельность, которая в качестве основной цели ставит извлечение прибыли. Таким образом, всякая коммерческая деятельность есть предпринимательство.

Суммируя, можно сказать, что работы отечественных авторов учитывают накопленный за рубежом опыт: категория предпринимательства связывается либо с собственностью (как у классиков), либо с инновационным развитием (как у И. Шумпетера), либо с творческим духом и энергией (М. Вебер, В. Зом-

---

<sup>1</sup> Половинкин П. Д., Савченко В. Е. Экономическая сущность и содержание предпринимательства. — СПб.: Изд-во ун-та экономики и финансов, 1995. — С. 15-18.

<sup>2</sup> Яковлев В. М. Конструктивное предпринимательство. — М.: ИПА “Трил”, 1994. С. 19-20

<sup>3</sup> См.: Райзберг Б. А. Основы бизнеса. М.: 1995, Основы предпринимательской деятельности /под ред В. П. Власовой. -М.: 1995 и др.

барт). Однако большинство из указанных подходов не учитывают специфики современного этапа экономического развития и особенностей социально-экономического положения России. Ориентация некоторых авторов в характеристике предпринимательства на максимизацию прибыли в качестве основной цели затрудняет понимание возможностей предпринимательства в качестве одного из рычагов реформирования экономики России.

## **1.2. Роль предпринимательства в реализации современной социальной и кадровой политики**

Главная цель развернувшихся процессов переосмысления сущностных начал управленческого поведения и мышления — реально повысить роль научно-технических факторов в производстве, а также создать условия, при которых более полно мог бы реализоваться творческий потенциал работников.

Конкурентоспособность корпораций стала во все большей степени зависеть от их способности генерировать и воспринимать новые идеи и воплощать их в форме новых продуктов, технологий, управленческих решений. Развивающийся спрос, обострение конкуренции и появление новых технологий требуют, наряду с выпуском устоявшейся номенклатуры продукции, постоянного обновления товарного ассортимента, внедрения новшеств, повышающих эффективность производства, проникновения в новые сферы бизнеса. Это, как правило, связано с дополнительными инвестициями, повышает риск и в известной мере нарушает заведенный порядок вещей на предприятии. Эта дилемма современной экономики встает перед любой производственной организацией. Как органично сочетать серийное производство на основе долгосрочных производственных планов и программ с разработкой и освоением новой продукции?

С точки зрения управления возникает задача не допустить, чтобы бюрократические структуры и жесткое планирование, неотъемлемые от крупносерийного производства, подавляли инновационную инициативу и предприимчивость персонала.

Известно, что в условиях централизованного управления для того, чтобы идея нового продукта или технологии, исходящая снизу, обрела “права гражданства” и была реализована, необходимо согласие многих управленческих уровней и функ-

циональных служб. Количество виз в зависимости от масштаба новшества достигает нескольких десятков, а иногда и сотен. Для того же, чтобы “зарубить” идею или надолго затормозить ее реализацию, достаточно зачастую отказа лишь одного чиновника.

Подавление человеческой индивидуальности с помощью жестко установленных внутриорганизационных правил и норм является одной из отличительных черт “рационального” управления. Примерно с середины 50-х гг., когда начался быстрый рост размеров промышленных фирм, теория управления развивала концепцию “организационного человека”, которая рассматривала работника в качестве “винтика”, автоматически вращающегося в строго отведенных ему в организации границах и по четко сформулированным правилам. Теория, однако, лишь обобщила складывавшиеся на протяжении предыдущих десятилетий внутриорганизационные отношения в крупных компаниях: небольшая группа высших управляющих принимает решения, которые становятся обязательными для “серой массы” исполнителей — рядовых работников фирмы.

Соответственно, вырабатывался и закреплялся определенный стиль поведения “рядовых” членов организации — нежелание рисковать, проявлять инициативу, брать на себя ответственность. Работник как бы прятался за спину организации, растворялся в массе, получал возможность уйти от личной ответственности.

В течение длительного периода времени — до конца 70-х годов — отрицательные черты этой модели поведения в общем не вызывали сильного беспокойства у руководителей корпораций, которые опирались на использование сформировавшихся в основном в период 60-70-х годов жестко структурированных иерархических оргструктур и развитых формальных систем планирования и управления. Это позволяло анализировать внутреннее и внешние условия функционирования фирмы и принимать достаточно обоснованные решения относительно перспективных условий хозяйственной деятель-

ости. Использование формальных оргструктур и систем планирования предполагало, что в процесс разработки и принятия стратегических решений вовлекаются все иерархические уровни корпорации, для которых, в свою очередь, принятые решения становились общей основой единых скоординированных действий.

Возможность быстрого расширения объемов продаж за счет простого наращивания производственных мощностей на базе

отработанных технологических процессов и развития системы сбыта, навязывавшей потребителю массовую стандартизированную продукцию, а также сравнительно слабая связь между производством и его научно-техническим обеспечением — все эти обстоятельства позволяли менеджменту практически игнорировать тот комплекс управленческих воздействий, который сейчас принято называть активизацией человеческого фактора.

Однако с ростом квалификации и самосознания многих категорий работников как творческих личностей, вовлеченных в постоянно усложняющийся и требующий нестандартных решений воспроизводственный процесс, все больше стал проявляться конфликт между сложившимися управленческими схемами и новыми объектами управления, или между бюрократическим и так называемым “предпринимательским”, новаторским стилем поведения работников.

Кроме того, перенесение основной тяжести конкурентной борьбы в сферу технической новизны и качества продукции на практике привело к тому, что все чаще стали возникать ситуации, когда стратегическая деятельность в корпорации на определенных участках “автономизируется”, т. е. выходит из общего контекста разработки и реализации общекорпоративных новшеств различной степени радикальности и ориентируется на поиск новых направлений хозяйственной ориентации, осуществляемых вне рамок устоявшегося механизма стратегического управления.

Западные корпорации столкнулись, таким образом, с проблемой, которая заключается в следующем: каким образом развивать, стимулировать новаторский стиль поведения, как добиться того, чтобы носители этого стиля не отторгались большой организацией, живущей по законам обезличивающей бюрократии, а приживались и развивались в ней.

Многие ведущие западные фирмы сумели в определенной мере разрешить эту проблему. Для этого наряду с “лобовой”, а такой на бюрократический аппарат управления, выразившейся, прежде всего в значительном сокращении его среднего звена и расширении хозяйственных полномочий менеджеров производственного звена, был предпринят и “фланговый обход” иерархических структур: этот маневр был связан с попытками использования внутри крупных корпораций организационных форм, с успехом применяющихся малыми инновационными фирмами.

В последние годы эти компании убедительно доказали свою большую эффективность в сфере создания нововведений по

сравнению с крупными корпорациями: в расчете на одного занятого они разрабатывали и успешно внедряли примерно в 2—3 раза больше новых видов продукции и технологий, чем гигантские монополии; им требовалось в среднем на треть меньше времени, чтобы довести новый продукт до стадии коммерческой реализации.

Эти успехи и объективные преимущества, связанные с возможностью высвобождения творческого потенциала современной высококвалифицированной рабочей силы путем снятия необоснованных бюрократических барьеров, заставили крупные корпорации заняться перестройкой своих структур и систем управления с учетом требований, предъявляемых к организации труда новым этапом НТП. Это коснулось прежде всего расширения использования бригадных форм организации труда, а также разнообразных типов небольших инновационных подразделений, деятельность которых строится на принципах мелкого независимого предпринимательства.

С помощью внутрифирменной предпринимательской деятельности, особых управленческих приемов и подходов, расширяющих самостоятельность работников и стимулирующих инициативный поиск новых решений, корпорации пытаются избежать неожиданно возросшего давления со стороны конкурентов, проникать в сложившиеся на рынках группировки производителей и выходить из их состава, справляться с другими конкурентными угрозами. При этом активность корпораций в стимулировании внутрифирменного предпринимательства непостоянна. Она сокращается до минимума (особенно это относится к подразделениям, занятым поиском новых направлений диверсификации) в те периоды, когда основные устоявшиеся направления деятельности корпорации развиваются успешно, и резко возрастает, когда положение дел в основном бизнесе ухудшается.

Помимо потребности в развитии внутрифирменного предпринимательства, вызываемой в основном внешними конкурентными факторами, сама производственно-хозяйственная организация (фирма) подталкивает некоторых, наиболее инициативных своих членов к использованию неиспользуемых ресурсов (материальных, технологических, маркетинговых, организационных и т. п.) организации, которые служат питательной почвой для проявления поискового стиля поведения.

Теоретически возможности для проявления автономного стратегического поведения возрастают настолько, насколько

принятая стратегия и спланированное стратегическое поведение не используют потенциальные возможности организации. Организации, практически никогда полностью не используют свои ресурсы на плановой основе, да и не стремятся к этому (отчасти сознавая невозможность такого использования). Для этого существуют как субъективные (недостатки управления), так и объективные причины (например, не выявленные возможности использования данной технологии в различных производствах, различные комбинации ресурсов, в том числе интеллектуальных и т. п.).

Указанные обстоятельства позволяют провести более четкое различие между внутрифирменным и частнособственническим, предпринимательством. Индивидуальный предприниматель составляет комбинацию из ресурсов, “рассеянных” в окружающей его среде, с одной стороны, и своих способностей и знаний — с другой. Эту новую комбинацию можно теоретически рассматривать как независимую от всех прочих комбинаций. Новые же комбинации ресурсов, формируемые в процессе внутрикорпоративной предпринимательской деятельности, в определенной мере вырастают из ресурсных комбинаций, существующих в фирме, и потому в большей или меньшей степени зависят от последних. Отсутствие такой зависимости ведет обычно к полному отделению венчура от корпорации, т. е. к созданию “фирмы-отпрыска”.

Наличие же таких зависимостей, напротив, делает практически невозможным функционирование внутреннего венчура как действительно автономной единицы. Кроме того, это затрудняет доведение информации о новой деловой возможности (т. е. о хозяйственной задаче нового венчура) и перспективах ее развития до экономических контрагентов вне фирмы, поскольку предполагает вовлечение таких данных, которые обычно составляют коммерческую тайну. В этом заключается важное теоретическое обоснование бесперспективности попыток использования крупными, диверсифицированными корпорациями для решения своих проблем внутрифирменного предпринимательства подхода, применяемого венчурными предпринимателями. Последние финансируют стадии разработки и освоения новшества с намерением превратить венчур в акционерную компанию, что резко увеличивает его рыночную стоимость. Это является главным и сильнейшим стимулом, как для венчурных организаций, так и для предпринимателей, менеджерской “команды” венчура.

Важным направлением теоретических исследований внутрифирменного предпринимательства является изучение его поведенческих аспектов. В работах представителей этого направления основное внимание уделяется выявлению психологических особенностей предпринимательского стиля поведения.

Ученые Гарвардского университета Г. Стивенсон и Д. Гумперт предложили модель, в которой предпринимательство рассматривается в контексте различных типов управленческого поведения<sup>1</sup>. Они вводят шкалу типов поведения, которая ограничивается с одной стороны типом, названным авторами “прожектерами”, а с другой — противоположным, “опекунским” типом. Первый характерен для управляющего-предпринимателя, которого отличает уверенность в своей способности искать, распознавать и плодотворно использовать предоставляющиеся деловые возможности. Такой менеджер всегда психологически готов к восприятию неожиданных поворотов в развитии событий; при этом он стремится направлять ход вещей.

Напротив, управляющий второго типа — менеджер-администратор — опасается перемен и неизвестности и обычно склоняется к поддержанию стабильности в организации. Свою задачу он видит в эффективном управлении наличными ресурсами и не ищет новых возможностей, которые могут перед ним открыться в процессе поиска новых ресурсов и их комбинаций.

Поведение большинства людей приобретает предпринимательские черты, когда затрагиваются их собственные интересы. Зная свои цели, и то, что их реализация зависит в основном от их собственных усилий, люди обычно настойчиво стремятся к их достижению. Наиболее ценными “активами” личности являются знания, энергия и опыт (а вовсе не деньги и другие материальные ресурсы), и именно они в наибольшей степени нужны для исполнения роли предпринимателя.

Исходя из этих посылок, авторы приходят к естественному выводу о том, что наибольшие проблемы, с которыми сталкиваются компании в своих попытках привить в организации предпринимательский стиль поведения, вытекают из трудностей совмещения интересов отдельных работников и долгосрочных целей организации. Сложившийся в западных корпорациях экономический механизм управления, в частности система материального стимулирования, во многих случаях ради продвиже-

---

<sup>1</sup> Г. Стивенсон и Д. Гумперт указывают, что поведение большинства людей не является ни ярко выраженным предпринимательским, ни административным, оно, скорее тяготеет к тому или иному типу.

ния по служебной лестнице или увеличения объемов вознаграждения поощряют менеджеров принимать неэффективные и даже вредные с точки зрения целей перспективного развития компании решения.

Например, задача удержания или расширения доли рынка (что является одним из основных показателей оценки и стимулирования работы управляющих) может быть решена менеджером стандартным путем (снижение издержек с последующим снижением цены), тогда как предпринимательское видение перспективы будет требовать радикального иного подхода, скажем, разработки продукта, удовлетворяющего те же потребности, что и старое изделие, но на принципиально иной технической основе (замена механических кассовых аппаратов электронными).

Тип организационного поведения является производным от доминирующей в организации микрокультуры. Поэтому изменение поведения требует изменения всей внутриорганизационной культуры, или, по крайней мере, ее существенных элементов. Изменение же культуры, организации, понимаемой как сформировавшийся на протяжении всей ее предыдущей истории способ жизнедеятельности, предполагает изменение всей системы внутриорганизационных отношений, пересмотр сложившихся традиций, правил, норм.

Таким образом, предпринимательство представляет собой специфическую сферу деятельности, способную охватывать практически все отрасли народного хозяйства. Предпринимательство само по себе — это инициативный процесс соединения и приведения в соответствие с фактором времени ресурсов земли, труда и капитала, связанный с не рутинными решениями и требующий в силу этого информационной подпитки для осуществления новаторского подхода в формах организации бизнеса, внедрении новых продуктов и новых производственных технологий. Оно вызывает конкуренцию участников того или иного рынка и, в свою очередь, может полноценно осуществляться только в условиях широкой конкуренции. Эта закономерность диктует стремление усилить деловую активность, увеличить экономический оборот. Из этого следует вывод о том, что чем шире и мощнее будет предпринимательский сектор, тем быстрее он сможет нейтрализовать инерцию нарастающего кризиса, а затем обратить этот процесс в стабилизацию и оздоровление экономики.

Автор солидарен с теми учеными, которые доказывают, что предпринимательство — это система хозяйствования, в

которой главным субъектом являются предприниматель, который рационально комбинирует ресурсы (вещественные и личные), организует процесс производства на инновационно-рисковой основе, экономической ответственности за конечные результаты с целью получения предпринимательского дохода.<sup>1</sup>

За годы реформирования экономики России понимание предпринимательской деятельности претерпело существенные изменения.

В самом начале предпринимательство представлялось как самостоятельная инициативная деятельность, направленная на получение прибыли. Поскольку всякая экономическая (хозяйственная деятельность так или иначе имеет дело с получением прибыли, приведенное определение практической значимости не имело и вскоре было изменено. Предпринимательство стало рассматриваться не как любая направленная на получение прибыли деятельность, а лишь такая, которой получение прибыли было присуще в качестве главной цели.

По действующему сегодня законодательству предпринимательской является самостоятельная осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Отечественное предпринимательство имело свою историю, которая была прервана более, чем на 70 лет. Поэтому сегодня, когда традиции отечественного предпринимательства остались в прошлом, обеспечить преемственность его исторического развития не представляется возможным по целому ряду причин:

Во-первых, предпринимательство в дореволюционной России зарождалось снизу, последовательно пройдя через все этапы становления буржуазии, как класса. Практически все “третье сословие” России вышло из крепостного крестьянства. В наши дни картина — прямо противоположная: весь предпринимательский слой почти на 100% состоит из представителей вчерашней номенклатуры. И эта приватизация “сверху”, как считает лауреат Нобелевской премии В. Леонтьев, погубила российскую экономику: ветер предпринимательства зарождается в самом низу.

Во-вторых, естественно-исторический “порядок” развития предпринимательства в России был следующий: торговое пред-

---

<sup>1</sup> См.: Половинкин П. Д., Савченко В. В. Экономическая сущность и содержание предпринимательства. — СПб., 1995. С. 18-19.

принимательство — промышленное — финансовое — банковское. Сейчас предпринимательство взяло разбег с другого конца, развиваясь особенно бурно в форме биржевой и мелкой уличной торговли.

В-третьих, цель “классического” предпринимательства — производство товаров и услуг; цель современного — их распределение.

В-четвертых, “Старое” предпринимательство было ориентировалось на рынок бедных людей, новое — на богатых.

В-пятых, российское предпринимательство формировалось на основе равновероятного рыночного риска с опорой на идеологию индивидуального успеха; у современных предпринимателей в основе их начинаний, как правило, мощная номенклатурно-бюрократическая подстраховка, основанная на принципе круговой номенклатурной поруки.

Обобщение как зарубежной, так и отечественной экономической мысли позволяет выделить следующие основные характеристики современного предпринимательства, как особой системы хозяйствования, в основе которой лежит поиск новых возможностей по удовлетворению существующих на рынке потребностей, либо по формированию новых с целью обеспечения устойчивого развития хозяйственных систем, их стабильного присутствия на рынке и получения личной выгоды предпринимателем:

- ◆ знания выступают основой хозяйственной деятельности, ориентированной на постоянное развитие, поиск рыночных возможностей и умение воспользоваться ими, задают ее границы и возможности, тип ее рациональности, специфическую функциональность и потребительскую ценность<sup>1</sup>;

- ◆ инновационность, готовность и стремление к переменам, рассматриваются не как угроза существованию хозяйственной системы, а как благоприятная возможность улучшения рыночных позиций. Поиск нового — это открытие новых возможностей хозяйственной активности, освоение новых рынков, переход к производству новых товаров и услуг, “выход” на новые финансовые и материальные ресурсы, внедрение организационных новшеств. Неопределенность воспитывает в предпринимателе обостренное чувство интуиции, что дополняется логическим анализом ситуации;

---

<sup>1</sup>См.: Культурный контекст предпринимательства// Вопросы экономики. 1995. № 7. С. 158-159.

◆ всемерная ориентация на потребителя, создание новых потребительских качеств и товаров. То, что фирма думает о своей продукции, — не самое главное, особенно для успеха бизнеса. Что потребитель думает о своей покупке, в чем видит ее ценность, — вот что определяет сущность бизнеса, его направленность и шансы на успех. Момент реализации товара является для предпринимателя отправной точкой принятия решения. Если потребитель не удовлетворен товаром, то предприниматель сразу меняет весь образ мыслей и действий, всю свою политику, а не ограничивается корректировкой процесса продаж;

◆ гармонизация частных и общественных интересов, когда концепция максимизации прибыли заменяется концепцией полезности, включающей не сколько переменных. Основными показателями эффективности предпринимательской деятельности предприятия являются его устойчивость на рынке, стабильность, имидж. Прибыль выступает как одна из переменных в функции полезности.

Большинство приватизированных российских предприятий, являющихся полноправными субъектами рыночной деятельности, имеет в качестве основной цели не максимизацию прибыли, а обеспечение своего присутствия на рынке.

◆ разумный риск. Сам по себе риск как вероятность недополучения доходов по сравнению с прогнозом характерен для любого субъекта рыночной деятельности. Деятельность предпринимателя на современном рынке ограничена правовым полем, государством (налоги, уровень минимальной заработной платы и др.), степенью монополизации, деятельностью экологических организаций и т. д., поэтому его должна отличать разумная рискованная деятельность в рамках указанных ограничений;

◆ творческая энергия. Предпринимательство — это не обычная трудовая деятельность, а творческая активность, необходимая тем, кто занимается бизнесом. У предпринимателей особая этика и даже особое мировоззрение, что позволяет говорить о своеобразной философии предпринимательства, которая не остается неизменной по мере развития производства и общества, по мере изменения условий его жизни, деятельности и культуры. Вместе с тем, основа философии предпринимательства довольно устойчива. Причина этого в том, что несмотря на разительные перемены во всех сферах жизни общества наиболее характерные черты рыночной среды, в которой действует предприниматель, практически не меняются. Речь, в частности, идет о том, что предпринимательская деятельность