

док. В начале 2000-х годов они несколько возросли, но остаются значительно ниже показателей дореформенного периода, и, кроме того, не всегда имеет место устойчивый рост.

Уменьшение объёмов жилищного строительства и возведения объектов социальной инфраструктуры привело к ухудшению условий жизни на селе, которые и в дореформенный период не отвечали нормативным требованиям и были традиционно хуже, чем условия проживания в городе, особенно по качеству предоставления населению услуг социально-культурного и бытового назначения. Многие сельские населённые пункты или прекратили своё существование, или находятся на грани исчезновения.

Всё это определяет в качестве одной из главных задач инновационного развития АПК коренное улучшение условий жизни на селе, включая обеспечение сельского населения жильём, развитие системы социально-культурного и бытового обслуживания населения. Усиление инновационного характера сельскохозяйственного производства приведёт к повышению его эффективности и за счёт этого увеличит финансовые возможности участия сельхозтоваро-производителей в решении социальных проблем села [4].

Наряду с количественной стороной удовлетворения потребностей сельского населения в жилье и объектах социальной инфраструктуры необходимо обеспечить качественное их улучшение – повышение уровня благоустройства жилого фонда, применение новых технологий в работе образовательных учреждений, организаций культуры, бытового обслуживания, дорожно-транспортного обеспечения и других субъектов социальной сферы села. Важно полностью использовать в интересах газификации села осуществляемую в Сибири добычу газа, в том числе за счёт государственной поддержки подключения сельских усадеб к газопроводным сетям.

Иновационное развитие АПК наряду с производством должно охватывать социально-бытовое устройство сельской жизни.

Библиографический список

1. Боровков А.В., Боровков А.А. Сбалансированность экономика и управление ею. – Новосибирск: НИНОК, 1999. – 158 с.
2. Першукевич П.М. Организация труда и производства на сельскохозяйственных предприятия в условиях многоукладности: теория, методика, проектирование, практика. – Новосибирск: СибНИИЭСХ СО РАСХН, 2005. – 704 с.
3. Курцев И.В. Инновационное развитие агропромышленного комплекса Сибири. – Новосибирск: СО РАСХН, 2010. – 280 с.
4. Курцев И.В. Устойчивое развитие агропромышленного комплекса Сибири. – Новосибирск: СО РАСХН, 2005. – 264 с.



УДК 338.22:346.26

О.А. Гражданкина,
В.А. Гражданкин,
Л.И. Киркеева

ТРАНСФОРМАЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ КОМПОНЕНТЫ ПОНЯТИЯ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ»

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательство, личностный компонент, социологический опрос, социологический портрет.

Введение

История вопроса уходит корнями в XVIII век. Первоначально исследование феномена предпринимательства и предпринимателя занимались Ричард Кантильон, Жан-Батист Сэй, М. Вебер, Йозеф Шумпетер и многие другие. В последующие периоды зарубежные экономисты продолжали свои исследования, в которых прослеживается преемственность позициям класси-

ков, среди них К. Макконнелл и С. Брю, А. Хоскинг, А. Ховард, Р. Хизрич и М. Питерс, В. Хойер, Д. Симмонс и У. Мэрс, Р. Рюттингер, А. Пигу и другие. Поэтому в научной литературе зарубежных стран исследуемое направление занимает значительное место. Несколько позже, только с середины 1980-х годов к изучению данной темы приступили российские исследователи. В нашей стране предпринимательство пока не получило того развития, которое позволило бы ему сыграть решающую роль в реформировании российской экономики и выведению ее на качественно новый уровень. Возможности предпринимательства в

России пока не исчерпаны, они даже не задействованы в полном объеме.

Целью исследования является комплексное изучение теоретической компоненты взаимоопределяющих понятий – предпринимательство и предприниматель. Для достижения поставленной цели в работе решены следующие задачи: изучена история вопроса; проведен анализ зарубежной и российской практики в исследуемом направлении; подготовлено и реализовано авторское исследование; сделаны выводы и представлены результаты. Объектом исследования выступали труды ученых, эмпирическим объектом – студенты вузов Алтайского края.

Методика исследования заключается в применении системного подхода к изучению социально-экономических явлений и процессов в заданном направлении, а также статистических методов обработки данных – выборочного наблюдения, метода одноцелевой систематической (механической) выборки, группировки и др.

Основная часть

Западные экономисты определяют предпринимательство как процесс поиска новых возможностей, внедрение новых способов производства, открытость к новым перспективам, преодоление старых ограничений. 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, экономических знаний, решительности, готовности рисковать, но и способности к творчеству, неординарному мышлению.

Личностный компонент предпринимательства, который включает в себя проявления всех сторон индивидуума в процессе предпринимательской деятельности, влияющей на ее эффективность, будучи предметом изучения многих ученых [1], рассматривается с двух точек зрения: экономической и социально-психологической.

С позиции экономической теории предприниматель – это тот, кто благодаря своим финансовым, организационным и другим возможностям соединяет воедино средства труда, труд, материалы для создания продукта, обладающего потребительскими свойствами. Его деятельность способствует развитию всего национального хозяйства, созданию новых рабочих мест. Однако содержание личностного компонента пред-

принимательства трактуется представителями разных экономических школ неодинаково. Так, согласно неоклассической теории, главная характеристика современного экономического человека заключается в максимизации целевой функции. Поэтому здесь основными атрибутами личностного компонента выступают: стремление к прибыли, ориентация на поиск дополнительной информации, приоритет собственных интересов (а не общественных). Представители институционального направления, напротив, говорят, что личностный компонент предпринимателя обусловлен культурой и институциональной средой. Приверженцы австрийской школы управления рассматривают личность предпринимателя сквозь призму «бдительности к ранее незамеченным изменениям в обстоятельствах, а его самого – как главную движущую силу рыночного процесса, приводящего экономику в состояние равновесия».

С социально-психологических позиций предпринимательская деятельность представляет собой средство самореализации потребностей личности, ее мотивов, стремления к независимости, творчеству, благополучию. В основе личностного компонента предпринимательства лежит такое понятие, как направленность личности. Представители различных теоретических подходов раскрывают эту характеристику по-разному: «самоактуализация» (А. Маслоу), «динамическая тенденция» (С. Рубинштейн), «смыслообразующий мотив» (А. Леонтьев), «доминирующее отношение» (В. Мясищев), «основная жизненная направленность» (Б. Ананьев). Обратим внимание на хронологию трансформации исследуемых понятий.

Впервые понятие «предпринимательство» ввел английский экономист и банкир Ричард Кантильон в XVIII веке. Под предпринимательством он понимал экономическую деятельность, в процессе которой приводятся в соответствие товарное предложение и спрос в условиях постоянного риска. 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 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. В начале XX века немец-

кий 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, её гуманистическую составляющую [2].

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 века американский экономист Йозеф Шумпетер утверждал, что предпринимательство – это новаторская деятельность, направленная на создание новых товаров, вводит понятие «осуществление новых комбинаций». По его мнению, если в процессе хозяйствования нет «новых комбинаций», то и нет места для предпринимательства [3]. 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, чем выше развита 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 пересечении 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 [4].

Отечественные специалисты, в частности академик Л.И. Абалкин, так определяют признаки предпринимателя: 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 [5]. Однако нельзя не заметить, что при определении сущности предпринимательства авторы упускают его инновационный характер.

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, авторами была принята попытка определить характерные особенности предпринимателя, которые наиболее привлекательны для молодого поколения. Следует отметить, что впервые проведен опрос студентов экономических специальностей алтайских вузов, которые рассматривались в качестве потенциальных предпринимателей. В большей степени социологические опросы ориентированы уже на работающих предпринимателей, встречаются работы, в которых отражается жизненный цикл малых предприятий, но пока не

исследован вопрос о потенциале предпринимательства. 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, то есть допустимая ошибка и доверительная вероятность, и вычислен необходимый объем выборки. Для расчета применялась следующая формула [6]:

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

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.

Произведенные нами расчеты показали, что размер выборки может колебаться в пределах 73-134 человек в зависимости от однородности исследуемой совокупности. Полученные результаты были подвергнуты проверке с помощью второй формулы, в которой допускается бесконечная генеральная совокупность при полной максимальной неоднородности по доле признака ($\gamma = 0,5$ и $1 - \gamma = 0,5$), тогда произведение $\gamma(1 - \gamma)$ максимально, следовательно, n тоже максимально. Если допустить, что исследованию подлежит максимально неоднородная совокупность, а в качестве факторного признака использовать показатель Δ , отметим, что повышенная надежность допускает ошибку выборки до 3%, обыкновенная – до 3-10, приближенная – 10-20, ориентировочная – на уровне 20-40, а прикидочная – более 40%. В нашем случае наиболее приемлемой является обыкновенная надежность, при которой доверительный интервал распределений находится на уровне 0,03-0,1. Для формирования выборочной совокупности использовался метод одноцелевой систематической (механической) 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 планируют заниматься предпринимательской деятельностью 23%, причем наибольшую активность проявляют женщины (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.

Предпринимательская деятельность считается студентами привлекательной, поскольку позволяет проявить самостоятельность, получать высокий доход, заслуживает уважение окружающих, несет высокую социальную направленность. В дальнейшем около 70% опрошенных нами 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».

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, 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.

По результатам проведенного опроса мы пришли к выводу, что в представлении молодого поколения предприниматель – это личность целеустремленная, готовая к риску, умеющая генерировать новые идеи, наделенная властными полномочиями, не лишенная хитрости. Предпринимателя отлича-

ет уверенность в себе и своих способностях, ум и образование, коммуникабельность, решительность, интуиция, самостоятельность. Не последнее место в характеристике занимают финансовый достаток и богатство, которые служат гарантом вышеперечисленных составляющих. Более того, по мнению респондентов, без него невозможно реализовать предыдущие качества, т.е. сохраняет свою актуальность приведенное нами выше высказывание Шумпетера о том, что доход служит показателем успешности организационно-новаторской деятельности предпринимателя, а значит, его деловых качеств и престижа в обществе.

Опрошенные нами респонденты отразили многие личностные качества предпринимателя, систематизируем их:

- 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 модернизация и повышение качества;

- волевые и властные, здесь следует отметить, по мнению социологов [7], не более 8% населения могут профессионально заниматься предпринимательской деятельностью, и в большей мере на величину данного показателя влияет отсутствие именно данного качества, а 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 векторе, умение использовать в собственных интересах возможные конъюнктурные изменения. Одновременно предпринимателю-руководителю необходимо видеть в работниках не близкую рабочую силу, а товарищество объединенных общей идеей людей, которым нужно создавать условия для реализации их личного потенциала;

- финансовые, которые также являются существенными, исходят из самой сущности предпринимательской деятельности. В нашей стране до последнего времени они гла-

венствовали, 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.

Проведенное исследование показало, что, начиная с момента зарождения и по настоящее время, 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. Мы считаем, что социально-экономическая обстановка в стране откладывает существенный отпечаток на нравственные устои общества, которые, 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. Козлова А. Социально-экономические условия формирования личностного компонента предпринимательства // Человек и труд. – 2007. – № 11. – С. 84.
2. Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994. – С. 63.
3. Шумпетер И. Теория экономического развития / пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
4. Макконнел К., Брю С. Экономикс. Принципы, проблемы и политика / пер. с англ. – М.: Республика, 1993. – Т. 1. – 400 с.
5. Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. – М.: Прогресс-Академия, 1994. – 96 с.
6. Паниотто В.И. Качество социологической информации (методы оценки и процедуры обеспечения). – Киев: Наукова думка, 1986. – 208 с.
7. Попов Ю. Российское предпринимательство: социальный портрет // Человек и труд. – 1995. – № 2. – С. 92-96.

