

**Выводы**

Основная идея взаимоотношений государства и крупного бизнеса заключается в проблеме институционального выбора. Такой выбор предполагает либо грубое вмешательство государства, либо корпоративную социальную ответственность. Предполагается, что на основе корпоративной социальной

ответственности крупный бизнес должен не только ставить цель достижения эффективных коммерческих и финансовых результатов, но и способствовать решению вопросов устойчивого финансового развития, соблюдения бизнес-этики, охраны окружающей среды, соблюдения социальных и экономических прав.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Паппэ Я., Колесник И., Сулакшин С. и др. Крупнейшие российские компании: новая ситуация // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 1. – С. 122–126.
2. Программа социально-экономического развития на среднесрочную перспективу (2003–2008 гг.). – М.: Финанс, 2003. – 221 с.
3. Полищук Л. Корпоративная социальная ответственность или государственное регулирование: анализ институционального выбора // Вопросы экономики. – 2009. – № 10. – С. 4–22.
4. Послание президента РФ Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации // Российская газета. – 2009. – № 214. – 13 ноября. – С. 3–5.

Поступила 03.12.2009 г.

УДК 330.111.4

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ПРОИЗВОДСТВА**

В.И. Нагорнов, А.И. Колмацуй

Томский политехнический университет

E-mail: economics@tpu.ru

*Рассматривается сущность понятий «предпринимательство» и «мотивация», анализируется «мотивация предпринимательства» и «мотивация трудовой деятельности». Делается вывод, что между этими понятиями существует различие, выражающееся в том, что в основе мотивации предпринимателя находятся потребности всех уровней пирамиды потребностей А. Маслоу, а мотивация трудовой деятельности опирается на потребности, лежащие в основании пирамиды.*

**Ключевые слова:**

*Предпринимательство, труд, мотивация труда, мотивация предпринимательской деятельности, пирамида потребностей А. Маслоу, правовое поле.*

**Key words:**

*Business, labor, labor motivation, business motivation, Maslow's hierarchy of needs, legal environment.*

Существуют различные подходы при выделении и анализе факторов производства. Марксистская теория подразделяет все факторы производства на две большие группы: личный фактор производства и вещественный [1. С. 188–197]. Под личным фактором производства понимается рабочая сила как совокупность физических и интеллектуальных способностей человека к труду и вещественный фактор производства. В качестве вещественного фактора понимаются в совокупности все средства производства [1. С. 194–197].

Классическая школа выделяет три основные группы факторов производства: труд, земля и капитал [2. С. 99, 361, 454].

Труд – это процесс расходования человеком его физической, интеллектуальной и духовной энергии.

Вторым фактором производства является земля, под которой понимаются посевные и пахот-

ные земли, водные и лесные ресурсы, полезные ископаемые. Третьим фактором производства является капитал.

Капитал – это созданные людьми средства производства и денежные накопления, используемые в производстве товаров и услуг [2. С. 651–654].

В разных экономических школах капитал трактуется по-разному, но главными являются три концепции: вещественная или натуралистическая, денежная или монетаристская и теория «человеческого капитала» [2. С. 361].

В вещественной или натуралистической концепции под капиталом понимаются либо средства производства, либо готовые товары, предназначенные для продажи.

Денежная или монетаристская концепция рассматривает капитал как деньги, приносящие доход в виде процента [2. С. 433].

Теория «человеческого капитала» рассматривает приобретённые знания, навыки, энергию с позиции факторов производства. Величина «человеческого капитала» оценивается потенциальным доходом, который он способен приносить.

Маржиналистская теория традиционно выделяет четыре группы факторов производства [3. С. 17]: землю, труд, капитал, предпринимательскую способность. Первые три фактора в этой теории понимаются так же, как и вышеизложенные, а предпринимательская деятельность (способность) – специфический фактор производства, предполагающий использование инициативы, смекалки и риска в организации производства [3. С. 27–29].

По мнению американского экономиста Дж.Б. Кларка в процессе производства участвуют четыре группы факторов производства [3. С. 40]: капитал, капитальные блага – средства производства и земля, деятельность предпринимателя, труд рабочего. Каждому фактору должна быть вменена специфическая доля производственной выручки [4–6]: капитал приносит капиталисту процент, капитальные блага – ренту, предпринимательская деятельность капиталиста приносит прибыль, а труд рабочего обеспечивает ему заработную плату.

Подводя итог анализу факторов производства, отметим, что труд и предпринимательство неотделимы от человека, поэтому можно вести речь о трёх факторах производства, которыми являются труд, земля и капитал. Следует иметь в виду, что факторы обладают взаимозаменяемостью.

Особый интерес вызывает предпринимательская способность (предприимчивость) которая многими авторами рассматривается либо через качества самого предпринимателя, либо через его функции [5. С. 37–38], к которым относятся:

- целеустремлённость;
- инициативность;
- коммуникабельность;
- уверенность в себе;
- высокая квалификация и способность к обучению;
- энергичность;
- способность к управлению;
- умение анализировать и оценивать ситуацию.

Перечень качеств и черт предпринимателя можно продолжить, но не вызывает сомнения то, что некоторые черты заложены в нём генетически, т. е. являются врождёнными (их ещё называют первичными), а некоторые приобретёнными. Функции предпринимателя могут быть выражены, по мнению А.В. Бусыгина [7. С. 108–110], через фиксацию трёх блоков действий, самым объёмным из которых является *первый блок*. Он включает в себя генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения о реализации рассматриваемой идеи или об отказе её реализации, управление про-

ектом и реализация проекта, нацеленная на создание производительной структуры.

*Второй блок* действий связан с нахождением инвестора, даже если сам предприниматель выступает в этом качестве.

*Третий блок* действий предпринимателя связан с необходимостью профессионального управления создаваемой производительной структурой [7. С. 108–110].

Р. Хизрич и М. Питерс [4. С. 26] дают более ёмкое определение предпринимательства: «...предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс приносящий денежный доход и личное удовлетворение достигнутым».

По иному определяет предпринимательство американский учёный А. Шапиро [6. С. 13–23]. Он считает, что во всех определениях предпринимателя и предпринимательства речь идёт о таком поведении, которое включает:

- элемент инициативы;
- организацию или реорганизацию социально-экономических механизмов, с тем, чтобы суметь с выгодой использовать имеющиеся ресурсы и конкретную ситуацию;
- взятие на себя ответственности за возможную неудачу, т. е. готовность рисковать.

С этими определениями предпринимательства переключаются, в той или иной мере, определения, данные российскими экономистами. Так, например, М.Г. Лапуста пишет: «...предпринимательство представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности (кроме запрещённых законодательством), осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получении прибыли (дохода), необходимых для саморазвития собственного дела (предприятия) и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами» [8. С. 7]. Такой же точки зрения придерживаются и авторы данной статьи с небольшими поправками: на первом месте должна стоять прибыль предпринимателя, а не потребности потребителя. Этот вывод следует из того, что целью предпринимателя является получение максимальной прибыли, а не удовлетворение потребностей потребителей. Достичь же её предприниматель может лишь в том случае, если будет производить те товары, которые нужны потребителям и обществу в целом. Поэтому первична прибыль предпринимателя, а не потребности общества. Пагубность первичности потребностей доказана практикой Советского Союза, в котором низкая эффективность общественного производства была связана как раз с этим.

Дискуссионным вопросом является мотивация предпринимательства. С одной стороны ученые сходятся во мнении, что в основе мотивации предпринимательства лежат потребности, которые выступают как первичные (врождённые) – это потребности в пище, воде, воздухе, сне и т. п., так и вторичные (приобретённые). Первичные потребности заложены в человеке генетически, а вторичные появляются по мере приобретения знаний и опыта. Это, прежде всего, социальные потребности и потребности самореализации. С другой отождествляется мотивация труда с мотивацией предпринимательской деятельности.

Мотивация труда и мотивация предпринимательской деятельности, близкие по смыслу, но не тождественные понятия. Целью мотивации труда является более эффективное использование фиксированного набора факторов производства, количество и качество которых изменить работник не может без разрешения собственника, которым является предприниматель. Затем, основной задачей предпринимателя является формирование коллектива, то есть такого подбора работников, которые благодаря своим профессиональным знаниям и квалификации могут эффективно использовать вещественные факторы производства. Работники в этом процессе участие не принимают, они лишь реализуют на практике идеи предпринимателя.

В процессе производства интересы предпринимателя и наёмного работника не совпадают. Первый заинтересован в низкой заработной плате при высокопроизводительном труде наёмных работников, а вторые – в высокой при незначительных затратах труда. Для предпринимателя это означает снижение издержек производства, повышение конкурентоспособности и увеличение прибыли.

С другой стороны и предприниматель, и наёмный работник заинтересованы в повышении эффективности производства и прибыльности предприятия, так как прибыль является целью предпринимателя и одним из источников материального стимулирования работников. В основе мотивации труда лежит преимущественно материальный интерес, которым руководствуются работник, а мотивация предпринимательства определяется всей пирамидой потребностей А. Маслоу и дополняется государством путём принятия законов и постановлений (созданием правил игры).

Правила игры – правовой фактор в деловой сфере, которые общество устанавливает для предпринимателя. Под правилами игры обычно понимаются разрешённые и запрещённые действия. С формальной точки зрения правовой фактор – сумма законов (налоговых, земельных, по трудовым отношениям и пр.) и подзаконных актов, которые определяют направленность и содержание предпринимательской деятельности, регулируют и регламентируют её, формируют отношения предпринимателя с другими субъектами экономического процесса, государственными структурами и обще-

ственными институтами. Правовой фактор – это всё то, что определяет возможный объём прав, обязанностей и свобод предпринимателя. Правовое поле для регулирования государственной поддержки малого предпринимательства в России обеспечивается правовыми актами, начиная с Конституции РФ, которая защищает все виды собственности и обеспечивает свободу предпринимательства, и заканчивая указами Президента РФ и постановлениями Правительства РФ.

Несмотря на принятие многочисленных законодательных актов, направленных на поддержку и развитие предпринимательства (малого бизнеса) проблемы остаются теми же самыми, что и в 90-е годы прошлого века. Это отсутствие стартового капитала, высокий банковский процент за кредит, высокие налоги, трудности с получением помещений, недостаток высококвалифицированных кадров и многие другие [9. С. 3 32]. По нашему мнению, необходимо ослабить налоговое бремя, которое при отсутствии или недостаточности стартового капитала, душит малый бизнес. Малые предприятия должны освобождаться от уплаты налогов в первые три года работы предприятия, а затем платить налог при условии превышения прибыли стоимости основных фондов. При таких условиях предприниматель будет заинтересован во вложении средств в основной капитал предприятия, а это дополнительные рабочие места и уменьшение безработицы, увеличение количества произведённой продукции и прибыли.

Различие этих понятий связано ещё с тем, что предприниматель, в отличие от наёмного работника, сам решает, какие факторы производства, их количество и качество, будут использоваться, а какие не будут использоваться вовсе. Затем, на первых порах предпринимательской деятельности доминируют мотивы, связанные с низким уровнем пирамиды потребностей А. Маслоу. По мере успеха происходит выравнивание и потребности всех уровней становятся равнозначными, т. е. можно говорить о том, что пирамида потребностей принимает форму прямоугольника, в котором все потребности равнозначны. Из этого не следует, что мотивация трудовой деятельности исключает потребности высшего порядка.

Человек – индивид общественный и, как общественный индивид, нуждается в признании обществом. Оно приходит лишь тогда, когда успешно развивается бизнес. Успешное развитие бизнеса приводит к парадоксальному явлению – снижению ценности получаемых доходов. Стремление к материальному благополучию, к удовлетворению потребностей, столь важное в начале пути, перестаёт быть самоцелью в момент достижения предельного материального уровня. Согласно теории предельной полезности ценность денег находится в обратной зависимости от их количества. Поэтому предприниматели стремятся препятствовать снижению полезности денег. Каким образом? Отказаться от

получения денег – это противоречит цели предпринимателя. И, тем не менее, он находит способы сохранить полезность денег – уменьшить их полезность сегодня ради получения большего количества в будущем. Часть полученных доходов предприниматели передают различным фондам и организациям: благотворительные фонды, фонды восстановления храмов, гранды, стипендии и т. п. Эта деятельность получила название спонсорства и меценатства. С одной стороны в основе этого лежат традиции русского христианства, а с другой – прагматизм, о котором говорилось выше.

Человек, как индивид общественный, стремится к признанию обществом, меценатство и спонсорство ускоряют этот процесс. А последующая деятельность приносит предпринимателю больший товарный оборот и, следовательно, большую прибыль.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркс К. Капитал. ПСС. – М.: Политиздат, 1960. – Т. 23. – 907 с.
2. Пейши У., Смит А., Риккардо и др. Классика экономической мысли. – М.: ЭКСМО, 2000. – 895 с.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Политиздат, 1982. – 237 с.
4. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха / Пер. с англ. – М.: Прогресс-Универс, 1991. – 120 с.
5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Принципы, проблемы и политика. Пер. с англ. 11-ое изд. Т. 1. – М.: Республика, 1993. – 399 с.

Другим способом, препятствующим снижению полезности денег, является, по нашему мнению, уход предпринимателей в политику. Это, с одной стороны, ускоряет признание предпринимателя как индивида общественного, а с другой – позволяет увеличить эффективность своего бизнеса и доходов.

Итак, предпринимательство есть в своей сути явление чисто экономическое; деятельность, не вписывающаяся в правовые рамки общества, не есть предпринимательство.

Затем предприниматель может заниматься различными видами деятельности, в том числе и политической.

И, наконец, предпринимательство есть самостоятельная деятельность граждан и их объединений, а предприниматель – человек, идущий на риск.

6. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование труда. – М.: Гросс-Медиа, 2006. – 224 с.
7. Бусыгин А.В. Предпринимательство. – 2-е изд. испр. – М.: Дело, 2000. – 560 с.
8. Лапуста М.Г. Предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 608с.
9. Малый бизнес / под ред. В.Я. Горкфинкеля. – М.: КНОРУС, 2009. – 336 с.

*Поступила 16.11.2009 г.*