

## БИЗНЕС-ИДЕЯ КАК ЦЕНТРАЛЬНОЕ ЗВЕНО ПРОЕКТА БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

*Б.В. Шмаков, А.В. Карпушкина*

Рассмотрена сущность предпринимательства через личные качества человека, занимающегося предпринимательской деятельностью в аспекте проявления их в социуме и существующих институтах.

*Ключевые слова: бизнес-идея, предпринимательство, развитие бизнеса.*

В Законе РФ от 25 декабря 1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности», а также в части первой Гражданского кодекса Российской Федерации (п. 1 ст. 2 ГК РФ) предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке.

Такое толкование упрощено, поскольку отождествляет предпринимательство с любой деятельностью, приносящей доход. При таком рассмотрении в предпринимательскую деятельность попадает деятельность, связанная с выпуском новой продукции по собственному патенту и открытие торговой точки хлебобулочными изделиями.

Рассмотрим сущность предпринимательства через функции, осуществляемые предпринимателем при развертывании своего дела. Как правило, это общепологающие функции, присущие всем направлениям деятельности [1, 4]:

- общеэкономическая функция, обусловленная ролью любых субъектов рынка;
- ресурсная функция, обусловленная необходимостью эффективного использования ресурсов, как правило, обладающих свойством ограниченности;
- инновационная (творческо-поисковая) функция, присущая любой деятельности, однако наиболее остро стоящая перед предпринимательской деятельностью;
- социальная функция – созданием возможностей для получения соответствующих доходов;
- организационная функция – в принятии предпринимателями самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, выявлении наиболее выгодных и перспективных секторов рынка.

Исходя из этого, субъект предпринимательской деятельности берет на себя и, как правило, вынужден самостоятельно осуществлять ряд производственных (и социальных) ролей:

1. Предприниматель – его функция – *создание*

*проекта новой структуры общественной системы производства-потребления, в которой отведено место создаваемому предприятию.*

2. Организатор – здесь его функция связана с непосредственным созданием внутренней структуры (оргструктуры) нового предприятия и ее материальным наполнением (людьми, технологиями, оборудованием и другими компонентами, образующими потенциал предприятия, т. е. формирующие его возможности в осуществлении производства, воспроизводства, функционирования и развития).

3. Управленец – его функцией является приведение в движение всех компонентов потенциала предприятия и внешних ресурсов, реализация процессов как во внешних связях, так и во внутренней структуре предприятия, оперативное регулирование его функционирования и управление развитием. Продукт деятельности управленца – реально воплощенные процессы, реализующие заданные предпринимателем цели.

4. Исполнитель – здесь его функцией выступает непосредственно механизм осуществляемых предприятием процессов. Материальное наполнение позиции исполнителя есть кадры (персонал) предприятия. Продукт деятельности исполнителя есть продукт предприятия.

5. Руководитель – здесь функция лежит в сфере материального наполнения производственной системы. Его объект – кадры, применяя к которым инструменты власти, руководитель должен добиться осуществления процессов и функций, иначе говоря – выполнения задач, поставленных управленцем. При этом управленец и руководитель могут быть персонифицированы в одном лице.

В социальном аспекте бизнес как деятельность порождает 3 типа процессов:

- создание, изменение, удовлетворение потребностей людей;
- воспроизводство и изменение социальной стратификации;
- формирование, воспроизводство и изменение межличностных, личностно-групповых и межгрупповых отношений.

## Предпринимательская деятельность

В то же время современное предпринимательство концентрирует ряд специфических функций:

- постоянный поиск новых видов организационно-экономических ресурсов, благ, услуг, информации, новых организационных решений, эксклюзивных профессиональных способностей, новых идей;
- поиск, разработка и введение новых ресурсов, методов, технологий, инновационных процессов, продуктов информации, организационно-экономических систем управления и т. п.;
- создание благоприятной рыночной конъюнктуры, разработка адекватных условиям организационно-управленческих решений, захват, удержание и расширение рыночного сегмента товарами и услугами высокого спроса;
- информационное обеспечение реализации инновационных продуктов через выбор секторов рынка, выгодных стратегий ведения предпринимательской деятельности, выявления и реализация конкурентных преимуществ;
- защита права собственности на результаты предпринимательской деятельности и интеллектуальной собственности;
- реализация мер по выживанию в экстремальных, трансформационных условиях;
- деловое общение на короткой психологической дистанции;
- несение полной ответственности за принимаемые решения, риск в условиях экономической неопределенности.

Как можно отметить, реализация всех этих функций одним человеком в непростых экономических условиях, изобилующих неопределенностью, становится весьма проблематичной. И как следствие, требует разработки специфических мероприятий поддержки предпринимательской деятельности со стороны государственных и муниципальных структур.

Макконнелл К. и Брю С., авторы «Экономика», рассматривают предпринимательство как особый вид деятельности, в основе которой лежит ряд непеременимых условий и требований [2].

Во-первых, предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов: земли, капитала и труда в единый процесс производства товаров и услуг. Выполняя роль катализатора, предприниматель является движущей силой производства, которое должно быть прибыльным.

Во-вторых – берет на себя трудную задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса.

В-третьих – это новатор, стремящийся ввести новые продукты, новые производственные технологии и новые формы организации бизнеса.

В-четвертых – это человек, идущий на риск. Он рискует не только своим временем, трудом, деловой репутацией, но и вложенными средствами, – своими собственными и своих компаньонов или акционеров.

В целом современное предпринимательство отличается особым, новаторским, антибюрократическим стилем хозяйствования, базирующимся на постоянном поиске новых возможностей и ориентированном на инновации, умением привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников.

Рассмотрим ситуации возникновения нового бизнеса. Необходимым условием возникновения нового бизнеса является *генеральное противоречие*: «Я хочу, но я не могу». Это означает, что возникновение нового бизнеса *не есть решение указанной проблемы* (новый бизнес возникает, как правило, если указанная проблема неразрешима) – предпринимательство *есть создание некоторых новых условий, в которых возникновение данной проблемы невозможно*. Однако, *это только необходимое условие*.

Второе необходимое условие – *наличие проблемной ситуации потребителя*: «Я хочу, но я не могу».

Как и бизнесмен, потребитель не решает этой проблемы – он получает готовое решение «из рук» бизнесмена. Выручка бизнесмена – это плата потребителя за уход от необходимости решать проблему самостоятельно.

Таким образом, бизнес состоит в том, что бизнесмен уходит от решения собственной проблемы, создавая возможность потребителю уйти от его проблемы. При этом оба достигают желаемого, не преодолевая невозможного.

Бизнес возможен и оправдан:

- если бизнесмену легче достигнуть желаемого, «решая» чужие проблемы, чем собственные;
- а потребителю легче достигнуть желаемого, воспользовавшись услугами бизнесмена, чем решая свои проблемы самостоятельно.

Такое состояние порождает 3 типовые ситуации потребителя:

1. Ситуация новых возможностей состоит в том, что потребитель приобретает новые возможности для решения ранее поставленных задач, как правило, в результате каких-либо изменений во внешней среде (*принятия новых законов и иных нормативных актов, получения ранее неизвестной информации, ухода конкурентов из сегмента рынка и др.*), но не может их использовать; в таком случае возможен *бизнес, основанный на продаже потребителю средств использования этих возможностей*.

2. Ситуация новых проблем – появление у потребителя новых затруднений (тупиков, разрывов в деятельности) или осознание (конструирование) новых проблем (противоречий) по поводу старых трудностей; в этом случае возможен *бизнес, основанный на продаже потребителю средств разрешения, устранения или «обхода» этих проблем*.

3. Ситуация новых целей (задач), когда новые цели (задачи) поставлены, а средств их достижения (выполнения) потребитель не имеет; данная

ситуация, по существу, есть разновидность ситуации новых проблем (п. 2).

Таким образом, ситуация предпринимательского бизнеса есть двойная проблемная ситуация:

- когда у двух субъектов (бизнесмена и потребителя) одновременно возникают проблемы одного и того же вида «Хочу, но не могу»,
- причем бизнесмен имеет возможность достигнуть желаемого, обеспечив потребителю достижение желаемого им без самостоятельного решения потребителем его проблемы.

Следовательно, инновационная функция предпринимателя является не только ведущей в процессе создания функции, но и воспроизводится во все моменты изменения бизнеса [3]. Именно эта функция и отличает предпринимательскую деятельность от других видов деятельности.

Менее благоприятные условия хозяйствования, чем у крупных предприятий, обуславливают меньшую устойчивость и конкурентоспособность малого бизнеса, поэтому он нуждается в государственной поддержке.

Опыт развития мировой и отечественной экономики показывает, что политика государства, ориентированная на оказание помощи малому и среднему предпринимательству и содействие их развитию, дает ощутимые результаты в достижении сбалансированного экономического роста.

Следует отметить, что выделение малого и среднего предпринимательства в России в отдельный блок в соответствии с федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ связано с необходимостью оказания им государственной поддержки для развития деятельности. Данный

подход означает в конечном итоге поддержку конкретных предприятий в финансовой, имущественной, консультационной, информационной и других сферах.

В основу предпринимательской деятельности сегодня закладывается именно способность экономического субъекта качественно видоизменять сети хозяйственных отношений. С этой стороны, по нашему мнению, необходима поддержка малого и среднего предпринимательства путем содействия в создании инновационных сетей, в том числе технопарков, бизнес-центров и бизнес-инкубаторов, а также региональных предпринимательских кластеров и сетей.

#### Литература

1. Данилова, О.В. Социальная ответственность бизнеса в системе рыночного хозяйства (теоретико-экономический аспект): автореф. дис. ... д-ра экон. наук / О.В. Данилова. – М., 2009. – С. 12–14.
2. Норт, Д. Институциональные изменения: рамки анализа / Д. Норт. // Вопросы экономики. – 1997. – № 3. – С. 7.
3. Татьянакина, А.А. Оценка инновационной инфраструктуры как основы развития предпринимательской экономики / А.А. Татьянакина, Т.А. Шиндина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2011. – Вып. 20. – № 41(258). – С. 85–89.
4. Шиндина, Т.А. Влияние финансового кризиса на рынок рекламы и предпринимательство / Т.А. Шиндина, И.С. Карabanова // Вестник Университета. – 2010. – № 8. – С. 79–81.

Поступила в редакцию 4 февраля 2013 г.

**Шмаков Борис Васильевич.** Кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательства и менеджмента, Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – развитие личных способностей менеджера и их влияние на бизнес-деятельность, развитие юнговской школы управления в образовании и практике предпринимательской деятельности. Тел. (351) 267-97-21.

**Boris Vasilievich Shmakov.** Candidate of Economic Science, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Management, South Ural State University (Chelyabinsk). Research interests: the development of personal skills of a Manager and their effect on business, development of Jungian school of management in education and practice of entrepreneurship. Tel. (351) 267-97-21.

**Карпушкина Анжелика Викторовна.** Доктор экономических наук, заведующий кафедрой «Экономика фирмы и рынков», Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск). Область научных интересов – институциональный анализ социально-трудовых отношений, региональная экономика. Контактный телефон: 8 (351) 900-59-955, e-mail: angelvik28@mail.ru.

**Angelika Viktorovna Karpushkina,** Doctor of Economic Science, Head of Company and Market Economy Department, South Ural State University, Chelyabinsk. Research interests: institutional analysis of social and labor relations, regional economy. Tel: 8 (351) 900-59-95, e-mail: angelvik28@mail.ru.