



ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

СИСТЕМНЫЕ ЗАКОНЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

И.В. Игнатова,

докторант Тюменского государственного университета,
кандидат социологических наук
ignatovai75@yandex.ru

В статье выявлено и обосновано наличие закономерностей осуществления предпринимательской деятельности, на основе этого сформулированы системные законы предпринимательства, отражающие суть данного феномена: закон повторяющейся предпринимательской активности, закон трансформации предпринимательства, закон предпринимательской прибыли. Представлены сущность, содержание и формы проявления данных законов.

Ключевые слова: предпринимательство, закон повторяющейся предпринимательской активности, закон трансформации предпринимательства, закон предпринимательской прибыли.

УДК 330.8; ББК У65

По мнению исследователей, предприниматель историчен, он отражает период времени, в котором функционирует. Различны предпринимательские идеи, методы их реализации соответствуют требованиям времени. Однако, рассматривая предпринимательство как способность индивида к определенным действиям, автор утверждает, что сущность данного явления остается неизменной. Несмотря на то, что в России официально связь поколений предпринимателей прервана, анализ биографий дореволюционных и современных предпринимателей свидетельствует, что сущность данного явления неизменна, и она подчинена определенным закономерностям.

В своем исследовании автор придерживается мнения, что «необходимым условием процесса общественного развития является наличие идей, появляющихся в сознании отдельного индивида, для роста возможностей общества»¹. Рост возможностей общества детерминирован двумя составляющими — человеческие ресурсы и идеи. Люди, способные выдвигать и воплощать новые идеи в жизнь, — необходимое и достаточное условие непрерывного развития общества. Следовательно, государству следует поддерживать творческую инициативу граждан, нестандартный подход к решению проблем, чтобы развивать способности и желание людей выдвигать новые идеи. Воспроизводство идей должно иметь расширенный характер с целью обеспечения непрерывного роста общества. Эти условия являются «справедливыми для любого типа общества, любой страны, любой организации...»².

Каждая последующая идея базируется на уже существующих, реализованных или утилизированных идеях, повышая их эффективность, что способствует расширению возможностей использования ресурсов общества. Каждый следующий виток такой спирали позволяет расширить рамки возможностей общества.

Рассматривая предпринимательство как инициативную, творческую деятельность, а идею как первоначальный этап предпринимательства, можно утверждать, что рассмотренная выше закономерность лежит в основе предпринимательства (рис.1).

Прежде чем принять идею к реализации, необходимо оценить ее целесообразность с точки зрения степени удовлетворения потребностей общества. Если эта оценка практически

не может быть осуществлена, то темп материализации идей замедлится, а через это замедление уменьшится и темп роста возможностей общества как целого, а, следовательно, и степени удовлетворения потребностей его членов.

Рассмотренная схема предпринимательства, постоянно повторяясь, реализуется по траектории спирали, расширяя возможности общества и отдельных индивидов.

На основе вышесказанного автором сформулирован первый системный закон предпринимательства: **закон повторяющейся предпринимательской активности**, сущность которого заключается в непрерывном воспроизводстве предпринимательских идей, расширяющих возможности общества.

Необходимые условия реализации закона — творческие люди и время на реализацию (утилизацию, коммерциализацию) идеи. Выделим факторы, влияющие на реализацию данного закона: объективные (социально-экономические, политические, технологические, социокультурные, институциональные) и субъективные (психологические).

Формой проявления данного закона является сформулированная в сознании индивида предпринимательская идея. Она может быть отклонена или реализована, но для общества имеет значение постоянное формулирование предпринимательских идей, направленных на удовлетворение потребностей общества посредством создания нового продукта, технологии, системы управления, источника мощности и т.д.

Следствием первого системного закона предпринимательства является **закон трансформации предпринимательства**. Сущность данного закона заключается в том, что по мере развития предпринимательская деятельность трансформируется.

Обоснование данного закона возможно на основе понятия «бифуркация», в результате чего предпринимательство проходит некую точку, в которой оно разделяется на бизнес и дальнейшее предпринимательство. Факторы, определяющие точку бифуркации, — качество идеи, опыт предпринимателя и ресурсы. Они по-разному влияют на момент появления данной точки во времени. По мнению автора, качественная предпринимательская идея характеризуется двумя признаками — это реалистичность предпринимательской идеи и востребованность продукта ее реализации.

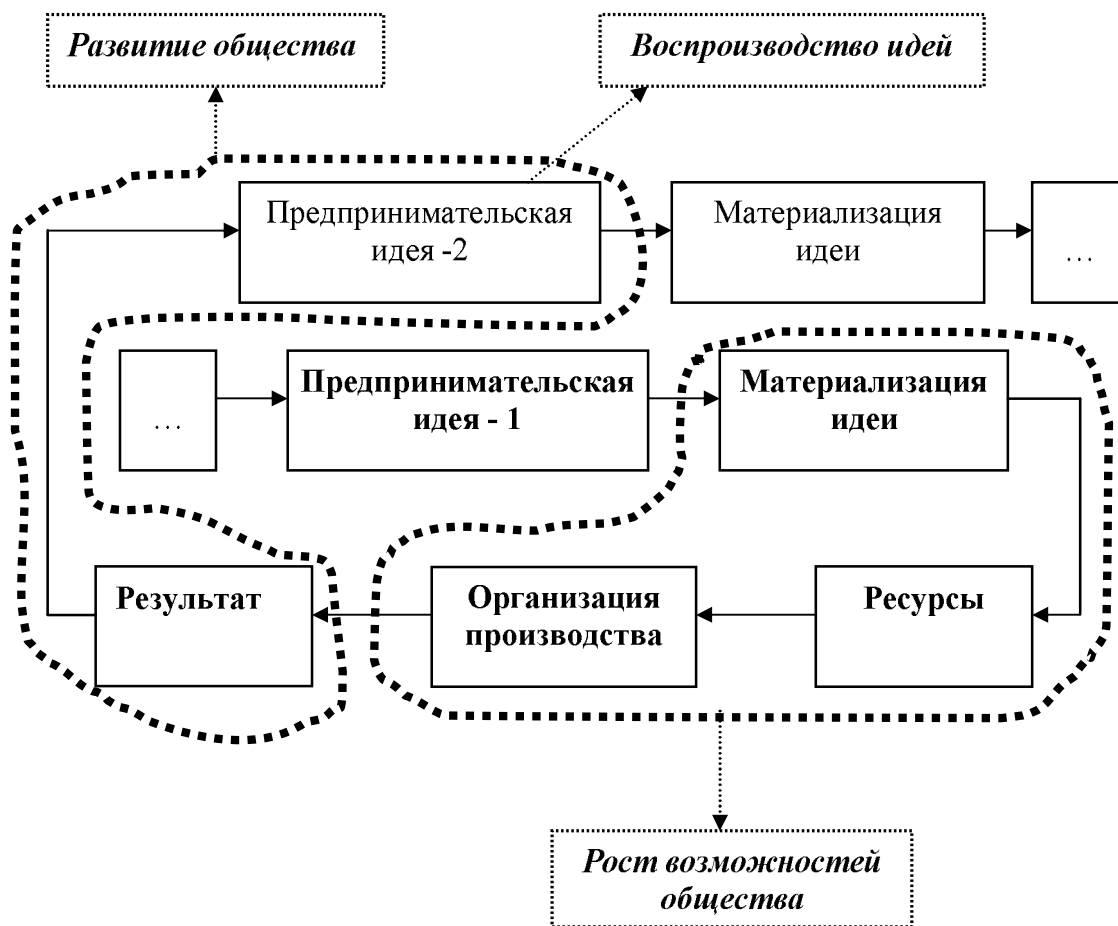


Рис. 1. Схема предпринимательской деятельности.

Таким образом, предпринимательская деятельность со временем трансформируется в другой вид деятельности (функциональный, организационный, контролирующий и т.д.). Бифуркация неизбежно повторяется в процессе предпринимательской деятельности человека.

Третий закон предпринимательства связан с материализованным результатом процесса предпринимательства. Он выражается двумя составляющими: готовыми изделиями (услугами) и финансовым результатом (прибыль или убытки). Автор предлагает рассматривать результат предпринимательской деятельности с двух позиций. Результат, в узком смысле слова, есть показатель деятельности предпринимателя (прибыль, убытки). В широком смысле слова — эффект от предпринимательской деятельности для общества, когда удовлетворение общественной потребности может спровоцировать разработку новой предпринимательской идеи, которая затем будет реализована. Таким образом, обеспечивается развитие общества через удовлетворение общественных потребностей, создание новых деловых проектов, самореализацию и развитие человеческого потенциала.

Доход — это результат производственно-хозяйственной деятельности экономического субъекта, получаемый как разница между стоимостью реализованной продукции, товаров и услуг и произведенными издержками³. В условиях рыночной экономики все экономические ресурсы свободно покупаются и продаются и приносят своим владельцам особый доход: земля — ренту, капитал — процент и дивиденды, управленческие способности — заработную плату, предпринимательская способность — прибыль, заработную плату.

Рассмотрим субъективные подходы к определению понятия предпринимательской прибыли и вопросам ее формирования. Ж.-Б. Сэй⁴ считал, что предпринимательская прибыль — плата за управление, не отличающаяся принципиально от заработной платы рабочих. Она зависит от соотношения спроса и предложения на рынке труда предпринимателей, а высокая ценность

данного товара объяснима его недостаточным предложением. Й.А. Шумпетер⁵ определял прибыль предпринимателя как часть средств, остающуюся свободной после покрытия всех издержек; свободной, прежде всего, с точки зрения предпринимателя. Л. фон Мизес считал, что прибыль возникает в результате того, что предприниматели, более точно прогнозируя будущие цены на товары по сравнению с другими людьми, покупают некоторые или все факторы производства по ценам, которые, с точки зрения будущего состояния рынка, являются слишком низкими. Ф. Найт⁶ рассматривал предпринимательскую прибыль как компенсацию предпринимателя за несение им «бремени риска» за успех или неуспех своего дела, К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю⁷ — как доход особого производственного фактора — предпринимательских способностей, предпринимательского таланта. Обобщая данные подходы, отметим, что в основе предпринимательской прибыли лежит плата предпринимателю за его талант, риск, дух и т.д.

Продолжая логику теорий Й.А. Шумпетера и Ж.-Б. Сэя, отметим возрастающее социальное значение предпринимательства. В этой связи автор рассматривает прибыль как заработную плату предпринимателя за выявление общественной потребности и ее удовлетворение. Предпринимательский талант заключается в обнаружении потребности в обществе, в формулировании и детальной разработке идеи по удовлетворению этой потребности и дальнейшей ее реализации. Принципиальная позиция автора заключается в том, что предприниматель не может создать общественную потребность, а, следовательно, и спрос на свой товар. Он может только вскрыть сформировавшуюся общественную потребность, которая формирует мотив, побуждающий потребителя приобретать товар (услугу и т.д.). Если потребность не сформирована, то частично можно, используя маркетинговые инструменты, обеспечить ограниченный спрос на предпринимательский продукт. Однако данные методы действительны в краткосрочной перспективе, поэтому не учитываются предпринимателем при принятии решения о реализации своей идеи, так как не обеспечивают достаточный уровень прибыли.

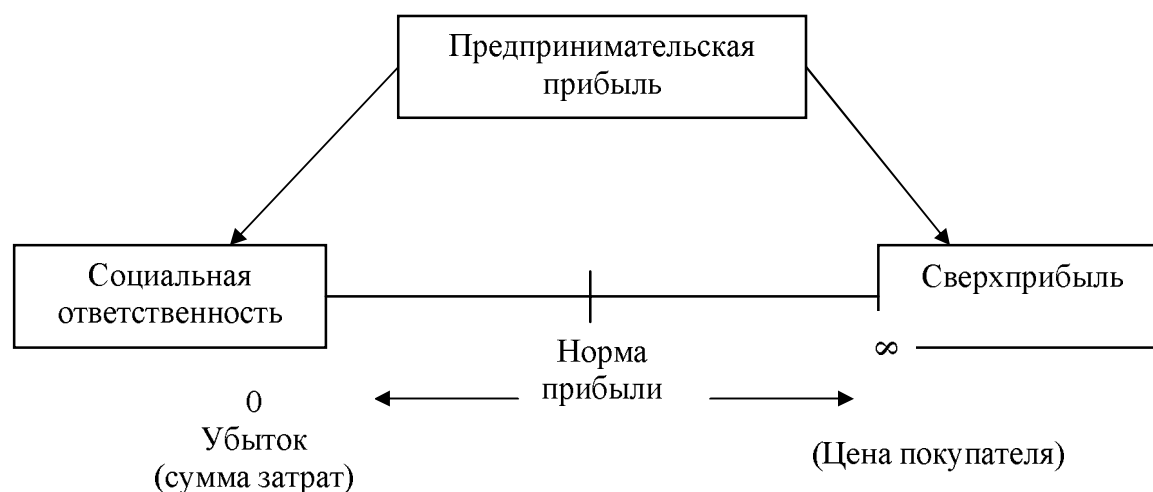


Рис. 2. Предпринимательская прибыль.

Размер предпринимательской прибыли колеблется между сверхприбылью (корыстью) и уровнем социальной ответственности предпринимателя (рис. 2) и зависит от ряда факторов: морально-нравственных качеств предпринимателя, характера выпускаемого продукта, уровня удовлетворения потребностей в данном продукте, уровня конкуренции и т.д.

В данном случае норма прибыли представляет собой границу между желанием получить сверхприбыль и социальной ответственностью предпринимателя. Он вкладывает свое время и финансовые средства в реализацию идеи. До разработки качественной идеи начинающий предприниматель разорится 4–5 раз (по оценкам экспертов)⁸, реализуя другие идеи.

На основе данных рассуждений автор полагает, что существует прямая зависимость между прибылью и уровнем удовлетворения общественных потребностей на конкретном рынке товаров. Наличие этой зависимости позволяет сформулировать третий закон предпринимательства: **прибыль — показатель степени удовлетворения общественных потребностей**. В соответствии с этим, чем выше прибыль, тем ниже степень удовлетворения потребностей в данном виде изделий на конкретном рынке, и наоборот. Содержание закона сводится к тому, что цена продукта больше себестоимости, так как потребности в данном виде изделий превышают предложения, поэтому величина предпринимательской прибыли будет больше нуля. Если есть прибыль, значит, потребность в том или ином товаре (услуге) удовлетворяется не полностью.

Формой проявления закона является наличие прибыли как показателя неудовлетворенных потребностей. Убыток существует в том случае, если потребность полностью удовлетворена. Уровень удовлетворения общественных потребностей обуславливает размер предпринимательской прибыли. Следовательно, условие реализации закона — наличие неудовлетворенных общественных потребностей.

Следует отметить, что показатели успешности предпринимательской деятельности различны на разных этапах ее осуществления. С точки зрения успешности бизнеса можно выделить три этапа. Первый этап — «безубыточность», характеризуется достижением точки безубыточности для предприятия, когда прибыль

равна нулю и собственник предприятия для себя лично ничего не заработал. Второй этап — «прожиточный минимум», предусматривает наличие дохода в размере прожиточного минимума, когда предприниматель получает заработную плату как наемный работник. Третий этап — «обеспечение реальной прибыли» за счет развития бизнеса с помощью инвестиций.

По мнению автора, при прочих равных условиях существует прямая зависимость между качеством предпринимательской идеи, которая включает срок окупаемости проекта, стоимость ресурсов и финансовый результат, и ее эффективностью, рассматриваемой нами как удовлетворенная общественная потребность и прибыль: чем выше качество идеи, тем выше эффективность отдачи от ее реализации (прибыль).

На наш взгляд, утверждение некоторых классиков и современных исследователей, что целью предпринимательской деятельности является получение сверхприбыли, которая ассоциируется с предпринимательским доходом, является весьма спорным. По данным нашего экспертного опроса, предприниматели будут работать за «прибыль вообще», а не сверхприбыль, хотя главный принцип предпринимательства — «прибыль, прежде всего». Дружеские отношения в бизнесе потенциально убыточны, потому что успех в предпринимательской деятельности неравномерен. Данный принцип противоречит чувству долга, патриотизму, вступает в спор с общечеловеческой моралью, социальными и религиозными нормами. Таким образом, основной принцип предпринимательства противоречит всему, что не приносит прибыль, и именно она определяет сознание, поступки, мысли, положение предпринимателя. В развитых странах стремление предпринимателей к прибыли любой ценой сдерживают жесткое законодательство и надзор, которые в России не работают. Тем не менее, по оценкам экспертов, в нашей стране в предпринимательстве легче найти свою нишу, чем за границей, так как отечественный капитализм только зарождается, и существует масса незаполненных конкурентами рыночных ниш, а также пробелы в законодательстве.

Таким образом, автором сформулированы три системных закона предпринимательства, которые способствуют приращению научного знания в исследовании данного феномена.

¹ Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления / Под ред. В.В. Попкова. — М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2007. — С. 47–48.

² Там же.

³ Википедия, свободная энциклопедия [Электронный ресурс] // URL: <http://ru.wikipedia.org>.

⁴ Сэй, Ж.-Б. Трактат политической экономии. — С. 58.

⁵ Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. — М.: Эксмо, 2008. — С. 227.

⁶ Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. М.: Дело, 2003. — С. 258.

⁷ Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2 т. / Пер. с англ. 11 изд. Т. I. — М.: Республика, 1992. С. 37–38.

⁸ Родригес Дж. Три показателя успешности бизнеса: [сайт]. URL: <http://www.bishelp.ru>.