

А.И. АГЕЕВ

Предпринимательство



4-е издание, расширенное и дополненное

Москва
Институт экономических стратегий
РУБИН
2016

УДК 334
ББК 65.9(3)
А239

Ответственный редактор 1-го издания:
доктор экономических наук Н.А. Климов

Рецензенты 1-го издания (1991 г.):
доктор экономических наук Я.Х. Певзнер,
кандидат экономических наук *Л.В. Никифоров*

Рецензенты 4-го издания (2016 г.):
доктор экономических наук, доктор технических наук,
профессор *В.В. Овчинников*,
доктор технических наук, профессор *А.Н. Райков*

РПП ИНЭС Р1616

ISBN 978-5-93618-243-3

© Агеев А.И., 2016
© Институт экономических
стратегий, 2016
© РУБИН, 2016
© Издательство «Наука», 1991

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	6
ГЛАВА 1. МЕТАМОРФОЗЫ ПОНИМАНИЯ	12
1.1. Сущность предпринимательства	12
1.2. Предприниматель	30
ГЛАВА 2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ	39
2.1. Инновационный тип роста: усиление «склонности» к предпринимательству	39
2.2. Предпринимательство и экономические успехи.....	61
ГЛАВА 3. ЭВОЛЮЦИЯ СТРУКТУР СОБСТВЕННОСТИ	71
3.1. Предпринимательство в контексте собственности ...	72
3.2. Приватизация	89
3.3. Внутрифирменное делегирование прав собственности	113
3.4. Развитие собственнических коалиций	124

ГЛАВА 4. ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ	148
4.1. Логика эволюции, типы и механизмы влияния экономической культуры	149
4.2. Управление корпоративной этикой	169
4.3. Государство и развитие предпринимательской культуры	191
4.4. Облагораживание предпринимательской культуры	206
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	214
Литература	220
ПРИЛОЖЕНИЕ. ИЗ БЕСЕД А.И. АГЕЕВА С УЧЕНЫМИ, РУКОВОДИТЕЛЯМИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ДЕЯТЕЛЯМИ ИСКУССТВА И СПОРТА, ОПУБЛИКОВАННЫХ В ЖУРНАЛЕ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ»	
<i>Леонид Абалкин. Другая игра</i>	226
<i>Петр Авен. Жесткие правила как прелюдия корпоративной культуры</i>	239
<i>Абел Аганбегян. Социально-экономическое будущее России — быть среди самых развитых стран</i>	249
<i>Жорес Алферов. «Наше» важнее, чем «мое»</i>	268
<i>Константин Анохин. Последний великий рубеж наук о жизни</i>	279
<i>Таймураз Боллоев. Не нужно разгадывать ребусы рынка, или Как увеличить производство в 36 раз</i>	297
<i>Элина Быстрицкая. Все время придумывать новое</i>	312
<i>Владимир Вербицкий. Баланс интересов — в основе прогресса</i>	322
<i>Олег Вьюгин. Поиск в темноте</i>	330
<i>Сергей Гапликов. Трудности следует любить</i>	340

<i>Виктор Геращенко. Заливное из аквариумных рыбок</i>	354
<i>Александр Гомельский. Парадоксы побед</i>	367
<i>Марк Захаров. Человечество столкнулось с переизбытком информации.</i>	374
<i>Анатолий Карачинский. Западные компании в России — несчастный случай</i>	382
<i>Анатолий Карпов. Люди, потерявшие смысл жизни, неконтролируемы</i>	396
<i>Мануэль Кастельс. Масштаб игры.</i>	411
<i>Мервин Кинг. Мы должны повернуть за угол и выйти на проспект стабильного капитализма</i>	427
<i>Валерий Макаров. Открытия как прыжок в неизведанное.</i>	442
<i>Александр Мамут. Мы все находимся в одном риске — риске отношения к происходящему</i>	453
<i>Ильсур Метшин. Главное, чтобы жизнь не превратилась в анекдот</i>	471
<i>Алексей Мордашов. Хлеба без корки не бывает</i>	477
<i>Алексей Праздничных. Пятиэтажная экономика</i>	490
<i>Александр Прохоров. Во всем нужна затравка</i>	502
<i>Сергей Саркисов. Королева бизнеса: инициатива не наказуема</i>	510
<i>Игорь Симонов. Российский «Ксерокс»: мечта Игоря Симонова</i>	524

ВВЕДЕНИЕ

Известная японская притча гласит: «Каждый выигрывает, теряя один ре». Сюжет притчи таков. Однажды прохожий нашел на дороге кошелек, в котором оказалось три монеты — каждая достоинством в один ре. Радость, однако, была недолгой — вернулся владелец кошелька. По понятным причинам завязался спор. В конце концов владелец принялся упрашивать нашедшего взять кошелек. Прохожий, наоборот, настаивал на том, чтобы владелец кошелька оставил его себе по праву хозяина. Чтобы разрешить конфликт, они обратились к судье. Тот, выслушав, забрал предмет раздора и... ушел. Спорившие остались в недоумении. Судья же вскоре вернулся и вручил каждому по две монеты, сказав: «Каждый из нас мог единолично завладеть тремя ре, но отказался от этого. В итоге все мы получили урок благородства, самоотречения, стремления найти истину и встать на иную точку зрения. Все мы потеряли один ре, но при этом каждый из нас выиграл».

Аналогичное положение с предпринимательством: оно словно было потеряно для роли ключевой силы экономического развития едва ли не повсеместно — на Востоке и на Западе, на Севере и на Юге. В свое время в СССР самостоятельную хо-

зяйственную инициативу стремились либо искоренить, либо подчинить государственно-монополистическим интересам. На Западе, особенно с 30-х гг. XX в., свободное предпринимательство все больше ограничивалось нарастающим государственным вмешательством и деловой практикой большого бизнеса. В третьем мире предприимчивость подавлялась бюрократическими и колониальными структурами. «Дух предпринимательства» едва ли не повсеместно в мире был скован иерархиями.

Кризисы 70–80-х гг. прошлого века поставили весь мир перед необходимостью перемен в моделях экономического роста, в социальных и политических институтах, в самом образе жизни. Общим моментом в поисках выхода из трудностей разных стран стало признание предпринимательства незаменимой силой хозяйственной динамики, конкурентоспособности и общественного процветания. Уровень технологического развития, качество отраслевой структуры, степень открытости общества и его экономики, институциональная система, культурные традиции, идеология и политическая ситуация — все это, разумеется, предопределяет конкретные допуски масштаба и сфер приложения предпринимательской энергии.

В 2000-е гг. глобализация и информационная революция серьезно изменили характер и мировой экономики, и национальных экономик, поставив предпринимательство перед новыми возможностями и рисками. Но вопрос о сути и пределах экономической свободы и ответственности предпринимательства, его мировоззренческих и поведенческих ценностях по-прежнему остается исключительно важным.

Этими обстоятельствами и был продиктован избранный в данной работе ракурс анализа предпринимательства — проблемы собственности и культуры. Помимо академического интереса анализ названных проблем имеет сугубо практический смысл. Ведь происходившие в России в 90-е гг. преобразования, равно как и дальнейшее развитие России в XXI в., натал-

квивались и продолжают наталкиваться на мощные барьеры, коренящиеся именно в интересах сложившихся собственнических коалиций и экономической культуре. В этом смысле за последние четверть века в стране мало что изменилось. Замеры отношения российского общества к предпринимателям показывают, что почти 9 из 10 человек относятся к ним негативно. Сказать, что это атавизм социалистических времен, было бы сильной натяжкой. Опыт «возрождения предпринимательства» во второй половине 1980-х гг. и далее оказался крайне неоднозначным. В любом случае он предостерегает от наивности оценок и поверхностных толкований, требует осмысления фундаментальных вопросов.

Установка на изучение базовых условий предпринимательства предопределила и структуру работы.

В первых двух главах анализируется существо предпринимательства, уточняется облик предпринимателя с социально-психологической и функциональной точек зрения, выявляется принципиальное место предпринимательской деятельности в ряду факторов экономического успеха, в частности применительно к условиям инновационного типа роста.

Что произошло и происходит со структурами собственности в ходе приватизации и дальнейшего реформирования отношений собственности, какова логика выстраивания эффективных правомочий собственности, как решались эти проблемы в западных странах — круг вопросов третьей главы.

Содержание, типы и механизмы формирования предпринимательской культуры — предмет заключительной главы. Среди ключевых ее проблем — историческая судьба «предпринимательского духа». Отдельно рассматриваются средства формирования предпринимательских ценностных ориентаций и поведения в рамках крупных корпораций и в общенациональном масштабе. Особое внимание уделено проблеме облагораживания мотиваций предпринимателей, что особенно актуально

в условиях кризиса современной экономической модели и поиска новых моделей экономики XXI в.

В заключительной части работы подводятся итоги исследования с точки зрения задач реформирования и развития отечественной экономической системы.

В данном издании представлена также часть архива бесед автора с учеными и руководителями предприятий, где были затронуты вопросы, рассмотренные в монографии.

Каждый из этих вопросов, строго говоря, достоин специального анализа, требующего весьма трудоемких и, конечно же, коллективных усилий. Поэтому среди всех возможных упреков к работе по крайней мере один был бы несправедливым — упрек в претензии на завершенность и полноту анализа. Поисково-постановочный стиль анализа с характерными для него акцентировкой контекстуально главного, неизбежной местами эскизностью и свернутостью аргументации, экономией на сравнительно общеизвестных положениях и дозированной иллюстрацией кажется оправданной платой за попытку рассмотреть основы экономических успехов в нынешнем мире.

Эта работа стала возможной благодаря самому разнообразному участию моих родных, близких, коллег. Советы и замечания, научные работы Н.А. Климова, Л.И. Абалкина, Н.В. Абросимова, В.С. Автономова, А.Г. Аганбегяна, В.А. Андриевской, С.А. Батчикова, А.А. Блохина, В.Н. Богачева, О.Т. Богомолова, А.В. Бусыгина, С.Ю. Глазьева, М.В. Грачева, Т.А. Елизаровой, В.Н. Жукова, Т.А. Ивановой, С.П. Капицы, Ю.Б. Кочеврина, Д.В. Кузина, Б.Н. Кузыка, Б.В. Куроедова, Н.И. Лапина, Е.Л. Логинова, Д.С. Львова, В.И. Маевского, В.Л. Макарова, Н.А. Махутова, В.В. Овчинникова, Я.А. Певзнера, В.М. Полтеровича, А.Н. Райкова, П.А. Сапронова, Н.В. Смородинской, А.А. Соболевской, А.Р. Стерлина, К.Т. Фролова, В.В. Харитонова, И.С. Целищева, Д.С. Чернавского, Ю.В. Яковца способствовали раз-

витию многих идей книги. Разумеется, ответственность за недостатки их воплощения несет исключительно автор. Слова признательности адресую также А. Чандлеру, Г. Стивенсону, Л. Дойлу, Э. Робертсу, Я. Макмиллану, М. Портеру, Дж. Стиглицу, С. Джобсу, А. Морита, Г. Меншу, Р. Мэтьюзу, М. Кингу, Т. Лиссендренски, П. Громбаллу, Э. Тоффлеру, Х. Штукельбергеру, без фундаментальных трудов и новаторских усилий которых невозможен серьезный анализ предпринимательства в современном мире. Со всеми упомянутыми лицами мне повезло более или менее продолжительно общаться. Некоторые из них уже ушли от нас, оставив неизгладимую печаль недоговоренности, незавершенности общения и неугасимый свет своих личностей.

Предваряя данное издание работы, впервые увидевшей свет в 1991 г., уже четвертое по счету, необходимо сказать, что с тех пор предпринимательство как социально-экономический, управленческий и поведенческий феномен подверглось масштабному изучению в России, была введена соответствующая научная специализация, разработаны учебники, развернуто широкое просветительство, сформирована обширная нормативно-правовая база. Здесь нет необходимости приводить соответствующую библиографию, которая легко находится в Интернете, равно как и комментировать и анализировать правовые вопросы предпринимательства. Мотивация издания актуализированной версии монографии 1991 г. продиктована главным образом тем обстоятельством, что и спустя четверть века сохраняется потребность в надлежащем понимании сути этого вида человеческой активности, его особенностей в современных условиях. Должен подчеркнуть, что ни один из тезисов работы 1991 г. не утратил своей значимости. Поэтому структура тезисов и данного издания воспроизводит тогдашнюю конструкцию. Частично обновлен лишь иллюстративный материал, хотя и в этом аспекте в большинстве случаев аргументацию

сочтено целесообразным оставить прежней. Целый ряд сопутствующих данной проблематике вопросов (модели стратегического совершенства, проблемы гиперконкуренции и мегамаркетинга, государственной антимонопольной и конкурентной политики, инструменты технического регулирования, стандарты социально ответственности и интегрированной отчетности, сдвиги мирохозяйственных связей и т.д.) проанализированы в других работах¹.

Кроме того, в приложении представлены некоторые беседы автора с представителями науки, бизнеса, государственного управления, искусства и спорта, опубликованные в 1999–2016 гг. в журнале «Экономические стратегии». В этих беседах так или иначе обсуждались темы, являвшиеся предметом данной монографии.

¹ Агеев А., Мэтьюз Р., Большаков З. Новая матрица, или Логика стратегического превосходства. М.: ОЛМА-пресс, 2003; Агеев А.И. Беседы о стратегическом, или О том, можно ли совместить чистую прибыль и чистую совесть. М.: ИНЭС, 2010; Агеев А.И. Стратегические увертюры. М.: ИНЭС, 2011; Агеев А.И. Преображение: предвосхищения, контексты и приложения. М.: РУБИН, 2016; Агеев А.И. Смена гегемона: война и экономика. М.: ИНЭС, 2016; Великая Отечественная война 1941–1945 (12-й том). Министерство обороны РФ, 2015; Агеев А. Soviet Entrepreneurs Association: first steps and prospects. Russian Business Review, Launching issue, 1990; Агеев А., Gratchev M., Hisrich R. Soviet and Russian Entrepreneurship: Patterns of Behavior. Journal of Small Business Economics. № 3. 1996; Агеев А. Business and Social Responsibility. Educating for democracy. Paideia In an Age of Uncertainty? Ed. by A.M. Olson, David M. Steiner, Irina S. Tuuli. NY, Toronto, Oxford, Rowman@Littefield publishers, inc. 2004.

ГЛАВА I

МЕТАМОРФОЗЫ ПОНИМАНИЯ

I.1. СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Анализ предпринимательской функции, строго говоря, имеет столь же колоритную и древнюю родословную, как и экономическая мысль вообще. Отсутствие соответствующих терминов и вычленений в трудах ученых античности или Средневековья не должно создавать впечатления отсутствия самих размышлений о феномене предпринимательства, как бы он ни назывался или определялся в доиндустриальную эпоху.

Первые явно «предпринимательские» постановки в западной экономической теории принято датировать XVIII в. и связывать с именами Р. Кантилона, А. Тюрго, Ф. Кене, А. Смита, Ж.Сэя. Уже в этот период в оборот был введен столь широкий набор представлений о предпринимательской функции, что вплоть до сегодняшнего дня устойчиво сохраняется полисемантизм самого понятия «предпринимательство» и, соответственно, сосуществование различных, не только дополняющих, но зачастую и исключаящих друг друга взглядов.

Например, наиболее «разрабатываемые» точки зрения на предпринимательство — владение капиталом, соединение

и комбинирование факторов производства, ориентация на извлечение прибыли и капитализацию дохода, использование рыночных и других возможностей, самостоятельность, принятие риска, инициативность и творчество, способность преодолевать сопротивление среды, особое управление производством и др. Принятое в западной литературе разделение предпринимательской функции на ресурсную, организаторскую и творческую, пожалуй, наиболее удачно и полно систематизирует весь этот эклектичный набор экономических, организационных, психологических признаков. В сущности же, все основные значения понятия «предпринимательство» укладываются в диапазоне от «праздного класса» (Т. Веблен) до «основного феномена экономического развития» (Й. Шумпетер), его главной движущей силы.

На исходе XX в. изыскания в области предпринимательства обрели новый размах. Интеллектуальная и прагматическая привлекательность и очевидная масштабность способствовали привлечению новых и новых научных сил, что проявилось в практически необозримом водопаде прямых и косвенных публикаций по теме, в открытии новых рубрик в солидных журналах, равно как и в издании специализированных журналов, переориентации учебных заведений и т.д. Тем не менее, несмотря на весь этот «интеллектуальный бум», заявление о «разочаровывающе медленном прогрессе» в теории «антрепренерства» не показалось современникам сильным преувеличением. Прежде всего потому, что, во-первых, тогда лишь едва наметилась линия на междисциплинарный анализ феномена предпринимательства, без которого трудно рассчитывать на успех, а во-вторых, были очевидно недостаточно рассмотрены методологически и эмпирически важнейшие взаимосвязи внутри и вне феномена предпринимательства. Судя по всему, более унифицированные и обоснованные выводы все еще впереди, что частично связано с усложнением современного мира.

Тем не менее парадигма нарастающей волны исследовательского интереса к предпринимательству была задана в основном полвека назад. Идеи, заявленные творчеством прежде всего Й. Шумпетера и Ф. фон Хайека, «осеняют», по сути, большинство последующих работ. В их трудах, с одной стороны, сконцентрированы многие достижения предшествующей и современной им экономической мысли, а также выражена реакция на восторжествовавшие на долгий исторический срок теории, связанные с эволюцией марксизма, кейнсианства и родственных им воззрений, а с другой — предвосхищены многие последующие идеи и направления дискурса.

Характерно, что в свое время Й. Шумпетер и Ф. фон Хайек пришли не ко двору и долгое время они лично или их идеи пребывали в состоянии забвения или недостаточного почтения.

В 70-е гг. с исчерпанием ресурсов эффективности моделей организации экономики, идейно вдохновленных кейнсианством, возрождается интерес к противостоящей ему диссидентии. Начинается ренессанс идей и Шумпетера, и фон Хайека. Последнему, в частности, в 1974 г. присуждается Нобелевская премия. Сегодня всякий, кто приступает к изучению предпринимательства, не может не воздать должного теоретическим заслугам этих ученых, а также их соратников и последователей.

Воззрения Шумпетера можно суммировать в следующие ключевые положения.

1. Функция предпринимательства состоит главным образом в революционизировании и реформировании производства путем использования изобретений или, шире, разнообразных возможностей для выпуска новых или старых (но новым способом) товаров, открытия новых источников сырья, рынков сбыта, реорганизации производства и т.д. Содержанием предпринимательской деятельности выступает, таким обра-

зом, «осуществление новых комбинаций» факторов производства и обращения или разнообразные нововведения.

2. Предпринимательство, по Шумпетеру, есть универсальная общеэкономическая функция любой общественной формации. Оно обычно сочетается с выполнением иных видов деятельности (управлением, научными разработками, маркетингом и др.) и не является раз и навсегда данным качеством. Кроме того, по мере экономического развития предпринимательская функция как бы рассеивается среди специалистов. Статус собственника не является у Шумпетера определяющим и обязательным свойством предпринимателя.

3. Особое значение для предпринимательства имеет состояние хозяйственно-политической среды. Шумпетер специально исследовал проблемы предпринимательства в условиях рыночно-конкурентной и административно-командной экономических систем. Среда предопределяет не только способы использования возможностей «новых комбинаций», но и основные типы мотиваций предпринимательской деятельности.

Необходимо отметить также утверждение Шумпетера, что основным мотивом для предпринимателя является прежде всего мечта «основать свою частную империю и — в большинстве случаев, хотя и не всегда, — свою династию»².

Взгляды Ф. фон Хайека на предпринимательство во многом перекликаются с идеями Й. Шумпетера, однако, как представляется, отличаются большей цельностью, последовательностью и широтой. Высшей и беспрекословной ценностью для Хайека является прежде всего свобода человека, исключаяющая его подчинение воле других людей, но соотносящаяся с законами гражданского общества. Личная независимость позволяет человеку наиболее продуктивно распорядиться своим экономи-

² Шумпетер Й. Теория экономического развития / Пер. с нем. М.: Прогресс, 1982, с. 193.

ческим потенциалом. Далее, основополагающую роль в теории Хайека играет концепция неявного знания. Речь идет о том, 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, времени и места). Наилучшим же координатором всей совокупности процессов использования своих информационных преимуществ индивидами является, по Хайеку, 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 их 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 расширительное понимание всех элементов этой формулы (возможности, знания, рынок, конкуренция) означает, что суть предпринимательства в интерпретации Хайека — поиск и исследование новых экономических возможностей, что это характеристика поведения, а не какого-либо рода занятий, что, наконец, всякий индивид, чье поведение отличается поисковым стилем, есть потенциальный предприниматель.

Для полноты характеристики взглядов Хайека необходимо добавить, что, во-первых, свобода личности вкупе с действием «невидимой руки» рынка и конкуренции обеспечивает наибольшие интенсивность поисковой активности в обществе, эф-

фektivность распределения ресурсов и реализации способностей индивидов.

Во-вторых, несмотря на то что функция предпринимательства в принципе рассеяна, как считает Хайек, 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».

Возможно, главная заслуга Й. Шумпетера, а еще больше — Ф. фон Хайека, в разработке теории предпринимательства заключается в утверждении междисциплинарного анализа, предвосхищении практически всех популярных ныне разрабатываемых направлений проблемы, постановке в центр изучения свободной личности, устремленной к новым горизонтам познания и действия.

Представляет интерес сопоставление взглядов классиков теории предпринимательства с учением К. Маркса и его последователей, интерес к которым возрос после кризиса 2008 г. Для корректности такого сопоставления, однако, следует помнить как о различных эпохах, в которые рождались эти теории (XIX в. и середина XX в.), так и о незавершенности экономической теории Маркса. Тем не менее основные узлы сопоставления просматриваются достаточно отчетливо.

Во-первых, несомненно близость авторов того и другого круга в нацеленности на познание самых глубинных механизмов экономического развития, в широте постановок, в самом стремлении понять и предложить наилучшие пути движения к идеалу — большей свободе самореализации индивида.

Во-вторых, совершенно противоположное отношение к рынку и конкуренции ставит их по различные стороны науч-

ных баррикад. Хотя в трудах Маркса, Энгельса, Ленина встречается немало утверждений о рынке и конкуренции как о «величайших заветах экономической мудрости», их установка по отношению к рынку и конкуренции однозначно негативна. Этот аспект сопоставления — весьма поучительный сюжет для исследования, но квинтэссенция вывода несомненна: здесь мы имеем дело с «ахиллесовой пятой» теории Маркса.

В-третьих, различны и акцентировки. Если в случае Шумпетера и Хайека предпочтение отдано функционально-экономическим и социокультурным сторонам предпринимательской деятельности, то марксизм, строго говоря, сконцентрировался на разработке социально-экономических и политических проблем. Правда, в исследованиях Маркса просматривается нарастание интереса именно к организационно-творческим компонентам предпринимательства и вообще к условиям массового и непрерывного социального творчества. Однако в политической и идейной борьбе XIX — начала XX в. и в дальнейшем первостепенное значение получили злободневные выводы о сугубо капиталистической, частнособственнической эксплуататорской природе предпринимательства. Впоследствии такая акцентировка была канонизирована, а эвристический потенциал целостного подхода к предпринимательству, частично реализовавшись главным образом в трудах А. Грамши и позднего Н. Бухарина, был фактически дезавуирован. Аналогичная судьба постигла и взгляды группы экономистов, участвовавших в разработке тех или иных аспектов новой экономической политики (НЭПа) в СССР в 1920-е гг. и обратившихся к вопросам индустриализации и коллективизации и поддержки хозяйственной инициативы. Прежде всего речь идет о Н.Д. Кондратьеве и А.В. Чаянове.

Таким образом, марксистскую традицию подхода к предпринимательству можно считать достаточно ценной разработкой ряда важных аспектов проблематики (историческая

роль буржуазии, анализ отношений собственности, проблемы функционирования и организации производства и др.). Вместе с тем нельзя не видеть ошибочности в отрицании товарного производства, рынка, в недооценке роли различных экономических агентов, в гипертрофировании значения классовой борьбы, возможностей насилия и целенаправленного конструирования общественного устройства.

Нельзя забывать и о том, что ошибочные теоретические положения — плод ли произвольных допущений, чрезмерных обобщений практических решений в конкретных обстоятельствах, необоснованных выводов или идеологических пристрастий — стали идейной основой и оправданием практики тоталитаризма.

Из фундаментальных разработок предпринимательства необходимо отметить таких представителей австрийской школы, как Л. фон Мизес и И. Кирцнер. Л. фон Мизес развил идеи Й. Шумпетера в части обоснования необходимости отбора из множества новых технологических методов наилучшего — т.е. самого дешевого и наиболее необходимого в данный момент потребителям. Кроме того, фон Мизес более четко определил соотношение между менеджером и предпринимателем, объединив два этих аспекта в один и тот же процесс. Именно предприниматель, по его мнению, выступает в роли ведущего (ему принадлежит идея), а менеджер является ведомым (как реализатор замысла). Впрочем, фон Мизес допускал, что при определенных условиях менеджер способен взять на себя предпринимательские функции³.

Все эти поиски связаны в конечном счете с рассмотрением проблем экономического роста и смыкаются, в частности,

³ Шмилов С. Стратегия современного предпринимательства и социального развития корпораций / Под ред. М.Н. Кулапова. М.: ИТК «Дашков и К», 2004, с. 16–17.

с постановками Дж. Кейнса. Подходы к пониманию экономического роста претерпели весьма содержательную эволюцию. В контексте нашей работы важно обратить внимание, что все эти теоретические поиски происходили в условиях крайне напряженного противостояния не только социалистической и капиталистической моделей развития, но и острейших межимпериалистических и межгосударственных противоречий. Геополитика существенно влияла на реальный статус предпринимателей и государства⁴.

Общая логика эволюции представлений сводилась к трактовке интегрального потенциала мощи государств⁵.

То, что характеризует компоненты потенциала, в этой логике понимается как ресурс. Ресурсы, задействованные в производстве спектра продуктов для общества, становятся той или иной разновидностью экономического блага, которое подлежит потреблению, распределению, обмену и перераспределению. Факторы производства и обращения, необходимые для создания и реализации товаров и услуг, а также результат накопления и производства образуют капитал, который способен преобразовываться в различные формы⁶. Важнейший сюжет

⁴ Агеев А.И. Смена гегемона: война и экономика, М.: ИНЭС, 2016.

⁵ Агеев А.И., Куроедов Б.В., Мэтьюз Р., Сандаров О.С. Методология стратегической матрицы. М.: ИНЭС, 2004; Агеев А.И., Куроедов Б.В. Особенности применения методологии стратегической матрицы при прогнозировании развития государств (на примере России и Китая). М.: ИНЭС, 2008.

⁶ Из многочисленных трактовок капитала обратим внимание на марксистскую и маргиналистскую (неоклассическую). Для К. Маркса капитал был самовозрастающей стоимостью, возникающей из отношений наемных рабочих и капиталистов. По Е. Бем-Баверку, капитал продуктивен, поскольку дает возможность производить блага для потребления, представляющие собой ценности в субъективном и объективном смыслах. Н. Сениор рассматривал капитал как «жертву» капиталиста, который воздерживается от использования всей своей собственности на личное потребление и направляет часть в хозяйственную деятельность, жертвует сегодняшними интересами ради будущего. Рабочий, с другой стороны, в «жертву»

в метаморфозах капитала образует ту загадку, напасть на след которой стремились экономисты всех школ: «как из самих актов обращения возникает та сила, которая в виде капиталистического кредита в конце концов получает господство над экономическими отношениями»⁷. Сегодня принято выделять капитал финансовый, производственный, интеллектуальный, включая природный, человеческий и социально-репутационный⁸.

Институты, обеспечивающие связность процесса воспроизводства капитала, являются неотъемлемой частью экономической системы.

Как и у всякой системы, у экономики есть иерархическая структура, размерность, субъекты и объекты деятельности. Субъекты вступают во взаимодействие, которое может опираться как на сотрудничество, так и на конкуренцию. И первое, и второе имеет градиацию: от альтруизма и взаимовыгод-

приносит свой досуг и покой. Р. Гильфердинг внес заметный вклад в изучение проблем концентрации, монополизации и вывоза капитала с подчинением экономики зависимых стран. Кроме того, Гильфердинг показал тенденции организации экономического и политического господства капитала, подавления и подчинения себе финансовым капиталом «господ промышленности», ростовщического и банковского капитала и превращения некогда «столь гордого купца в агента промышленности, монополизированной финансовым капиталом». Существенно и то, что Гильфердингом выявлена важная связь периодов депрессий с усилением концентрации капитала и его политического влияния. Ленин характеризовал империализм не только как высшую, но и как последнюю фазу капитализма. Оценка оказалась избыточно конъюнктурной, но отнюдь не лишенной оснований.

⁷ *Гильфердинг Р.* Финансовый капитал: исследование новейшей фазы в развитии капитализма / Пер. с нем. М.: Соцэкгиз, 1959, с. 96.

⁸ Группировке капитала по этим шести видам следуют и экономические службы ООН, и основные международные экономические организации, мировые рейтинговые и консалтинговые структуры. Им же соответствует и методология Всемирного экономического форума по оценке глобальных рисков, а также многочисленные международные стандарты. Разрабатываются также модели капитала из восьми компонентов.

ной кооперации до подавления и уничтожения друг друга в ходе войны, «горячей» или «холодной». Взаимодействие может опираться на начала стихийности («невидимая рука») и/или плановости («видимая рука», «преднамеренные действия»). И то и другое может приводить к результатам, которые не ожидалось никем. Но то и другое формирует в процессе эволюции и передачи информации (культурного наследования) расширенный («спонтанный») институциональный порядок. Этот порядок создает долгосрочные эффекты, которые находятся за пределами индивидуального восприятия. Экономическая эффективность спонтанного порядка различна, как различен и исторический путь цивилизаций и обществ. Плодотворность попыток человека сконструировать некий целевой экономический порядок в силу заведомой неполноты знания о способе его функционирования остается фундаментальным теоретическим вызовом⁹ — независимо от того, подвергается ли сознательному проектированию глобальное или локальное сообщество.

Война в этом контексте является следствием силовой, насильственной стратегии формирования культурного (институционального) порядка, заданного целями, интересами и ценностями инициатора. Соотношение войны как стратегии, вызываемой сложным сочетанием мотиваций правящего режима, деловых структур и общества, по-прежнему остается исключительно актуальным исследовательским сюжетом.

В терминах теории игр речь идет о принятии и реализации решений в конфликтных ситуациях, в которых участвуют различные стороны (игроки) с не совпадающими интересами (множество игроков, семейство стратегий и семейство функций выигрыша). Класс игр, характеризующий войну, отличается

⁹ См.: *Hayek F. The Fatal Conceit. The Errors of Socialism.* L., Routledge, 1988; *Полтерович В.М. Элементы теории реформ.* М.: Экономика, 2007; *Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры.* М.: Наука, 1991; *Агеев А.И. Смена гегемона.* М.: ИНЭС; Русский биографический институт, 2016.

ся не только составом и способом участия игроков в конфликте, но и спектром возможных исходов конфликта, а также степенью заинтересованности конфликтующих игроков в его исходах. При этом игроки применяют свои стратегии неоднократно, имеют неполную и несовершенную информированность о текущей позиции, различное представление о приемлемости и устойчивости итоговых и промежуточных позиций, которые отличаются высокой степенью неопределенности.

С игровой точки зрения могут быть рассмотрены история искусства, политики, правосудия, экономики и войн¹⁰. Следует особо подчеркнуть, что теория игр относится к одному из самых востребованных инструментов современного экономического анализа, неоднократно признанным Нобелевскими премиями

¹⁰ Обзор человеческой культуры с точки зрения игры сделан Й. Хейзингой в фундаментальном труде "Homo ludens", увидевшем свет в 1938 г. В художественном виде концепцию Хейзинги воплотил Г. Гессе в романе «Игра в бисер», опубликованном в 1943 г. В 1919 г. Гессе опубликовал сборник статей о Достоевском «Взгляд в хаос», в котором объяснил безумие Первой мировой войны карамазовской разорванностью, отказом от сотворенного Творцом мира, борьбой Дьявола и Бога в душе человека. См.: Гессе Г. Клейн и Вагне / Собр. соч. Т. 1. СПб.: Северо-Запад, 1994, с. 539: «Герои и мыслители высывывались из потока, пророки, провозвестники. «Вот он, Господь, и путь Его ведет к миру», — восклицал один, и многие следовали за ним. Другой заявлял, что стезя Бога ведет к борьбе и войне... Один восхвалял его как покой, другой как движение, как огонь, как холод, как судьбу, как утешителя, как творца, как ниспровергателя, как дарующего прощение, как мстителя...» Вопросы теологической основы войны находятся за пределами настоящей работы, однако необходимо заметить, что экономическое развитие капитализма в новейшую эпоху тесно связано с экспансией «духа капитализма», имевшего множество проекций в религиозных верованиях и практике. Также вполне обоснованными в теологическом смысле являются трактовки капитализма как «религии денег», культовый базис которой восходит в глубины ветхозаветной истории. Между прочим, говоря о противнике США, а также противнике идеи Соединенных Штатов Европы и Соединенных Штатов Азии, стремящемся к установлению «нового порядка», Ф. Рузвельт прямо указывает его суть — «нечестный сговор власти и «золотого тельца» с целью подавить, поработить человечество» (Рузвельт Ф. Беседы у камина. М.: 1995, с. 141).

в области экономики¹¹. Во многом именно инструментарий теории игр приблизил экономическую, как и военную науку к идеалу уместности — адекватному отражению реальности. Весьма перспективно применение аппарата теории игр к анализу и современного предпринимательства.

И. Кирцнер, последователь Л. фон Мизеса, соглашался с Й. Шумпетером в том, что предприниматель нарушает рыночное равновесие: «В ситуации равновесия нет места предпринимателю»¹². А главное разногласие с позицией Шумпетера видел в том, что предпринимательство для него, Кирцнера, — «не столько внедрение новых продуктов или новых методов производства, сколько способность видеть, где новые продукты приобрели неожиданную ценность для потребителей, где стали возможны новые методы производства»¹³. По его мнению, предпринимательство не только предполагает видение конъюнктуры рынка и выбор оптимальной сферы приложения своих способностей: «предпринимательская деятельность по своей сути конкурентна», а соответственно, играет значительную роль в развитии конкуренции¹⁴.

¹¹ Джон Нэш подчеркивал: «Излишне предполагать, что игроки имеют полное представление о структуре игры в целом или обладают способностью и склонностью к сложным процессам умозаключений. Вместе с тем допускается, что участники накапливают в свое распоряжение эмпирическую информацию, касающуюся преимуществ различных чистых стратегий». Цит. по: Всемирное признание: Лекции нобелевских лауреатов / Мировая экономическая мысль. М.: Мысль, 2005, Т. 5. Кн. 2, с. 19. Нэш исследовал кооперативные и некооперативные игры, проблемы равновесия, неопределенности и существования посредника, навязывающего договоры и обязательства, коалиционных решений, принудительного согласия, конкурентные ситуации с использованием марионеток и тайных агентов.

¹² Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001, с. 35.

¹³ Там же, с. 87.

¹⁴ Там же, с. 25.

Обобщая рассмотренные выше наиболее представительные трактовки предпринимательства, можно сказать, что есть вполне обоснованные предпосылки, чтобы сформулировать принципиальное понимание сущностных качеств предпринимательства. Это понимание должно, по-видимому, учесть в первую очередь сквозные закономерности производства и функциональную и деятельностную роль человека в его развитии.

На наш взгляд, следует выделить необходимые (базовые) и возможные (вторичные) свойства предпринимательства.

Предпринимательство как экономическое явление неизбежно возникает при наличии двух взаимосвязанных обстоятельств — организационно-хозяйственного новаторства и экономической свободы. Целый ряд иных характеристик (несение риска, принятие решений, владение ресурсами, лидерство и т.д.) является либо производным, либо необязательным, либо дополняющим.

Различение двух типов экономической деятельности — творческо-поисковой, инновационной и репродуктивной (рутинной, шаблонной) — может быть проведено согласно общему делению человеческой деятельности на репродуктивную, направленную на получение уже известных результатов известными же средствами, и творческую, продуктивную, связанную с выработкой новых идей и средств или достижением известных целей с помощью новых средств.

Предпринимательство очевидным образом относится к классу новаторской экономической деятельности. Однако это новаторство особого рода — в комбинировании производственных факторов. Иначе говоря, речь идет о создании, изменении или развитии организационных структур с целью открытия или роста производства тех или иных товаров или услуг. Подобное изменение может принимать множество форм — создание нового предприятия или реорганизация старого, установление новых, модификация или ликвидация существующих связей

и т.д. Словами Стивена Джобса, «инновация отличает лидера от догоняющего».

Экономическая свобода означает наличие у хозяйствующего субъекта определенной совокупности прав, гарантирующих автономное, самостоятельное принятие решений по поиску и выбору вида, формы и сферы хозяйственной активности, методов ее осуществления, использованию продукта и дохода, приносимого данной деятельностью. Разумеется, речь здесь не идет о своеволии, и любая свобода ограничена множеством обстоятельств, складываясь как результат взаимодействия внешней среды и субъекта. Тем не менее автономия принятия решений при всех возможных степенях выраженности — ключевое условие предпринимательства, без чего «новая комбинация» невозможна ни экономически, ни организационно, ни психологически.

Эти два необходимых признака предпринимательства предполагают как следствие более развернутый набор признаков. Так, несение риска производно и от непредсказуемости итогов нового дела, и от ответственности, налагаемой экономической свободой. Принятие решений — вообще имманентная черта предпринимательства, связывающая его с управленческой деятельностью. Свобода инвестирования опять-таки следует из наличия экономической свободы, так же как и право на капитализацию своего дохода. Ориентация на будущее непосредственно связана с организационной новацией, с нею же зарождается и важнейшая черта предпринимательства — лидерство. Стремление к извлечению прибыли коренится в самой природе экономической деятельности, а также является следствием обращения к организационной новации.

Круг конкретных предпринимательских функций включает в себя поиск новых возможностей для хозяйственной активности, оценку их прибыльности, обеспечение финансовых и иных ресурсов для развертывания производства, найма ра-

ботников, взаимодействия с властями, поставщиками и клиентами. Не является обязательным выполнение одним лицом всех этих работ: они могут быть делегированы. Но представляется точным сравнение предпринимателя с линзой, которая фокусирует энергию других. Свобода и организационное новаторство и составляют суть предпринимательства: одно дает ему жизнь, другое — судьбу.

Выдвигаемое понимание предпринимательства преодолевает отождествление его лишь с мелкими формами бизнеса (в США, Франции, Великобритании такое отождествление, например, — весьма укоренившаяся традиция, хотя в настоящее время, с появлением таких масштабных и противоречивых инноваторов-предпринимателей и миллиардеров, как Р. Бренсон, Б. Гейтс, С. Джобс и И. Маск, ее можно считать принципиально подорванной и остающейся лишь из-за терминологических привязанностей).

В оборот вошли также понятия «интрапренерство», т.е. предпринимательство внутри крупных фирм (по Г. Пиншо) и «предпринимательское управление» (по Г. Стивенсону). Тем самым принимается, что предпринимательское поведение, направленное на организационные преобразования и опирающееся на право самостоятельного принятия решений, возможно на всех уровнях сложных иерархических систем. Разумеется, предприимчивость основателя нового дела отличается от действий менеджера зрелой фирмы, решившегося на предпринимательский поступок. Иные задачи, приоритеты, проблемы, возможности — и в том и в другом случае, однако суть предпринимательского поведения (организационное новаторство на основе свободы использования новых возможностей для бизнеса) остается неизменной.

На рубеже веков в предпринимательские практики активно внедрилось понятие «стартап». Стартапы давно распространены в англоговорящих странах. С конца 90-х гг. XX в. в русско-

язычных странах термин стал ассоциироваться с инновационными проектами (как правило, это молодой бизнес), которые предполагают быстрый рост и, соответственно, высокую капитализацию. Согласно определению «крестного отца Кремниевой долины» и автора успешно зарекомендовавшей себя методики развития клиентов Стива Бланка, стартап — это компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели. Под воспроизводимостью понимается возможность многократной продажи полученного решения, а под масштабируемостью — возможность быстрого роста проекта. Другой отличительной особенностью стартапов является наличие в их основе технологических ноу-хау: «Запуск компании или продукта напоминает запуск межконтинентальной баллистической ракеты. То, что вы отправили в стратосферу, обратно уже не вернуть, и это действие может иметь огромные последствия. Так же как и запуск ракеты, запуск компании не бывает случайным. Ему предшествует длительная теоретическая подготовка. Компании необходимо выбрать и утвердить стратегию запуска в соответствии с типом рынка»¹⁵.

Сегодня термин «стартапер» является практически синонимом слова «предприниматель». Изучение истории стартапов показывает, что обычно основателями такого бизнеса становятся двое — предприниматель и технолог (автор идеи, разработчик перспективной технологии). Так, Билл Гейтс является не столько великим программистом, сколько одним из величайших предпринимателей в области высоких технологий, который разглядел рыночную перспективу в разработках своих соратников и превратил их ноу-хау в востребованные продукты. Однако стартап может быть создан и одним учредителем, который занимается и разработкой продукта, и его про-

¹⁵ Бланк С. Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов (The Four Steps to the Epiphany). М.: Альпина Паблишер, 2014.

движением. Основатель Twitter Исаак «Биз» Стоун полагает, что стартап — это всегда создание продукта, программного или поставленного на конвейер физического. Стартап начинается с разработки прототипа, который далее превращается в полноценный продукт, развиваясь и трансформируясь, многократно масштабируясь. Процесс развития стартапа предполагает неоднократное привлечение инвестиций и усложнение продукта. Как правило, стартап создается либо с целью его продажи крупной компании (корпорации), либо с целью вывода акций компании на биржу и развития ее в качестве самостоятельной компании.

Удачный пример продажи стартапа — Instagram. В 2012 г. он перешел к Facebook, при этом удалось сохранить и собственный бренд, и команду. В рамках сделки стартап заработал 1 млрд долл. Успешным признана и сделка по приобретению за 1,1 млрд долл. социальной сети Tumblr (приобретена Yahoo!). В 2014 г. решение о продаже своих активов приняли сразу два известных стартапа: мессенджер WhatsApp отошел к Facebook за рекордные 19 млрд долл.; Amazon приобрела востребованный геймерами потоковый сервис Twitch за 970 млн долл. Справедливости ради надо упомянуть, что распространены сделки, когда по итогам поглощения еще недавно успешные, растущие предприятия размываются, а их идеи используются новыми владельцами без сохранения оригинального бренда. Поэтому некоторые стартапы принимают решения о самостоятельном развитии. Именно так поступил весьма популярный ныне микроблогинговый портал Twitter, который, отвергнув предложения лидеров интернет-рынка, в 2013 г. вышел на биржу. Ныне капитализация компании — более 20 млрд долл.

Выделение двух «несущих» свойств предпринимательства позволяет производить также различные его классификации. Так, по степени новизны товаров и услуг, ради которых возникает предпринимательская активность, выделяет-

ся предпринимательство инновационное и рутинное. Если связывать предпринимательство со сложившимся правовым порядком, то обнаруживаются его легальные и «теневые» преступные составляющие. Вводя критерий сферы организационных новаций, получим научное, индустриальное, финансовое, аграрное и т.п. ответвления. По параметру юридического статуса принятия решений можно различать предпринимателя — владельца своего бизнеса и наемного управляющего. Короче говоря, в зависимости от целей изучения возможны самые разнообразные варианты типологий предпринимательства.

Деятельностный, поведенческий подход к предпринимательству позволяет ставить различные задачи анализа и избирать желаемый его ракурс: цели, содержание, результаты, механизмы процесса. Но ключевой переменной является все-таки сам носитель предпринимательской функции.

1.2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ

Образу предпринимателя посвящено множество научных и литературных произведений. О силе и неординарности характера предпринимателя ярко свидетельствуют портреты Дж. Лондона и О. Бальзака, А. Чехова и И. Шмелева, А. Хейли и Т. Манна... Полны уважения к первым предпринимателям индустриальной эпохи слова Ф. Энгельса о том, что они «были всем чем угодно, но только не людьми буржуазно-ограниченными». Обобщенный образ предпринимателя рисует и Й. Шумпетер, отличающий его, «во-первых, особым взглядом на вещи, причем главную роль играет не столько интеллект, сколько воля и способность выделять определенные моменты действительности и видеть их в реальном свете... во-вторых, способностью идти вперед в одиночку, не пугаясь связанных

с этим неопределенностей и возможного сопротивления... в-третьих, его воздействием на других людей, которое мы определяем понятиями «иметь вес, обладать авторитетом», «уметь заставлять повиноваться».

Художественные образы и наблюдения, однако, не дают удовлетворительного и цельного восприятия предпринимателя как определенного социально-психологического типа.

Частично свет на этот вопрос, казалось бы, должны проливать психологические исследования. Так, Д. Маклелланд в 1961 г. пришел к выводу, что ключевой психологической характеристикой предпринимателя является «потребность в достижениях». Ее характеризует принятие личной ответственности за решения, постановка целей и выполнение их собственными усилиями, а также желание обратных связей.

Не говоря о методологической уязвимости позиции Маклелланда, его вывод не подтвердился и эмпирически. В частности, не обнаружилось достаточно надежной связи между потребностью в достижениях и решением начать свой новый бизнес. На весьма обширном массиве данных о технологических предпринимателях Э. Робертсом была найдена лишь «умеренная» потребность в достижениях.

Достоверные данные были получены путем эмпирического обследования 150 удачливых антрепренеров из Мичигана. Выявлено, что предпринимателям присущ, во-первых, так называемый «внутренний локус контроля», означающий высокую убежденность личности в своей способности определять свою судьбу. Этот параметр отчасти соотносится с «потребностью в достижениях». Во-вторых, сильная склонность к принятию риска не подтверждается эмпирически. Предприниматели скорее готовы рисковать в меру и в этом отношении не отличаются от остальных. Более обоснованной видится гипотеза о лучшей способности предпринимателей распределять среди других риск дела. В-третьих, для предприимчивой личности су-

щественна потребность в независимости, доминировании, автономии, а также в стойкости и долготерпении.

Во многом аналогичные выводы о предпринимателе делает упомянутый Э. Робертс на основе своего 30-летнего наблюдения за карьерой предпринимателей в высокотехнологичных отраслях. Технологические предприниматели являются скорее экстравертами, они ориентированы на полное применение своих как аналитических, так и интуитивных способностей, восприимчивы, имеют умеренную склонность к властвованию и низкую — к подчинению, мало озабочены финансовыми вознаграждениями за свой труд, всегда готовы ответить на вызовы.

Дж. Траут, посвятивший немало работ предпринимательскому поведению в условиях растущей конкуренции, отмечал необходимость наличия у руководителя качеств «лучшего военачальника»: гибкость (как умение адаптировать принятую стратегию к развитию ситуации, а не наоборот), смелость мышления (умение в нужный момент абстрагироваться от внешнего мира, чтобы принять решение), решительность (умение наносить быстрый и решительный удар в нужный момент), знание фактов (построение стратегии начиная с низов, с деталей), удача¹⁶. О тех же чертах нового предпринимателя, который действует в условиях острой конкуренции, говорили Л. Бузениц и Дж. Барни: они сделали вывод, что при принятии решений предприниматели нередко демонстрируют необъективность, склонны к «самонадеянности» и «обобщениям». Авторы предположили, что «самоуверенность может оказаться очень полезной для реализации конкретного решения и для того, чтобы убедить других людей в его правильности»: «Пока вы будете собирать всю необходимую для более

¹⁶ Траут Дж. Сила простоты. Руководство по успешным бизнес-стратегиям. СПб.: Питер, 2002, с. 71–72.

взвешенного решения информацию, окно возможности может захлопнуться»¹⁷.

Автор книги «Илон Маск. Tesla, SpaceX и дорога в будущее» Эшли Вэнс делает интересное замечание по поводу выдающегося предпринимателя XXI в. Илона Маска: «Что Маск ценит — так это решимость и твердость характера. Он с уважением относится к людям, которые не отступают от своих намерений из-за того, что им сказали «нет».

Типичными чертами мелкого предпринимателя, по данным ежегодных исследований, проводимых фирмой Research and Forecast (Нью-Йорк), являются: исключительно высокая трудовая нагрузка по сравнению с лицами наемного труда (у $\frac{2}{3}$ рабочий день более 9 часов, $\frac{2}{3}$ либо вообще не пользовались отпуском, либо он не превышал 10 дней); образованность ($\frac{1}{3}$ заканчивает колледж, что в 2 раза выше среднего уровня по стране); оптимизм (84% опрошенных нравилось собственное дело. 16% остальных тоже были в целом довольны). Стоит упомянуть свидетельство Эшли Вэнса о работоспособности Илона Маска — инноватор-миллиардер трудится по 100 часов в неделю и несколько лет не был в отпуске.

Способность организовать и объединить различные ресурсы, богатая интуиция, ослабленное чувство опасности, непризнание бюрократических процедур, самонадеянность, фанатичная преданность идее — довольно характерные выводы многих других эмпирических наблюдений за предпринимателями.

Г. Минцберг выделил ряд особенностей подхода предпринимателя к созданию стратегии.

1. «Предприниматель делает акцент не столько на построении стратегии, сколько на активном поиске новых возможностей.

¹⁷ Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпл Дж. «Школы стратегий». Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента. СПб.: Питер, 2001, с. 115.

Предпринимательская организация сосредоточена на возможностях». Проблемы при этом имеют второстепенное значение.

2. «В предпринимательской организации власть сосредоточена в руках ее руководителя». Г. Минцберг ссылается на мнение О. Коллинза и Д. Мура: предпринимателю свойственны «нежелание покоряться авторитетам, неспособность сотрудничать с ними и как следствие стремление избегать их». «В управлении предприниматель во многом полагается на личную власть или на харизму».

3. «Создание стратегии в предпринимательском стиле характеризуется решительным движением вперед вопреки неопределенности ситуации». Стратегия, таким образом, принимает вид «смелых ходов».

4. «Развитие — главная цель предпринимательской организации». Минцберг вспоминает статью «Предпринимательское эго» в журнале *Fortune* (об Организации молодых президентов: «Большинство молодых президентов движимы желанием строить, а не манипулировать. «Стремление к расширению — наша общая болезнь», — говорит один из них. Его слова подтверждает другой наш собеседник: «Следует признать очевидное. Мы — основатели царств. Мы одержимы не деланием денег, а созданием империй»¹⁸.

Особый, однако, интерес представляют данные пятилетнего проекта по выявлению «профиля предпринимателя», организованного фирмой McBer and Company при поддержке Американского агентства по международному развитию и Национального научного фонда США¹⁹. В дальнейшем методика

¹⁸ Там же, с. 115–117.

¹⁹ Агентство США по международному развитию работало в Российской Федерации с 1992 по 2012 г. В 2012 г. деятельность организации на территории России прекращена. Организация была обвинена в попытках влиять на политические процессы в стране через систему грантов.

данного исследования использовалась Американской ассоциацией управления для выявления предпринимательского потенциала в различных странах²⁰.

Исследование обнаружило 21 личностную характеристику, постоянно демонстрируемую удачливыми предпринимателями. Десять наиболее важных из этих качеств и их индикаторы приводятся ниже.

1. Поиск возможностей и инициативность (видит и использует новые или необычные деловые возможности; действует до того, как его вынудят к этому события).

2. Упорство и настойчивость (готов к неоднократным усилиям, чтобы встретить вызов или преодолеть препятствие; меняет стратегии, чтобы достичь цели).

3. Готовность к риску (предпочитает ситуации вызова или умеренного риска; взвешивает риск; предпринимает действия, чтобы уменьшить риск или контролировать результаты).

4. Ориентация на эффективность и качество (находит пути делать вещи лучше, быстрее или дешевле; стремится достигать совершенства, улучшать стандарты эффективности).

5. Вовлеченность в рабочие контакты (принимает на себя всю ответственность и идет на личные жертвы для выполнения работы; берется за дело вместе с работниками или вместо них).

6. Целеустремленность (ясно выражает цели, имеет долгосрочное видение; постоянно ставит и корректирует краткосрочные задачи).

7. Стремление быть информированным (лично собирает информацию о клиентах, поставщиках, конкурентах; использует в этих целях личные и деловые контакты для своей информированности).

²⁰ The Identification and Assessment of the competencies of Entrepreneurs. NY, 1988, p. 41.

8. Систематическое планирование и наблюдение (планирует, разбивая крупные задачи на подзадачи; следит за финансовыми показателями и использует их при принятии решений; разрабатывает или использует процедуры слежения за выполнением работы).

9. Способность убеждать и устанавливать связи (использует осторожные стратегии для влияния и убеждения людей, а также деловые и личные контакты как средство достижения своих целей).

10. Независимость и самоуверенность (стремится к независимости от правил и контроля других людей; полагается лишь на себя перед лицом противостояния или в случае отсутствия успеха; верит в свою способность выполнять трудные задачи).

Все эти качества фиксируются практически во всех характеристиках предпринимателей, но данный набор, пожалуй, является наиболее представительным и надежным. По сути, это некий «идеальный тип предпринимателя», максимально приближенный к реальности.

Из приведенных качеств видно, что одни из них — результат обучения и опыта, другие представляют собой врожденные свойства, остальные — продукт развития природной предрасположенности. Так или иначе, все они рисуют личность, которая отличается «непреодолимым внутренним стремлением» к преобразующей деятельности, и это стремление — по сути, генеральное свойство подобных личностей. Известно, что Стивен Джобс демонстрировал такое стремление: «Мы находимся здесь, чтобы внести свой вклад в этот мир. А иначе зачем мы здесь?» Ему вторит сооснователь Google Сергей Брин: «Почти всегда мы начинаем с того, что спрашиваем себя: что мы можем сделать важное? Поиск (*Google*) был такой важной вещью. Теперь мы занимаемся энергией. Если у нас получится создать дешевую чистую

энергию, это будет очень хороший бизнес. Может, нам пока везет, но мы получаем хороший бизнес от большей части вещей, которые улучшают мир». Эшли Вэнс пишет об Илоне Маске: «Маск гениален своей одержимостью, вечным стремлением, бесконечным поиском. Он менее всего — генеральный директор компании, озабоченный прибылью; скорее он — генерал, ведущий войска к великой победе. В то время как Марк Цукерберг хочет помочь вам поделиться с другими своими детскими фотографиями, Маск хочет... как бы это сформулировать... спасти род человеческий от добровольного или случайного уничтожения»²¹.

Л.Н. Гумилев называет такой тип личностей пассионариями. Причем модусы пассионарности могут быть различны, но все они связаны с повышенной энергией личности для деяний. Не все пассионарии — предприниматели, но совпадение важнейших свойств «идеального предпринимателя» с чертами пассионария бесспорно. На необходимость такого совпадения для успешного предпринимательства указывает, в частности, Гай Кавасаки: «Мало кто на самом деле знает о том, что он — предприниматель, пока не станет им (а некоторые и тогда не догадываются). Вот единственный вопрос, который следует задать себе, прежде чем начинать собственное дело: «Хочу ли я создать что-то значимое?» «Значимое» — это не деньги, не власть и не престиж. И даже не создание привлекательного места работы. «Значимое» — это например: сделать мир лучше, повысить качество жизни, исправить чудовищную ошибку, не дать чему-то хорошему закончиться. Если у вас есть такого рода цели, это дает вам огромное преимущество на тернистом пути предпринимательства. Если же нет, вы все равно можете достичь успеха, но это будет уже труднее, т.к. сотворе-

²¹ Вэнс Э. Илон Маск. Tesla, SpaceX и дорога в будущее. М.: Олимп-Бизнес, 2015, с. 416.

ние чего-то действительно значимого — сильнейшая из возможных мотиваций»²².

Отождествление предпринимателей с пассионариями имеет, как представляется, большой эвристический заряд, направленный на изучение феномена предпринимательства в широком контексте эволюции ноосферы, в частности в экономическом развитии.

²² *Кавасаки Г.* Стартап: 11 мастер-классов от Гая Кавасаки / Пер. с англ. Е. Корякиной, предисловие Д. Яна, 2-е изд. М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2011, с. 21.