

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ

Аннотация. В статье рассмотрены сущностные черты предпринимательства, поставлена проблема определения факторов преодоления преимущественно ситуативного (тактического) поведения предпринимателя. В основу статьи положена концепция комплексной мотивации. Она рассматривается в качестве ключевого элемента придания стратегической направленности предпринимательскому поведению, а также укорененности и воспроизводимости подобных навыков в массовых масштабах.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательский процесс, предпринимательское поведение, наемный работник, мотивация.

Abstract. The problem of the determination factors of situation entrepreneurial behavior negotiation was described. This article based on the complex motivation conception. The author emphasized on strategic entrepreneurial behavior as a key element. This strategic must be established and reproduced on the most scale.

Keywords: entrepreneur, entrepreneurial process, entrepreneurial behavior, employee, motivation.

В исследованиях, посвященных теории предпринимательства, один из ключевых «водоразделов» проходит по линии «предприниматель – наемный работник». Традиция эта прослеживается еще с Р. Кантильона. Затем она находила свое отражение и убедительную аргументацию в трудах многих ученых, выступая где-то в качестве принципиального положения теоретической концепции, где-то – как один из сущностных элементов, проясняющих «фигуру» предпринимателя.

В основе подобного утверждения лежит не подвергающийся сомнению факт получения предпринимателем непостоянного (остаточного) дохода, в отличие от гарантированного вознаграждения за труд наемного работника. Природа получения дохода, его размер, возможность влиять на его динамику, условия факта его гарантированности различаются существенным образом у указанных субъектов экономической деятельности.

Действительно, наличие рынка, его устройство и институты предопределяют и само существование предпринимателя в экономической системе, влияют на его поведение. Неравновесное состояние рыночного процесса, принципиальная недостижимость полноты информации о поведении контрагентов и т.д. предоставляют предпринимателю возможность заработка. Внимание к неиспользованным возможностям и быстрое реагирование на них дают возможность извлечения существенного дохода и наращивания его в дальнейшем, однако не гарантируют обязательности его получения. Подобный риск – вторая сторона медали такой свободы действий в собственных интересах предпринимателя в рыночном процессе. Поэтому риск выделяется исследователями в качестве еще одной неотъемлемой функциональной характеристики предпринимательства. Понятно, что не все виды рисков могут быть отнесены к непосредственно предпринимательской функции, чему также посвящено достаточное количество трудов теоретиков предприниматель-

ства. Основную массу рисков можно застраховать, превратив их в постоянный элемент издержек в виде страховки. В таком качестве риск вряд ли может являться фактором неопределенности для предпринимателя и, соответственно, служить причиной его прибыли или потерь. Однако всегда в деятельности данного субъекта будут существовать решения (ответственность, обязательства), сопровождаемые риском, от которого не застрахует ни одна страховая компания. Принципиальная неопределенность условий, в которых действует предприниматель, и обуславливает невозможность извлечения гарантированного дохода, несмотря на продуманность проектов. При своей свободе (действия исключительно в личных интересах) предприниматель все же зависим, и зависимость его поведения диктуется рыночным процессом. Являясь неотъемлемой частью рынка, он вынужден подчиняться его законам.

В противоположность предпринимателю наемный работник осуществляет деятельность в условиях достаточно определенных, закрепленных формальной структурой, которая делает действия его понятными, поскольку они заданы этой структурой. Риск в такой деятельности (связанный с извлечением дохода) минимизирован, он гарантируется работодателем (опускаем здесь вероятные в реальной действительности проблемы, связанные с кризисами, невыплатой, задержкой, неправомерным начислением и т.д. заработной платы). Однако гарантированный заработок здесь компенсирует отсутствие личной свободы (в рамках формальной структуры). Наемный работник зависим, в отличие от предпринимателя, совершенно иным образом. Поведение его задано рамками должности, рабочего места, технологического процесса и т.д. и закреплено соответствующими инструкциями, обязательными к выполнению. Проявление инициативы, участие в принятии решений, риск и ответственность за их реализацию (элементы предпринимательской активности) снижаются по мере продвижения вниз по иерархической лестнице.

Закрепившиеся в хозяйственной практике механизмы начисления заработной платы (вознаграждение за приложенные усилия), предоставляют работнику чрезвычайно мало возможностей для воздействия на размеры собственного заработка. Кроме того, что возможно более важно в рамках данной работы, также мало возможностей есть у наемного работника для того, чтобы реализовать прочие (кроме материального благополучия) потребности, имеющие существенное значение для человека в социуме (достижение, успех, уважение, признание, независимость, власть, влияние и т.д.). Мотив получения прибыли (дохода) отнюдь не единственный и даже не главный (см. к примеру Й. Шумпетера [1]) для предпринимателя, но он также не является единственным для наемного работника. Исследования в области мотивации труда наемных работников и предпринимателей неоднократно доказывали это утверждение (Г. П. Бессокирная, А. Г. Здравомыслов, В. С. Магун, А. Л. Темницкий, В. Д. Патрушев, В. А. Ядов и др.).

Вернувшись к обозначенному в начале работы «водоразделу» «предприниматель – наемный работник», необходимо заметить, что в «чистоте» своей он, вероятно, обнаруживается только в случае, когда к числу предпринимателей можно отнести лишь наиболее показательных их представителей – индивидуальных предпринимателей и собственников. Однако такой подход автоматически вычеркивает из предпринимательского процесса всех остальных субъектов экономической деятельности, даже топ-менеджеров компаний (наемных управляющих), несущих, как правило, всю полноту ответственности

сти и принимающих основную массу решений, в том числе рискового характера. Происходит разрыв целостного хозяйственного процесса и появление двух его абстракций, изолированных и резко противостоящих друг другу: одна из них – хозяйственный кругооборот – как символ обычного течения дел (где фактически нет места предпринимателю), и другая – идеальная «развивающаяся» экономическая деятельность, носителем которой объявляется предприниматель.

В трактовке же представителей австрийской школы (Л. Мизеса, И. Кирцнера) предприниматель превращается буквально в вездесущий фактор экономики, в деятеля (агента) любых рыночных процессов. Понятие предпринимательства в данной связи существенно изменяется. Оно расширяется, поскольку в него включаются не только те «самостоятельные» хозяйственные субъекты рыночной экономики, которых принято называть предпринимателями, но и все те, кто реально функционирует в качестве агентов экономического развития: «несамостоятельные служащие акционерного общества», «финансисты», «дельцы», «юрисконсульты», «технические специалисты» и т.д., оказывающие различные услуги в предпринимательском процессе. Предпринимательская функция, таким образом, оказывается широко расплывлена в общественно-экономической жизни, дифференцирована на множество ролей, функций, подфункций и других детализаций, имеющих чисто технический характер. Возможно, в такой трактовке и происходит утрата «чистоты» понятия предпринимательства, зато появляется возможность учесть все проявления (пусть частичной) предпринимательской активности.

Авторам такая позиция представляется более конструктивной. Конструктивность рассматриваемой позиции заключается, во-первых, в акценте на необходимости формирования и укорененности подобных навыков (предпринимательской активности) в массовых масштабах; во-вторых, в возможности обеспечения их воспроизводимости за счет соответствующих институтов; в-третьих, реалистичности (учета всех видов экономических процессов), несмотря на все упрощения.

О роли предпринимательства в экономическом развитии, необходимости формирования предпринимательского сектора в массовых масштабах в этой связи много написано, в том числе изложена и авторская позиция [2–4].

Признание фактом того, что предпринимательские процессы происходят во всех сферах деятельности и обладают большим разнообразием, приводит к выводу о том, что вряд ли может существовать только одна модель предпринимательского процесса (универсальная), которая адекватно бы отображала весь континуум предпринимательских действий в различных сферах.

Традиционно в качестве основного механизма предпринимательских действий признается арбитражирование. Схема действий предпринимателя во всех подобных случаях проста и воспроизводима – решение купить на одном рынке с намерением продать по более высокой цене на другом рынке. Категория арбитража здесь представляется концептуальным понятием, позволяющим уяснить, каким образом предприниматель использует возможности извлечения прибыли, существующие на рынке. Обнаружив несоответствие цен на одном рынке или связанных с ним множестве других рынков, предприниматель делает соответствующие выводы о перемещении товаров, ресурсов и денег. Все остальные функции для подобного субъекта носят чисто технический, или вспомогательный (инструментальный) характер. Однако

нормальное воспроизводство предпринимательства неизбежно происходит через взаимодействие инновационной и арбитражной его составляющих.

Роль инноватора в обеспечении продуктивности и непрерывности предпринимательской деятельности оказывается такой же необходимой, как и арбитраж. Эту позицию достаточно убедительно и последовательно проводят в своих исследованиях многие авторы (Й. Шумпетер, П. Друкер, А. Маршалл, Г. Шмоллер и др.), подчеркивая активный, инновационный характер предпринимательства не только в выборе из имеющихся альтернатив распределения ресурсов, но и в создании новых рыночных возможностей.

Й. Шумпетер, в частности, утверждал, что предпринимательство и новаторство представляют взаимосвязанное целое, и вывел из новаторской функции предпринимателя сущность важнейших экономических явлений: прибыли, процента, экономического цикла. Являясь главной фигурой в экономическом развитии общества, предприниматель Шумпетера нарушает систему равновесных цен, изменяет направление потоков ресурсов, ломает весь ритм кругооборота, всю систему цен, издержек и доходов.

Предприниматель Маршалла своими действиями создает не только новый порядок, но и ускоряет процессы, конструктивно назревшие в обществе. Именно в этом А. Маршалл видит действительную и никем более не реализуемую роль предпринимателя в общественной системе.

Предприниматель Друкера – практик, для которого нововведения – необходимый инструмент для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса и услуг. Причем именно П. Друкер указал на тот факт, что предпринимательство вряд ли можно однозначно ограничить только сферой бизнеса. Он достаточно систематически и убедительно обосновал возрастающее значение конкурентных и предпринимательских начал в различных отраслях социальной сферы – науке, здравоохранении, образовании, коммунальном хозяйстве, экологии, культуре и др. [5, 6]. П. Друкер и другие авторы (в частности, М. Портер [7]) показывают необходимость учета специфики этих отраслей и невозможность чисто рыночного их функционирования и развития. Подобные выводы демонстрируют реалистичность предпринимательских процессов (отражают реальные предпринимательские практики) в современном социально-экономическом пространстве. Зафиксировать предпринимательские действия в «чистоте» своей в этой связи возможно лишь в теоретической абстракции (к примеру, концепция «чистого» предпринимательства Л. Мизеса [8], И. Кирцнера [9]).

При этом при любом модельном варианте в содержании предпринимательской деятельности выделяются обязательные элементы, которые служат воплощением ряда предпринимательских функций, определяют и предпринимательские решения, и протекание всех рыночных процессов. Во-первых, это желание получить прибыль и для этого идти на риск. Во-вторых, готовность к любым возможностям извлечения прибыли, предоставляемым рынком, которые предприниматель должен выявить, осознать и реализовать. В-третьих, специальные, систематические и сознательные усилия предпринимателей, которые «заставляют происходить выгодные им изменения» [10, с. 335–339], внося инновации в процесс своей деятельности и создавая на рынках новые благоприятные возможности для арбитражирования.

Однако все это (арбитраж, инновации, их взаимосвязь) лишь средства, инструменты в руках предпринимателя, и они могут обусловить стратегиче-

скую направленность действиям предпринимателя лишь отчасти (к примеру, внедрение инноваций). Такую направленность (как и другие модельные варианты поведения предпринимателя – от ситуативного до стратегического) формирует целый ряд факторов. В первую очередь это цели и мотивы действий. В своих поступках предприниматель, как правило, преследует следующие цели:

- обогащение (получение хорошего материального достатка);
- постоянство (стремление выжить в конкурентной борьбе и передать свое дело наследникам);
- независимость (желание быть единственным владельцем компании, вести дело единолично);
- рост (желание расширения сферы своего бизнеса любыми средствами).

Приоритетность целей (их иерархия) и определяет направление (типы) предпринимательского поведения. Мотивационная структура каждого типа имеет соответствующее содержание. Стремление к обогащению может быть актуализировано потребностями господства, власти, влияния (Й. Шумпетер). Однако чаще всего достижение больших прибылей для предпринимателя является необходимым условием для удовлетворения основных жизненных (витальных) потребностей – преимущественно инструментальная мотивация, порождающая ситуативный характер предпринимательских действий. Такая вынужденная мотивация занятия этим видом деятельности (обеспечение себя и своей семьи важнейшими предметами потребления, нежелание впасть в нищенское существование) в ущерб своим интересам, к сожалению, весьма актуальна для российского предпринимательства. Остальные из указанных выше целей в разной степени могут обуславливать стратегическую направленность поведения предпринимателя. Например, такая цель, как постоянство, материализуется в накоплении предпринимателем имущества, однако отражает в итоге стремление «оставить после себя след на земле». Независимости ищут те, у кого есть острое желание выделиться, проявить себя, удовлетворить здоровое честолюбие, жажда победы, стремление к успеху в борьбе с соперником и с самим собой. У подобных субъектов превалирует в мотивационной структуре мотив достижения, потребность в лидерстве. У представителей подобного типа поведения, как правило, есть видение своего бизнеса, такой предприниматель работает на перспективу, что, впрочем, характерно в полной мере и для тех, кто желает экспансии собственного бизнеса и ориентирован на постоянное развитие.

При выдвижении предпринимателя на роль основного «фронтьера» в экономическом развитии, разумеется, основная ставка делается на субъектов предпринимательского процесса со стратегической направленностью действий. Здесь становится понятно, что лишь субъективной мотивации достижения для формирования и укорененности подобных навыков в массовых масштабах, равно как и их необходимой воспроизводимости, недостаточно.

Мотивационно-личностная составляющая («горизонтальная» плоскость измерения мотивации), включающая в себя мотивы развития и достижения, детерминирующие конструктивные формы поведения, имеет, безусловно, огромное значение. Обретение субъектом качественно новой, так называемой X-мотивации рассматривается в качестве одного из условий для формирования предпринимательского корпуса в массовых масштабах, нацеленного на стратегическую перспективу, своими действиями способного повлечь за со-

бой кардинальные сдвиги в базовых экономических практиках, направленных на конструктивное достижение. На наш взгляд, мотивацию с позиции комплексности, целостности следует рассматривать в «горизонтальном» и «вертикальном» разрезах. С позиций «вертикального» измерения мотивация рассматривается во взаимодействии с различными слоями социального контекста. Законы и институты одних уровней стоят «ближе» к мотивационной сфере субъектов, сила влияния других значительно слабее и носит опосредованный характер. Тем не менее экономические, социальные, политические и духовные условия, созданные в обществе для жизни и труда; системы семейного и внесемейного воспитания и образования; доминирующая в обществе система ценностей, культура и идеология; экономическая, социальная политика государства и т.д. тем или иным образом детерминируют соответствующую мотивацию.

Две указанные плоскости измерения мотивации, таким образом, связаны между собой неразрывно: любое внешнее воздействие опосредуется процессами, протекающими внутри субъекта, а внутренний процесс так или иначе проявляется вовне. Следовательно, стратегическое поведение предпринимателя со всей необходимостью обуславливается действием целой совокупности общественных институтов. Ориентирами, к примеру, здесь могут служить развитые общества. В них социальная стабильность и единство общества есть первые предпосылки для развития экономики. Наличие сложившихся социальных гарантий, которые зафиксированы в Конституции, другие элементы правовой и политической системы, многие особенности социального и экономического устройства и способность общества воспроизводить их без серьезных затруднений определяют в огромной степени стратегическую направленность поведения предпринимателя.

Предприниматель готов работать и работает в условиях рыночной неопределенности. Используя свои аналитические (и прочие) способности, он преобразует эту неопределенность в вероятность, а точнее говоря, – в распределение вероятностей различных исходов (благоприятных и неблагоприятных). Он сознательно рискует и получает настоящее удовлетворение в случае успеха. Это сущность предпринимательской активности: здесь предприниматель не только мирится с ситуацией неопределенности, он использует такую ситуацию для извлечения дохода. Все же прочие «правила игры», общественные институты должны быть определены, понятны и гарантированы. Тогда предприниматели имеют возможность заниматься «прямым своим делом», и дела эти будут воспроизводиться со всей необходимостью, пока существует рыночный процесс. В противном случае, пока общество не выстроит систему соответствующих гарантий, действия предпринимателя будут носить большей частью ситуативный характер.

Еще большую значимость гарантированность слаженного действия всей совокупности общественных институтов приобретает для деятелей всех прочих экономических процессов. Речь идет о тех, кого нельзя отнести к так называемым «чистым» предпринимателям, кто осуществляет частичные предпринимательские функции, – о наемных работниках. Здесь формирование и развитие так называемой X-мотивации (конструктивного достижения) в массовых масштабах всецело определяется наличием подобных гарантий. В результате возможно постепенное смещение ценностных приоритетов с ценностей-средств (инструментальная мотивация) на ценности-цели (терми-

нальная мотивация), формирование готовности использовать собственные ресурсы в разнообразных начинаниях вопреки объективным барьерам (преодолевать сопротивление среды), ориентируя побудительные силы мотивации по иному руслу – реализации, развития.

Рынок как таковой, даже эффективно действующий, сам по себе не производит социальные гарантии и заведомо позитивные социальные эффекты. Скорее всего, наоборот, спонтанно действующий рынок порождает неравенство и нестабильность, примитивную социальность, которая связана с разрушением сложившихся форм общественной жизни и вызывает протесты.

Очевидно и другое: крупные социальные затраты в нерыночной форме большей частью экономически неэффективны. Кроме того, в условиях рынка любые затраты, обремененные социальными составляющими, являются тяжелым экономическим бременем.

Таким образом, чтобы рассматриваемые предпринимательские решения стратегического характера носили систематический характер, необходимо преобразовать то общественное пространство, в котором принимаются эти решения, нужно обеспечить их институционализацию. Это означало бы на деле совершить перестройку рыночного хозяйства, добиться, чтобы оно приобрело качество социального рыночного хозяйства, совершить своеобразную «прививку» социальному рынку. Прививка происходит с помощью политики, права, преобразования социальной, духовной и т.д. сфер.

Известно, что базовую структуру стран с развитой экономикой составляет социальная экономика. Для нее характерны не просто высокий удельный вес в составе ВВП социальной сферы и большие социальные расходы в бюджетах всех уровней и субъектов хозяйства. Самое главное здесь не простая раздача денег всем нуждающимся, а развитие человеческого фактора экономики через сферу образования, здравоохранения, культуры, обеспечение мобильности населения, производственной демократии, действенности гражданского общества, в том числе местного самоуправления. В такой форме социальные затраты не распыляются и не пропадают даром, а входят в кругооборот общественной жизни и выступают фактором развития.

Для реализации этой модели в России предстоит сформировать необходимые предпосылки, создать новое институциональное пространство, обеспечивающее соотношение рыночной свободы, индивидуальной инициативы и индивидуальной ответственности субъектов хозяйствования [11]. Экономика достигает уровня социэкономки, когда внеэкономические факторы начинают играть в экономических отношениях существенную роль. Этому уровню развития общества присущи свои институты, но их бессмысленно внедрять в обществах, не достигших соответствующего уровня развития, ибо само содержание этих институтов в таких условиях будет искажено [12]. Таким образом, формирование соответствующей для социальной экономики институциональной системы есть важнейшая закономерность ее становления. Улавливая внешние эффекты, институциональная система социальной экономики распределяет издержки и выгоды и тем самым устанавливает необходимые пропорции между элементами системы и делает возможным ее нормальное функционирование [13, с. 39].

Подобная модель общественного устройства в конечном итоге способна производить столь желаемые и необходимые социальные гарантии, служащие основой для формирования X-мотивации различных субъектов пред-

принимательских процессов и определяющие стратегические ориентиры предпринимательского поведения. Предприниматели всех уровней (только в этом случае имеет смысл говорить о действительно предпринимательском корпусе, способном вносить существенные изменения в экономической системе), имея соответствующую мотивацию и социальную определенность, смогут представлять собой серьезную экономическую силу.

Список литературы

1. **Шумпетер, Й.** Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; пер. с нем. В. С. Автономова, М. С. Любского, А. Ю. Чепуренко. – М. : Прогресс, 1982. – 456 с.
2. **Московцев, А. Ф.** Эвристическое значение понятия «предпринимательство» и его границы / А. Ф. Московцев, О. В. Юрова // Экономические науки : научно-информационный журнал. – 2008. – № 7 (44). – С. 91–94.
3. **Чепуренко, А. Ю.** Социология предпринимательства / А. Ю. Чепуренко. – М., 2007.
4. **Кошарная, Г. Б.** Традиционные детерминанты национальных моделей предпринимательства / Г. Б. Кошарная, В. П. Кошарный // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2009. – № 2. – С. 170–177.
5. **Друкер, П. Ф.** Новые реальности в правительстве и политике, в экономике и бизнесе, в обществе и мировоззрении : [пер. с англ.] / П. Ф. Друкер. – М. : Бук Чембэр Интернэшнл, 1994. – 380 с.
6. **Друкер, П. Ф.** Менеджмент в некоммерческой организации: принципы и практика / П. Ф. Друкер. – М. : Вильямс, 2007. – 304 с.
7. **Портер, Майкл Э.** Конкуренция : учеб. пособие : [пер. с англ.] / М. Э. Портер. – М. : Вильямс, 2005. – 608 с.
8. **Мизес, Л. фон.** Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории / Л. фон Мизес. – М. : ОАО «НПО «Экономика», 2000. – 878 с.
9. **Кирцнер, И. М.** Конкуренция и предпринимательство : [пер. с англ.] / И. М. Кирцнер ; под ред. проф. А. Н. Романова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
10. **Долан, Э.** Рынок: микроэкономическая модель / Э. Долан, Д. Линдсей ; пер. с англ. В. Лукашевича [и др.] ; под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. – СПб., 1992. – 496 с.
11. **Нестеренко, А.** Социальная рыночная экономика: концептуальные основы, исторический опыт, уроки для России / А. Нестеренко // Вопросы экономики. – 1996. – № 8. – С. 71–84.
12. **Бородкин, Ф. М.** Социэкономика. Статья 2. После конца экономики / Ф. М. Бородкин // Общественные науки и современность. – 2006. – № 5. – С. 114–154.
13. **Московцев, А. Ф.** Эвристическое значение понятия предпринимательство и его границы / А. Ф. Московцев, О. В. Юрова // Экономические науки : научно-информационный журнал. – 2008. – № 7 (44). – С. 91–94.

Московцев Александр Федорович

доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой менеджмента,
маркетинга и организации производства,
декан факультета экономики
и управления, Волгоградский
государственный технический
университет

E-mail: mmiop@vstu.ru

Moskovtsev Alexander Fedorovich

Doctor of economic sciences, professor,
head of sub-department of management,
marketing and production organization,
dean of the department of economics
and administration, Volgograd State
Technical University

Юрова Ольга Витальевна

кандидат социологических наук, доцент,
кафедра менеджмента, маркетинга
и организации производства,
Волгоградский государственный
технический университет

E-mail: olga-yurova@yandex.ru

Yurova Olga Vitalyevna

Candidate of sociological sciences,
associate professor, sub-department
of management, marketing and production
organization, Volgograd State
Technical University

УДК 316.334.23

Московцев, А. Ф.

Предпринимательство: основные черты и поведенческие стратегии /
А. Ф. Московцев, О. В. Юрова // Известия высших учебных заведений.
Поволжский регион. Общественные науки. – 2010. – № 4 (16). – С. 102–110.