

ББК 60.561.22

В.А. Гражданкин, О.А. Гражданкина

Трансформация дефиниций «предпринимательство» и «предприниматель»

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательство, социальный портрет.

Key words: Entrepreneur, entrepreneurship, social portrait

В Российской Федерации предпринимательство пока не получило того развития, которое позволило бы ему сыграть решающую роль в реформировании экономики страны и выведению ее на качественно новый уровень. Возможности предпринимательства в России пока не исчерпаны, они даже не задействованы в полном объеме.

Западные экономисты определяют предпринимательство как процесс поиска новых возможностей, внедрение новых способов производства, открытость к новым перспективам, преодоление старых ограничений. Предпринимательство, считают они, есть четвертый фактор производства, который, однако, неосязаем.

Отечественные психологи усматривают в предпринимательстве особый, связанный с риском вид деятельности по организации нового потенциала, прибыльного дела, а также творческую активность в экономике, требующую специфических личностных качеств. Можно сказать, что предпринимательство – это особый вид деятельности, преуспеть в которой не каждому под силу. Оно требует не только специальной подготовки, экономического знаний, решительности, готовности рисковать, но и способности к творчеству, неординарному мышлению [1, с. 13].

Впервые понятие «предпринимательство» ввел английский экономист и банкир Ричард Кантильон в XVIII в. Под предпринимательством он понимал экономическую деятельность, в процессе которой приводится в соответствие товарное предложение и спрос в условиях постоянного риска. Предпринимателя он определял как человека, который за определенную цену покупает средства производства, чтобы произвести определенную продукцию и продать ее в целях получения дохода. Предприниматель принимает на себя обязательства по издержкам, часто не зная, по каким ценам может осуществиться реализация. Другими словами, предпринимательству всегда сопутствует коммерческий риск. Можно сказать, что Р. Кантильон разработал первую концепцию предпринимательства [1, с. 17].

Позже французский экономист Жан-Батист Сэй более глубоко подошел к определению дефиниции «предпринимателя» и обратил внимание на творческий потенциал личности. Он разграничивает функции и мотивацию предпринимателя и менеджера, труд

первого он считал творческим, созидательным, второго – рутинным и монотонным. Предприниматель рассматривается и как экономический агент, комбинирующий факторы производства или, вернее, перемещающий его экономические ресурсы из области низкой производительности и прибыльности в область более высокой рентабельности и производительности [2].

В начале XX в. немецкий экономист Вернер Зомбарт дополнил существующую характеристику предпринимателя замечанием о том, что предприниматель, стремясь к осуществлению своих целей, выполняет культурную функцию заботы о материальном положении работников. После его высказываний экономисты стали рассматривать философскую направленность профессиональной деятельности предпринимателя, ее гуманистическую составляющую [3].

Душевные качества, необходимые для достижения успеха в деловой активности, рассматривал другой представитель немецкой школы М. Вебер. У него дух рационального предпринимательства увязывается с религиозными устоями. Он выделял такую категорию, как мирской аскетизм, под которой понимал трудолюбие, бережливость, расчетливость – совокупность личных качеств.

В начале XX в. американский экономист Йозеф Шумпетер утверждал, что предпринимательство – это новаторская деятельность, направленная на создание новых товаров. Он вводит понятие «осуществление новых комбинаций». По его мнению, если в процессе хозяйствования нет «новых комбинаций», то и нет места для предпринимательства [4, с. 171–189]. Согласно более поздней концепции Й. Шумпетера, типичным предпринимательским мотивом выступает удовлетворение или радость от самого процесса и результатов свободного от бюрократических пут труда. Доход служит показателем успешности организационно-новаторской деятельности предпринимателя, а значит, его деловых качеств и престижа в обществе. Престиж для него крайне важен. Деньги сами по себе, без их общественного признания, теряют ценность. Поэтому он вынужден считаться с требованиями общества. И чем более цивилизованно последнее, тем выше развиты культура, тем более разборчив предприниматель в средствах достижения успеха. Однако общество, задав культурные приоритеты предпринимательства, должно создать все необходимые условия для другого важного параметра – свободы деятельности, узловым регулятором которой выступает рынок. На пересече-

нии этих двух составляющих и формируется феномен предпринимательской мотивации.

В современной зарубежной экономической литературе прослеживается преемственность позиции классиков. Так, К. Макконнелл и С. Брю вводят понятие «предпринимательская способность», которая, по их мнению, раскрывается через четыре взаимосвязанные функции предпринимателя:

- предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в процесс производства товара или услуг;
- предприниматель берет на себя задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса;
- предприниматель – это новатор, лицо, стремящееся вводить в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса;
- предприниматель – это человек, идущий на риск [5, с. 38].

Отечественные специалисты, в частности академик Л.И. Абалкин, так определяют признак предпринимательской деятельности: свобода в выборе направлений и методов работы; самостоятельность принятия решений; ответственность за принимаемые решения и их последствия, связанный с этим риск; ориентация на достижение коммерческого успеха, получение прибыли [6, с. 12]. Однако нельзя не заметить, что при определении сущности предпринимательства авторы упускают его инновационный характер.

Ф.И. Шамхалов и В.С. Нечипоренко [7] персонифицируют понятие предпринимательской деятельности, указывая, что предпринимательство – это специфический вид творческой, инициативной деятельности человека в рыночной экономике, способного к преодолению сопротивления среды и к нестандартным управленческим решениям. При этом к существенным признакам, характеризующим сущность предпринимательства, они относят владение капиталом и стремление к капитализации дохода.

Наряду с изобретательностью, находчивостью, практичностью современный предприниматель должен владеть солидным багажом правовых и экономических знаний. Наконец, очевидна необходимость рассмотрения предпринимательства как системы, т.е. совокупности взаимодействующих элементов, составляющих целостное образование. Институт предпринимательства является хоть и важным, но все же лишь одним из элементов системы более высокого порядка – рыночной экономики. Следовательно, наряду со специфическими чертами, определяющими особенности предпринимательства, существуют и универсальные характеристики, присущие всей макросистеме.

Стремление обобщить черты многих тысяч российских людей, очень разных по характеру, нравственным устоям, возрастному составу, неизбежно принимает форму определенной абстракции. Результаты исследования, как правило, принимают

форму некоего социального портрета отечественного предпринимателя.

В свою очередь, мы также попытались определить характерные особенности предпринимателя, которые наиболее привлекательны для молодого поколения. С этой целью авторами проведен опрос студентов экономического факультета Алтайского государственного университета, который проходил в ноябре 2008 г. Авторы отдают себе отчет в том, что обозначенный в ходе исследования социальный портрет современного предпринимателя субъективно-собирательный образ, который имеет право на существование, как и многие другие.

В ходе подготовки к социологическому опросу была выдвинута гипотеза о том, что в последнее время преобладает положительное отношение к предпринимателям и их деятельности. Цель исследования – определить основные составляющие, характеризующие предпринимателя. Говорить о какой-либо выборке, что она репрезентативна, не совсем точно, так как любая выборка имеет определенный уровень репрезентативности. Более точно говорить, что ошибка репрезентативности данной выборки с вероятностью P не превышает Δ (вероятность P называют доверительной). При проведении социологического исследования нами решалась следующая задача: был задан устраивающий уровень точности результатов, т.е. допустимая ошибка и доверительная вероятность, и вычислен необходимый объем выборки. Для расчета применялась следующая формула [8, с. 80]:

$$n = 1 / \{ \Delta^2 / [t^2 \gamma (1 - \gamma)] + 1/N \},$$

где N – объем генеральной совокупности; n – объем выборки; t – коэффициент, соответствующий доверительной вероятности P , который определяется по таблицам Стьюдента, и в нашем случае $P = 0,954$; $t = 2$; γ – доля признака X в генеральной совокупности; Δ – величина допустимой ошибки.

Для формирования выборочной совокупности использовался метод одноцелевой систематической (механической) выборки и одноцелевой типической выборки. Итоговый показатель выборки, учитывающий проведенные нами расчеты и требования репрезентативности, удовлетворяющий целям исследования и его гипотезе, соответствует 116 респондентам.

Около 22% опрошенных – это мужчины, и 78% – женщины. Сразу после окончания обучения в вузе 23% планируют заниматься предпринимательской деятельностью, причем наибольшую активность проявляют женщины – на 20%. Среди студентов выпускного курса данный показатель гораздо ниже – 12%, это свидетельствует о том, что выпускники взвешенно подходят к оценке своих способностей и возможностей, отдают себе отчет в том, что на этапе становления бизнеса придется столкнуться с разнообразными препятствиями, решение которых может оказаться затруднительным. Подтверждением этому является более детальная проработка ими вопроса о «проблемах, которые возникают при создании собственного дела». В анкете предлагалось ранжировать последние по

значимости, исходя из общей совокупности опрошенных. Первое и второе место заняли: «отсутствие необходимых финансовых средств» и «высокие проценты по кредитам»; следующими по значимости оказались коррупция и административные барьеры; далее в порядке понижения значимости следуют: недостаток квалифицированных работников, сложность расчетов по налогам, отсутствие свободного доступа к земельным ресурсам, государственной и муниципальной собственности, низкая покупательная способность населения. Несущественная значимость, по мнению студентов, последней проблемы вызвала некое недоумение из-за низкой заработной платы в Алтайском крае и низких оборотов предприятий малого бизнеса по сравнению с соседними регионами. Следует также учитывать период проведения опроса – преддверие кризисной ситуации в крае, которая в это время начала набирать оборот. Более реально сложившуюся ситуацию оценили студенты, которые уже занимаются предпринимательской деятельностью. Так, наиболее значимой проблемой для них как раз является низкая покупательная способность, далее – отсутствие необходимых финансовых средств и высокие проценты по кредитам, отсутствие необходимых навыков и знаний, коррупция и административные барьеры, недостаток квалифицированных работников и т.д. Более того, студенты, которые попробовали на себе бремя предпринимательства, обозначили наиболее важные качества, которые необходимы для успешной деятельности. На первое место они поставили интуицию, поскольку «предприниматель действует на свой страх и риск, постоянно находится на грани разорения». Респонденты обосновали свои предпочтения так: «Нужно предвидение развития возможных событий». Они отметили, что важны не столько теоретические знания, сколько их практическая реализация и возможность правильного планирования, которое в большей мере строится на интуитивных представлениях личности руководителя. Вторым по значимости стала коммуникабельность, поскольку умение договариваться со всеми контрагентами, начиная с собственных работников, заканчивая служащими государственных органов и особенно покупателями, является основой успеха бизнеса.

Результаты исследования показали, что в Алтайском крае сложилась непростая ситуация. С одной стороны, низкая покупательная способность населения, которая приводит к недостатку оборотных средств, с другой – компенсация этого недостатка в зарубежных странах осуществляется за счет заемных средств, получение которых в Алтайском крае связано с определенными трудностями, например, высокими процентными ставками, делающими кредит непривлекательным с точки зрения окупаемости, проблематично также получить кредиты на длительный период.

Предпринимательская деятельность считается студентами привлекательной, поскольку позволяет проявить самостоятельность, получать высокий доход, заслуживает уважение окружающих, несет высокую со-

циальную направленность. В дальнейшем около 70% респондентов хотели бы заняться собственным бизнесом, практически все мужчины и 84% женщин. По мнению 65% опрошенных, в их ближайшем окружении сложилось положительное отношение к предпринимателям, у 5% – отрицательное, 30% – затруднились с ответом, так как, по их мнению, сложно однозначно дифференцировать понятие «предприниматель», поскольку «к простым предпринимателям отношение положительное, а к олигархам – резко отрицательное».

Мы спрашивали участников опроса и о слагаемых, характеризующих предпринимателя (обращаем внимание на то, что респонденты могли отметить не более трех позиций). По мнению студентов, основная черта – это целеустремленность (ее отметили 51% опрошенных), вторая – способность и готовность к риску (40%), следующая – умение генерировать идеи (35%), уверенность в себе и своих способностях (31%), далее по порядку: ум и образование (30%), коммуникабельность (29%), решительность (19%), интуиция (17%), самостоятельность (16%). Менее 10% набрали следующие характеристики: ответственность и власть, финансовый достаток и богатство, среди прочих были отмечены честность, хитрость, рассудительность и т.д. В большей степени на мнение студентов повлиял наглядный пример знакомых, которые заняты предпринимательской деятельностью (57%), семейное окружение (40%), не последнюю роль сыграли средства массовой информации и личный опыт.

Проведенное исследование показало, что в настоящее время преобладает положительное отношение молодого поколения к предпринимателям, которое сложилось под воздействием нескольких факторов: семьи, друзей, средств массовой информации. Наибольшую привлекательность в предпринимательстве у респондентов вызывает самостоятельность, которую на данном этапе они рассматривают как независимость от родителей и в моральном, и материальном плане. Студенты начальных курсов рассматривают предпринимательство с точки зрения юношеского максимализма и пока имеют поверхностное представление о реальном бизнесе. Возможно, благодаря этому, молодежь пока не задумывается о трудностях и проблемах, с которыми придется столкнуться при создании и развитии собственного дела. Студенты формально подошли к ответу на вопрос о проблемах предпринимателей, более того, только в единичных случаях фигурируют опасения, связанные с экономической рецессией и возможными негативными последствиями мирового кризиса.

По результатам проведенного опроса можно утверждать, что в представлении молодого поколения предприниматель – это личность целеустремленная, готовая к риску, умеющая генерировать новые идеи, наделенная властными полномочиями, не лишенная хитрости. Предпринимателя отличает уверенность в себе и своих способностях, ум и образование, ком-

муникабельность, решительность, интуиция, самостоятельность. Не последнее место в характеристике занимает финансовый достаток и богатство, которые служат гарантом вышеперечисленных составляющих, более того, по мнению респондентов, без него невозможно реализовать предыдущие качества. Иначе говоря, сохраняет свою актуальность приведенное нами выше высказывание Й. Шумпетера о том, что доход служит показателем успешности организационно-новаторской деятельности предпринимателя, а значит его деловых качеств и престижа в обществе.

Научно-исследовательский центр факультета социологии Алтайского госуниверситета провел опрос представителей малого бизнеса Барнаула. Был задан вопрос: «Как вы думаете, что послужило для вас основным мотивом для занятия бизнесом?». Ответы респондентов распределились следующим образом: материальная надежность, деньги – 31%, самореализация и самоутверждение – 24%, забота о тех, кто рядом – 20%, интерес – 18%, профессиональный рост – 7% [9]. Таким образом, на первое место предприниматели ставят материальный достаток, который позволяет заботиться не только о тех, кто рядом, но и самореализоваться, самоутвердиться, что в полной мере отвечает стремлениям не только молодого поколения, но самих представителей бизнеса.

Следует отметить, что опрошенные респонденты назвали многие личностные качества предпринимателя. Систематизируем их следующим образом:

- деловые – это способность к оправданному риску; умение правильно оценивать ситуацию на рынке, прислушиваясь к собственной интуиции; целенаправленность в достижении цели; коммуникабельность. Данная группа, по нашему мнению, в кризисной ситуации является наиболее важной, именно деловые качества предпринимателя-руководителя позволяют бизнесу быть рентабельным;
- новаторские, которые проявляются в создании новых идей и технологий, товаров, работ и услуг, а

также улучшении уже имеющихся, их модернизации и повышении качества;

– волевые и властные – здесь следует отметить, что, по мнению социологов, не более 8% населения могут профессионально заниматься предпринимательской деятельностью, и в большей мере на величину данного показателя влияет отсутствие именно этих качеств [10; 11]. (По результатам нашего опроса – 7%.) Предпринимателю необходима уверенность в себе и собственных силах для того, чтобы увлечь команду единомышленников, а власть – чтобы направить их деятельность в нужном направлении, использовать в собственных интересах возможные конъюнктурные изменения;

– финансовые, которые также являются существенными, исходя из самой сущности предпринимательской деятельности. В нашей стране до последнего времени они главенствовали, т.е. личность руководствовалась стремлением к сверхбыстрому обогащению. Проведенный нами опрос показал, что молодое поколение рассматривает деньги не как самоцель – «деньги ради денег», а как инструмент, позволяющий самоутвердиться, проявить самостоятельность и независимость, расширить коммуникации, заниматься интересным делом, повысить свой социальный статус и т.д.

Подводя итог, можно отметить, что прослеживается разнонаправленность в дефиниции «предприниматель». Это выражается в личном восприятии исследователей и их неоднозначном ранжировании экономической, социальной, финансовой, философской и других составляющих предпринимательской деятельности в рыночной экономике в определенный временной отрезок. Социально-экономическая обстановка в стране также накладывает существенный отпечаток на нравственные устои общества, которое, в свою очередь, воздействует на личность исследователя. Поэтому сложно дать четкое определение, которое бы в полной мере было априори единственно верным и не зависело от временного вектора развития общества и экономики.

Библиографический список

1. Муравьев, А.И., Предпринимательство / А.И. Муравьев, А.М. Игнатъев, А.Б. Крутик. – СПб., 2001.
2. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии / Ж.-Б. Сэй. – М., 2000.
3. Зомбарт, В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В. Зомбарт. – М., 1994.
4. Шумпетер, Й. Теория экономического развития : пер. с нем. / Й. Шумпетер. – М., 1982.
5. Макконнелл, К. Экономикс. Принципы, проблемы и политика : пер. с англ. / К. Макконнелл, С. Брю. – М., 1993. – Т. 1.
6. Абалкин, Л.И. Заметки о российском предпринимательстве / Л.И. Абалкин. – М., 1994.
7. Шамхалов, Ф.И. Государственная поддержка предпринимательства в России / Ф.И. Шамхалов, В.С. Нечипоренко. – М., 1997.
8. Паниотто, В.И. Качество социологической информации (методы оценки и процедуры обеспечения) / В.И. Паниотто. – Киев, 1986.
9. Опрос представителей малого бизнеса // АиФ. Алтай. – 2009. – №9 (581).
10. Попов, Ю. Российское предпринимательство: социальный портрет / Ю. Попов // Человек и труд. – 1995. – №2.
11. Рошин, С. Мужчины, женщины и предпринимательство / С. Рошин, Я. Рошина // Человек и труд. – 1994. – №12.