

Результаты данного исследования являют собой отправную точку для прогнозирования тенденции молодежной преступности и разработки мер по ее предупреждению.

## ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ФЕНОМЕНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Т.В. Белых

Феномен предпринимательства издавна находится в центре внимания социально-экономических наук. Уже во времена античности и средневековья появились размышления о предпринимательской функции, о деятельности купца, торговца. Однако на сегодняшний день не существует общепринятого определения предпринимательства. В связи с чем представляется важным остановиться на позитивном опыте предшествующих исследований, заложивших фундаментальные принципы общего понимания этого сложного и многопланового явления. Речь идет об основных функциональных характеристиках предпринимательства, его важнейших ключевых аспектах, которые явно или неявно присутствуют во всех концептуальных построениях теории предпринимательства – от метафизических до современных бихевиористских и психосоциальных. С этой точки зрения условно можно выделить три волны развития теории предпринимательской функции, которые характеризуют развитие процесса научного осмысления практики предпринимательства.

«Первая волна», возникшая еще в XVIII веке, акцентировала внимание на рискованности предпринимательского дела. «Вторая волна» в научном осмыслении предпринимательства связана с выделением инновационности в качестве отличительной черты предпринимателя и связана в первую очередь с осмыслением предпринимательства в рамках теории динамического развития и экономического роста. И первая, и вторая «волны» развития теории предпринимательской функции были основаны на монофункциональности предпринимательской роли, что вело к излишней односторонности в толковании проблем предпринимательства. Полифункциональная модель предпринимательства связана с появлением «третьей волны». Теоретические поиски «третьей волны» отличаются сосредоточением внимания на особых личностных качествах основного субъекта предпринимательской активности – предпринимателя, то есть на его способности реагировать на изменения экономической и общественной ситуации, на его самостоятельности в выборе и принятии решений, на наличии у него управленческих способностей. Исследователи видят основную, особую роль предпринимателя в том, что он стал представлять регулирующее начало в уравнивающейся (но не равновесной) экономической структуре.

Некоторые авторы (см., например: Предпринимательство в конце XX века. – М.: Наука, 1992. – С.19, 46) считают, что современный этап развития теории предпринимательской функции можно отнести к «четвертой волне», которая представляет собой естественный этап осмысления этого сложного феномена. Фундаментальные разработки предыдущих этапов заложили основы для понимания основных ролевых функций предпринимателя в экономической жизни и позволили в наиболее общем и абстрактно-теоретическом смысле дать ответ на вопрос: что делает предприниматель в экономических процессах. Последние 15 лет характеризовались попытками приблизиться к ответу на вопрос, вытекающий из предыдущего: как он это делает? Таким образом, «четвертая волна» переносит акценты на управленческий аспект анализа действий предпринимателя. Логично,

что наиболее заметным направлением исследований предпринимательства в последнее десятилетие становится междисциплинарный подход, нацеленный на определение общих характеристик и основных принципов сочетания механизмов управления и общественного начала, разработку теоретического фундамента предпринимательского управления, как решающего слагаемого экономического успеха в хозяйственной деятельности. Характерной чертой современных подходов к проблеме предпринимательства является попытка преодоления монофункциональности, присущей предыдущим подходам. Преодолению ошибочных подходов и взглядов прошлого поможет интеграция базовых принципов и инструментария взаимосвязанных академических дисциплин в области экономики, политики, социологии, другими словами, необходим тщательный анализ важнейших методологических и эмпирических взаимосвязей внутри и вне феномена предпринимательства. В связи с этим представляется целесообразным экскурс в гносеологию развития данного понятия.

В античные времена и долгие периоды христианской церковной истории деятельность торговца, купца, предпринимателя характеризовалась как «недостойная», «мерзкая» и «греховная». Такое отношение восходит к Аристотелю, определяющего *otium cum dignitate* (отдых с достоинством) философа как более достойный образ жизни, нежели деятельность торговца, которому недостает внутреннего покоя. Неслучайно, Фома Аквинский также утверждал, что профессия купца несет на себе печать морально-этической неполноценности. Негативный взгляд на предпринимательство усугубили также писания Ветхого Завета, где есть широко известное повеление (Второзаконие 23, 19-20), запрещающее взимание процентов. Однако, несмотря на моральный вердикт св. Фомы Аквинского, католическая экономическая этика XIII века открыла для себя пользу предпринимательской деятельности для достижения общего блага, заложенного в саму суть развития экономики. Суть в том, что тогдашние ревнители социальной этики, хотя и придерживались средневековой теории денег, согласно которой деньги сами по себе бесплодны, тем не менее подчеркивали, что прибыль с капитала, то есть предпринимательская прибыль, не противоречит запрету на ростовщичество. Впоследствии исследователи экономики, и например, Вернер Зомбарт, указывали на решающее значение этого различия.

Настоящую революцию в отношении к предпринимательству произвел протестантизм. Конечно, он не был простым выражением капиталистического духа, представляя собой, прежде всего, определенную ступень в развитии религиозной доктрины. Но чем больше он набирал силу, тем больше впитывал в себя «дух капитализма», «дух предпринимательства».

Непосредственным предшественником термина «предприниматель» было слово «антрепренер» (французского происхождения, в переводе обозначающее «посредник»). В средние века термин «антрепренер» употреблялся в двояком смысле – применительно и к руководителям крупномасштабных строительных или производственных проектов, и организаторам парадов, шествий и различных музыкальных представлений. Руководитель такого проекта ничем не рисковал – он всего лишь руководил всеми работами по его реализации, используя предоставленные ему ресурсы. Понятие «предпринимательство» получило в XVII веке дальнейшее развитие, когда предпринимателями стали называть людей, заключавших с государством контракт на выполнение работ или поставку определенной продукции. Поскольку стоимость контракта оговаривалась заранее, размеры прибыли или убытков определялись исключительно способностями самих предпринимателей. Термин «предприниматель» был введен в научный оборот в XVIII в. английским экономистом-купцом Ричардом Кантильоном.

Одну из первых концепций предпринимательства изложил Кантильон в книге «Очерк о природе коммерции» (1730). Он писал, что анализ расхождения между спросом и

предложением на рынке привел его к выводу, что это дает возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары более дешево и продавать их более дорого по сравнению с другими. Именно таких бизнесменов он назвал предпринимателями: они могут заниматься в разных сферах воспроизводства – производстве, обмене – или сразу в обеих. При этом они не обязательно являются собственниками функционирующего капитала. Таким образом, предприниматель по существу определялся им как субъект рыночных отношений, покупающий средства производства для создания и продажи определенной продукции в целях получения дохода. Причем, последний принимает на себя обязательства по издержкам, но не знает, по каким ценам товар будет продан. Для Кантильона предпринимательство связано с выполнением функции особого рода, ибо содержит в себе риск и непредсказуемость последствий. Теоретические изыскания Кантильона заложили фундаментальные основы для последующих разнообразных теоретических разработок в этой области.

Одна из многочисленных трактовок предпринимательства получила отражение в трудах классиков политической экономии Ф. Кенэ, А. Смита, Д. Рикардо, которые, несмотря на многочисленное употребление терминов «работодатели», «мастера», «купцы», «предприниматели», придерживались обезличенного подхода, ибо хозяйственные процессы, понимаемые как кругооборот, у них выглядят самоиницирующимися и самоподдерживающимися: «автоматически» возникающими при наличии капитала, труда, сырья. Места для творческого предпринимательства в их трудах не отведено. По этой схеме предприниматель выступает лишь как инвестор, то есть капиталист, описанный впоследствии Карлом Марксом. Под влиянием высокого авторитета Смита и Рикардо несколько последующих поколений разделяли эту негативную оценку предпринимательства.

Со временем предпринимателя все реже стали отождествлять с капиталистом, и важность предпринимательской деятельности, так или иначе, получила признание. Так, Ж.Б. Сэй считал, что функция предпринимателя заключается в соединении, комбинировании факторов производства, при этом последний вовсе не обязательно отягощен правами собственности. Предпринимательство, по Сэю, предстает как рациональная комбинация факторов воспроизводства в данной точке рыночного пространства. В случае получения малого дохода в данной точке, осуществлялось перемещение этих факторов в другие более доходные элементы рыночного пространства при их новой комбинации. Причем признавалось, что рациональное комбинирование факторов может быть в любом моменте воспроизводства, любой форме предпринимательской деятельности: производстве, обмене, распределении, потреблении, финансово-кредитной сфере и т.д. Таким образом, предприниматель, по Ж.Б. Сэю, перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область более высокой производительности и прибыльности.

Идеи Ж.Б. Сэя получили развитие в трудах Альфреда Маршалла, который применил принцип комбинации факторов производства к индивидуальному воспроизводству в рамках отдельно развивающейся фирмы. В данном случае новое комбинирование факторов производства осуществляется при использовании новых технологий, новых форм организации и управления процессом воспроизводства. При этом более совершенные комбинации факторов отбираются в ходе объективного анализа по критериям их конкурентоспособности, их потенциальной жизнестойкости. Что же касается содержания предпринимательской функции, то оно заключено в приспособлении производства к меняющимся условиям рынка, восстановлении разрушенного равновесия, более эффективном использовании имеющихся ресурсов и удовлетворении возникающего спроса. Организация объявляется «4-м фактором производства» (см.: Маршалл А. Принципы экономической науки. – М., 1993. – Т.1. – С.208-213), а предпринимательство служит неким встроеным элементом саморегулирующегося механизма цен.

Часто при исследовании истории развития понятия «предприниматель» и «предпринимательство» в нашей, да и в зарубежной экономической литературе вслед за Ж.Б. Сэем обращаются к Й. Шумпетеру как крупному экономисту, внесшему значительный вклад в раскрытие экономической сущности и содержания этих экономических категорий. Несмотря на все заслуги этого ученого в развитии теории предпринимательства, пальма первенства в определении экономической сущности предпринимательства и предпринимателя принадлежит не ему и даже не Р. Кантильону, а И. Тюнену. Во втором томе «Изолированного общества» (1850) он определил предпринимателя как претендента на остаточный рискованный и непредсказуемый доход (часто, но не всегда осуществляющего инновации) за принятие на себя непредвиденных рисков (см.: Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М., 1994. – С.427).

Взгляды И. Тюнена получили развитие в работе «Риск, неопределенность и прибыль» (1921) Ф. Найта, который считал, что объективная вероятность многих неопределенностей экономической жизни исчислима и неблагоприятные воздействия на результаты предпринимательской деятельности могут быть в значительной степени погашены предупредительными мероприятиями, созданием резервных фондов, в том числе и методом страхования. Потери от такого рода рисков возмещаются за счет включения страховых платежей в себестоимость продукции, покрытия убытков за счет прибыли. Однако существуют неопределенности иного рода, которые невозможно измерить, так как они возникают в беспрецедентных ситуациях, которые не вписываются в рамки закона больших чисел и других известных закономерностей. По Ф. Найту, «единственный риск», ведущий к получению предпринимательского дохода, – это чрезвычайная (уникальная) неопределенность, использованная под ответственность предпринимателя. Эта неопределенность по своей природе не может быть ни застрахована, ни капитализирована, ни учтена в форме зарплаты.

Именно она, уникальная неопределенность будущего, может позволить предпринимателю получить дополнительный доход, несмотря на конкуренцию, рыночное равновесие и предельность продукта. Предпринимательство осуществляется в предвосхищении потребления, и предпринимателю необходимо «угадывать» будущую цену продукта, и в связи с этим он может получить непредвиденные доходы. Его реальная денежная выручка оказывается выше прогнозируемой. Таким образом, предпринимательский доход, по Ф. Найту, количественно определяется как непредвиденная разница между ожидаемой денежной выручкой фирмы и реальной. Такого дохода не может быть в стационарной экономике, где все будущие события в точности предугадываются.

Благодаря теоретическим и методологическим подходам И. Тюнена, Ф. Найта экономическая наука основательно приблизилась к выяснению экономической сущности предпринимателя, предпринимательства и предпринимательского дохода. Но ортодоксальными учеными-экономистами этот подход не до конца воспринят.

Качественно новую страницу в исследовании предпринимательства открыл Й. Шумпетер. Именно его творчеством «осеменяются», по сути, все современные работы. Его концепция, ввиду особой популярности, заслуживает особого внимания. Работы Шумпетера отличаются широтой и целостностью подхода к изучаемым явлениям: с одной стороны, в них сконцентрированы многие достижения предшествующей и современной ему экономической мысли, а также выражена реакция на восторжествовавшие на долгий исторический срок теории, связанные с эволюцией марксизма, кейнсианства и родственных им воззрений, с другой – предвосхищены многие последующие идеи и постановки. Характерно, что Й. Шумпетер пришелся «не ко двору», и долгое время он и его идеи пребывали в состоянии забвения или недостаточного почтения. В отличие от предшественников, Шумпетер предпринял попытку выявить движущие силы экономической динамики. Противопоставляя себя неоклассикам, Шумпетер выдвинул гипотезу, согласно которой источником

экономического развития, представляемого им как циклический процесс структурных изменений, рождающихся внутри экономики, является инновационная деятельность предпринимателя.

Шумпетеровское определение ключевого понятия его концепции «инновация» чрезвычайно емко и включает, помимо технических нововведений, также организационные, управленческие, маркетинговые инновации, новые рынки, новые источники снабжения, финансовые нововведения и новые сочетания ресурсов. При этом он проводил различие между изобретением и инновацией, то есть между оригинальной (пусть даже запатентованной) идеей нового продукта или технологического процесса, составляющей предмет изобретения, и переводом этой идеи в коммерчески реализуемое нововведение. Проектирование, разработка, производство и маркетинг нового продукта не идентичны изобретательской деятельности и, более того, не обязательно осуществляются в рамках одной и той же организации. Такая дифференциация принципиально важна, хотя изобретательство и инноваторство часто взаимодействуют, и процесс внедрения инноваций служит катализатором последующих изобретений. При этом Шумпетер свел все «возмущающие» экономические изменения к инновациям и отождествил инноватора с предпринимателем. Предприниматель – источник всех динамических изменений в экономике, и капиталистическая система для Шумпетера не может быть понята в отрыве от условий, создающих почву для предпринимательства. Следует отметить, что до Шумпетера роль предпринимателя как инноватора в ускорении экономических процессов в значительной степени была раскрыта А. Маршаллом. Однако Й. Шумпетер пошел дальше других своих предшественников в признании того, что один и тот же человек может быть предпринимателем, пока он осуществляет инновации, и утратит этот статус после налаживания своего бизнеса и постановки его на рельсы рутинного процесса. Тем самым он подчеркнул различие между собственно внедрением и диффузией (распространением) инноваций, то есть между первоначальным коммерческим внедрением нового продукта (услуги) и последующим его тиражированием. Предпринимательство, по Шумпетеру, универсальная общеэкономическая функция, присущая любой общественной формации. Предпринимательская деятельность – это не должность и даже не профессия, а, скорее, уникальная и редко обнаруживаемая способность продвижения инновации на рынок посредством рискованного бизнеса. Предприниматель — это функциональная роль, которая не обязательно воплощается в определенном физическом лице и, разумеется, не в четко очерченной группе лиц. Кроме того, по мере экономического развития, предпринимательская функция как бы рассеивается среди специалистов. Предприниматель может быть капиталистом или даже менеджером корпорации, но объединяются ли эти функции в одном или более лицах, зависит от природы рынков капитала и форм индустриальных организаций. При этом Шумпетер особо подчеркивал, что статус собственника не является определяющим и обязательным признаком предпринимателя.

Влияние Шумпетера на теорию предпринимательства было подавляющим, и писавшие впоследствии по этому вопросу авторы обычно заявляли свою собственную позицию, противопоставляя ее его взглядам. Однако тем временем магистральное направление экономической теории продолжало игнорировать труды Шумпетера по предпринимательству так же, как продолжает игнорировать теорию прибыли Найта, по той причине, что ни одна из них не укладывается в рамки статического равновесного анализа (см.: Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М., 1994. – С.430).

Второе дыхание теории предпринимательства придала современная австрийская школа, ведущая свое начало от Людвиг Мизеса и Фридриха Хайека. Взгляды Ф. Хайека на предпринимательство во многом перекликаются с идеями Й. Шумпетера, однако, вместе с тем отличаются большей целостностью, последовательностью и широтой. Прежде всего,

высшей и бесспорной ценностью для Хайека является свобода человека, исключаяющая его подчинение воле других людей, но сообразующаяся с законами гражданского общества. Личная независимость позволяет человеку наиболее продуктивно распорядиться своим экономическим потенциалом. Далее, основополагающую роль в теории Хайека играет концепция неявного знания, подразумевающая, что каждый индивидуум наделен уникальными знаниями, использовать которые, однако, можно лишь при принятии решений им самим или при его активном участии (знания людей, конкретных обстоятельств места и времени и пр.). Наилучшим же координатором всей совокупности процессов использования своих информационных преимуществ, по Хайеку, является рынок. Он обеспечивает через ценовой механизм информирование индивидов о состоянии спроса и имеющихся возможностях его удовлетворения, а также о пока неизвестных, но потенциально многообещающих областях спроса и предложения. Собственно, зона наибольшей неопределенности рыночной информации и становится, по Хайеку, ареной «прорыва в будущее», где разворачивается конкуренция, понимаемая как «обнаруживающая процедура», как поиск изменений в предпочтениях потребителей и новых средств удовлетворения. В данном контексте движущей силой поиска новых возможностей предстает предприниматель, стремящийся достичь наиболее эффективного симбиоза своих уникальных знаний с рыночной ситуацией и тем самым обеспечить первенство в конкуренции и большой доход. Столь расширенное понимание всех элементов этой формулы (возможности, знания, рынок, конкуренция) означает, что суть предпринимательства в интерпретации Хайека в том, что поиск и исследование новых экономических возможностей, – что это характеристика поведения, а не какого-либо рода занятий и что, наконец, всякий индивид, чье поведение отличается поисковым стилем, есть потенциальный предприниматель.

Для полноты характеристики взглядов Ф. Хайека нужно добавить, во-первых, что свобода личности вкупе с действием «невидимой руки» рынка и конкуренции обеспечивает наибольшие интенсивность поисковой активности в обществе, эффективность распределения ресурсов и реализации способностей индивидов. Во-вторых, несмотря на то, что функция предпринимательства в принципе рассеяна среди всех индивидов, все-таки выделяется особый класс лиц, «готовых опробовать новые возможности». Доля их, по наблюдениям Хайека, в различных частях света «примерно одинакова». Вызывающее же «столько сетований отсутствие духа предпринимательства» во многих странах «является не природным свойством их жителей, а следствием ограничений, налагаемых существующими обычаями и институтами» (см.: Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // *Мировая экономика и международные отношения*. – 1989. – №12. – С. 14).

Другой представитель австрийской школы, Людвиг Мизес характеризует предпринимателя не как некую определенную фигуру из той или иной социальной группы, а скорее как некую функцию, которая присутствует практически во всех действиях экономических субъектов и, так или иначе, выполняется всеми ими. «...Делом предпринимателя, – подчеркивал Мизес, – является не просто эксперимент с новыми технологическими методами, а отбор из множества возможных методов именно тех, которые наиболее пригодны для снабжения самым дешевым способом людей тем, в чем они в настоящий момент больше всего нуждаются» (цит. по: Друкер П. *Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы*. – М., 1992. – С.21).

При всем разнообразии теоретических построений в области предпринимательства, их глубины и разносторонности, многие из них, такие, например, как концепции Шумпетера, Хайека, не сразу были восприняты научными кругами и представителями реального бизнеса. Это объясняется тем, что распространение индустриальной модели роста в капиталистических странах и, соответственно, технократического мышления активного населения (примером этого может служить репродуктивное массовое производство,

стандартизация, регламентация и пр.) оказало неоднозначное влияние на развитие предпринимательства. Отделение труда исполнительского от организаторского, создание «гигантских обезличивающих механизмов», формирование «экономически рационального человека» в крупных структурах в значительной степени подавляли индивидуальную предпринимательскую активность или формировали гипертрофированные типы (см.: Грачев М. Предпринимательство в современной экономике // Общество и экономика. – 1993. – №4. – С.30). Предпринимательство как способ создания потребительских благ уступило место хозяйственному администрированию, то есть процессу приспособления к сложившейся экономической ситуации, умению управлять теми подразделениями компании, которые не рассчитаны на дальнейший рост. В крупных корпорациях исследования и разработки сводились к рутинной работе. Как отмечал Карлоф, «фирмы стремились лишь к тому, чтобы стать крупнее и сильнее» (см.: Карлоф Б. Деловая стратегия. Концепция. Содержание. Символы. – М.: Экономика, 1991. – С.134). Подтверждением чего служит тот факт, что в исследованиях 50-х и первой половины 70-х годов произошло явное смещение акцента в сторону неоклассической парадигмы. Объектом исследования стала крупная корпорация как наиболее перспективная форма экономической организации, вопросы эффективности управления приобрели явный оттенок «максимизирующего» начала мотивации экономического поведения. Основное внимание было сосредоточено на краткосрочной политике, максимизации текущих доходов, нововведения выступают как инструмент сокращения затрат. И только во второй половине 70-х годов «предпринимательская экономика» вновь пришла на смену «управленческой экономике», воплощенной, прежде всего, в развитых системах корпоративного управления в крупном бизнесе.

В современной экономике «предпринимательский бум» связан с динамичными сдвигами в основах хозяйственной жизни: с вступлением мировой экономики в очередной этап НТР, открывающим большие возможности для новых деловых начинаний; выдвиганием нововведений в качестве ключевого фактора развития на фоне перехода к новому этапу экономического роста; с благоприятными условиями создания и выращивания новых организаций; высоким образовательным уровнем экономически активного населения, появлением новых профессий; эффективной инфраструктурой поддержки хозяйственного новаторства со стороны главных субъектов роста; глубокой трансформацией культурной среды, системы ценностей в обществе. «Ренессанс» предпринимательства в последние десятилетия обусловил новые, более широкие его трактовки как особого, новаторского, антибюрократического стиля хозяйственного поведения, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации, умение привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников (см.: Грачев М. Предпринимательство в современной экономике // Общество и экономика. – 1993. – №4. – С.31; Дынкин А. Зачем экономике предприниматель? // Мировая экономика и международные отношения. – 1991. – №1. – С.115). В работах Ф. Харибсона, П. Дракера, Р. Хизрича и других деятельность предпринимателя рассматривается также как экономический ресурс и система полномочий, энергичное рисковое поведение, максимизация предоставленных возможностей, принятие решений относительно контролируемых ресурсов, деятельность, связанная с вознаграждением усилий по рисковому объединению ресурсов и т.д.

В России генезис и действие предпринимательства имеют свои особенности, которые отражены в работах многих авторов в области социологии, экономики, психологии, истории. Обсуждаются проблемы, связанные с социальным генезисом, нынешним статусом, функциями, перспективами развития предпринимательства в России (см., например: Шкаратан М. Феномен предпринимательства: интерпретация понятий. – М., 1993; Бабаева Л.В., Бабаева Р.О., Нельсон Л. Перспективы предпринимательства и приватизации в России: политика и общественное мнение // Социологические исследования. – 1993. – №1. – С.7-18;

Фетисов Э.Н., Яковлев И.Г. О социальных аспектах предпринимательства // Социологические исследования. – 1993. – №1. – С.24-30.; Чепуренко А.Ю. Предпринимательский класс в возрождении России (по данным социологических исследований) // Мир России. – 1993. – Т.2. – №1. – С.77-95; Червяков В.В., Чередниченко В.А., Шапиро В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // Социологические исследования. – 1992. – №10. – С.4; Журавлев А.Л., Поздняков В.П. Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. – 1994. – №5. – С.61-68 и др.).

Немало внимания уделяется исследованию социокультурных характеристик предпринимателей, их установок, мотиваций, норм поведения, моделей взаимодействия с властью, деловыми партнерами, подчиненными (см., например: Климова С.Г., Дунаевский Л.В. Новые предприниматели и старая культура // Социологические исследования. – 1993. – №5. – С.64-69; Радаев В.В. Новые российские предприниматели: стратегии хозяйственного развития // Проблемы прогнозирования. – 1994. – №1. – С.57-68; Зарубина Н.Н. Социокультурные основы хозяйственной деятельности // Социологические исследования. – 1994. – №8-9; Лапина И. Предприниматели в политическом пространстве // Мировая экономика и международные отношения. – 1993. – №6. – С.43-58). Анализируются социальные качества предпринимательского слоя, различные стороны его положения, экономические условия и результаты деятельности (см., например: Грищенко Ж.М., Новикова Л.Г., Лапина И.А. Социальный портрет предпринимателя // Социологические исследования. – 1992. – №10. – С.53-61; Бойко Т. Российские предприниматели // ЭКО. – 1993. – №5. – С.93-105; Иванов В.Н. Социальный статус и проблемы российского предпринимательства // Социально-политический журнал. – 1995. – №4. – С.3-16).

Традиционный для отечественной экономической мысли подход к определению предпринимательства отстаивает В.И. Королев: «Как социально-экономическое явление предпринимательство включает в себя широкий спектр общественных отношений. Здесь представлены, в частности, юридические, психологические, исторические моменты. Однако своими корнями предпринимательство уходит в экономические условия жизнедеятельности. По своей экономической природе предпринимательство представляет собой диалектическое единство двух сторон: общеэкономического содержания и специфической социальной формы. Своеобразие общеэкономического содержания предпринимательства состоит в том, что в нем заключены различные стороны хозяйственной деятельности. Предпринимательство предстает как: 1) экономическая категория, 2) метод хозяйствования, 3) тип экономического мышления» (Королев В.И. Феномен предпринимательства // Российский экономический журнал. – 1992. – №4. – С.134).

Несколько с иных позиций определяют предпринимательство В.И. Верховин и С.Б. Логинов: «Предпринимательство – это инновационная модель (модификация) экономического поведения, ориентированная на остаточный доход, не доступный стандартно действующим агентам рыночного процесса» (Верховин В.И., Логинов С.Б. Феномен предпринимательского поведения // Социологические исследования. – 1995. – №8. – С.64).

Т.Н. Заславская определяет предпринимательство «как деятельность, являющуюся базой возникновения и развития соответствующего социального слоя. Конструирующими признаками этого типа деятельности служат: а) целевая установка на получение прибыли; б) свобода и автономность принятия экономических решений; в) самостоятельность, выражающаяся в личном риске и личной ответственности» (Заславская Т.И. Бизнес – слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования. – 1995. – №3. – С.3).

Не менее интересен подход к предпринимательству М. Грачева. Он рассматривает предпринимательство как экономическое творчество, но при этом настаивает на трехмерном его измерении: предпринимательство как конечный продукт экономического творчества



выступает в виде создания и развития конкурентоспособной организации для коммерческого осуществления новых идей; предпринимательство как промежуточный продукт экономического творчества – в виде реализации ролевой функции, предопределяющей нововведения в экономической системе, которая относится не столько к разделению собственно субъектов хозяйственной жизни, но к формам проявления предпринимательской активности в действиях разных людей; предпринимательство как исходный продукт экономического творчества, включающий силы и средства деятельности предпринимателя, – это еще и действия людей, владеющих искусством привлечения необходимых ресурсов, людей, обладающих новаторским и лидерским потенциалом, опирающихся на интуицию и научную основу инновационного хозяйствования (см.: Грачев М. Предприниматель в современной экономике // Общество и экономика. – 1993. – №4. – С.32).

Н.И. Дряхлов, В.А. Давыденко и И.Н. Юрченко поставили вопрос о предпринимательстве в социокультурном эстетико-этическом контексте. Первая предпосылка их подхода заключается в том, что «предпринимательство в современной условиях мировой конкурентоспособности интегрирует и аккумулирует в себе уже не только элементы «экономической активности» (Глушенко Е.В., Капцов А.И., Тихонравов Ю.В. Основы предпринимательства: Учебное пособие. – М.; 1996. – С.9) либо «искусства ведения деловой активности» (Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. Учебник в 2-х кн. Кн. 1. – М., 1994. – С.7), но и элементы эстетико-этических начал: гармонии, прекрасного, экспрессии, выразительности, совершенности форм и функции процесса и результата труда предпринимателей. Второй принципиальный тезис заключается в наличии того важного обстоятельства, что эстетико-этические основы деловой активности предпринимателя воплощаются в его успехе, достигающемся сегодня путем создания конкурентоспособного продукта на рынке – такого продукта, продажа (распределение) которого связана с его конечным эстетическим потреблением: с его престижем, имиджем, торговой маркой, гарантированным качеством и т.п., то есть, в конечном счете, с полной удовлетворенностью потребителя всеми качественными характеристиками, включая эстетические и этические (см.: Дряхлов Н.И., Давыденко В.А., Юрченко И.Н. Эстетико-этические принципы в развитии современного предпринимательства: теоретико-методологические аспекты // Социологические исследования. – 1997. – №11. – С.92, 93).

А.И. Агеев считает, что предпринимательство – экономическое явление, возникающее при наличии двух взаимосвязанных обстоятельств: организационно-хозяйственного новаторства и экономической свободы (см.: Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. – М., 1991. – С.10). Еще на одну грань предпринимательства обращает внимание Л. Абалкин. С его точки зрения, предпринимательство не только особый вид деятельности, но и определенный стиль, тип поведения, образ мысли, неотъемлемой составной частью которого являются инициативность, поиск нетрадиционных решений, масштабность и риск, деловая хватка (см.: Абалкин Л. Предпринимательство: природа и роль в обновлении общества // Экономика и жизнь. – 1991. – №29. – С.9).

Таким образом, подводя некоторые итоги анализа мирового социально-экономического изучения феномена предпринимательства, важно отметить следующее. Предпринимательство, в широком смысле, как способность решиться на что-то новое и реализовать свои мечты, вообще неразрывно связано с творческой природой человека и лежит в основе развития индивида и общества в целом.

Анализ феномена предпринимательства предопределяется, с одной стороны, и многосторонностью этого понятия и относительностью оценки в зависимости от конкретных условий, с другой стороны. Принимаемое в расчет содержание предпринимательства определяются границами исследования и зависит от того, какие параметры включаются в

непосредственный анализ (см.: Грачев М. Предприниматель в современной экономике // Общество и экономика. – 1993. – №4. – С.25). Право на существование имеют разные определения в связи с различным уровнем анализа и обобщения. Многообразие определений предпринимательства имеет положительное значение, так как позволяет выявлять различные формы проявления и функционирования изучаемого явления, отражает степень его изученности, показывает наличие множества подходов к поиску его сути. Кроме того, многообразие определений помогает уяснить внутреннее содержание предмета, изучить все разнообразные и нередко противоречивые формы его бытия. Следует отметить также, что сущность предпринимательства нельзя определять однозначно еще и потому, что в ней самой (как понятии) кроется противоречие: человеческие понятия не неподвижны, они развиваются, отражая проявление сущности в разных условиях.

## **АГРОСФЕРА КАК ОБЪЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

**Е.В. Реутов**

Реформирование агропромышленного комплекса в нашей стране, а также опыт стран с рыночной системой показывают недостаточность факторов саморегулирования, действующих в аграрном предпринимательстве. Действительно, будучи инициативным и самостоятельным, по определению, хозяйствующим субъектом, предприниматель сам выбирает вид экономической деятельности, осуществляет его в наиболее оптимальной, с его точки зрения, форме, сам устанавливает цены, ищет рынки сбыта готовой продукции, материально-технических ресурсов, работ и услуг. Он сам определяет, брать или не брать кредиты на развитие производства, участвовать или не участвовать в федеральных и региональных программах.

Однако в сельском хозяйстве механизм саморегуляции рынка не в состоянии обеспечить функции приведения в равновесие спроса и предложения на сельскохозяйственную продукцию, капитала, материально-технические ресурсы, услуги, рабочую силу и т.д. Связано это со многими факторами, действующими в различных измерениях.

«Действие законов рынка объективно обуславливает устойчивую, длительную неблагоприятную конъюнктуру в сельском хозяйстве, характеризующуюся превышением предложения над спросом. Независимо от фазы экономического цикла, будь то подъем, кризис, депрессия, предложение продукции, как правило, превышает спрос» (Гайсин Р. Влияние факторов спроса на конъюнктуру рынка продовольствия // АПК: экономика, управление. – 1997. – № 12. – С.27). Дело в том, что спрос на продукцию сельского хозяйства имеет определенный пороговый предел, дойдя до которого, он резко замедляет темпы роста, несмотря на растущие доходы населения. И его уже невозможно ощутимо поднять, даже снижая цены. Это обусловлено естественным пределом потребления продуктов питания населением. При относительно высоких доходах потребителей продукции спрос на нее малоэластичен по цене. Так обстоит дело в странах с развитой и стабильной экономикой. В нашей стране собственное аграрное производство не в состоянии удовлетворить потребности населения в продовольствии. Но тем не менее предложение превышает спрос, так как доходы большей части потребителей не позволяют обеспечить их полноценным набором продуктов питания. Малоэластичным в зависимости от цены и от дохода остается спрос на хлеб, картофель и молоко. На мясо, молокопродукты, овощи, фрукты и т.д. спрос мог бы расти в