

## ДИНАМИКА СОЦИАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФУНКЦИИ

Горланов Г. В., Деханова Н. Г.

*Статья посвящена исследованию динамики трансформации функций предпринимательской деятельности, формирования ее доминирующей составляющей и расширения круга носителей (субъектов). Раскрывается роль трансформации рабочей силы в человеческий капитал в социализации предпринимательской деятельности и ее социально-экономические последствия.*

*The article investigates the dynamics of transformation functions of entrepreneurial activity, the formation of its dominant component and range of carriers (operators). Reveals the role of the labor force in the transformation of human capital in the socialization of business activity and its social and economic consequences.*

**Ключевые слова:** предприниматель, предпринимательские функции, человеческий и интеллектуальный капитал, инновационная экономика, постиндустриальное общество, трудовое партнерство.

**Keywords:** entrepreneur, entrepreneurial functions, human and intellectual capital, innovative economy, post-industrial societies of, employment partnership.

Бытовало и продолжает иметь место мнение, что «предприниматель - это тип человека, который в силу *специфических свойств своей личности* может выполнять в экономике особую роль<sup>[1]</sup>». «А в качестве предпринимателей могут выступать как специально обученные профессионалы (выпускники элитарных бизнес-школ), так и “любители”, не имеющие никакой профессиональной подготовки»<sup>[2]</sup>. Даются (делаются) оценки (заключения), что эти специфические свойства столь же редки, как, к примеру, поэтические, композиторские и прочие им подобные. Насколько это соответствует действительности? И насколько в данном контексте учитывается субъектная динамика феномена под воздействием прогресса производительных сил и производственных отношений? Как известно, в одну реку нельзя войти дважды! На определенных этапах общественного развития одних свойств личности становится явно недостаточно. Становятся необходимы знания, умение, опыт, словом, все то, что входит в понятие «компетентность».

Как научная категория предпринимательство есть общее понятие, отражающее наиболее существенные связи и отношения с окружающей экономической средой его носителя как знакового субъекта рыночной экономики, выполняющего в ней в силу этих обстоятельств специфическую (особенную) функцию обеспечения (осуществления) эффективного функционирования и развития данной экономической системы. Его стержнем является рациональное поведение в системе рыночных связей и отношений. Это рациональное поведение всегда объективно обусловлено

внешней и внутренней средой своего осуществления. А это означает, что и функции предпринимателя не могут быть раз и навсегда данными, неизменными. Они носят исторически обусловленный характер. В связи с этим и выработанные экономической мыслью на протяжении двух с половиной столетий функционирования и развития капиталистической рыночной экономики концепции предпринимательства[3] отражают, на наш взгляд, свое время и доминирующий фактор, обуславливающий эффективное функционирование и развитие данной экономической системы в данный исторический период.

Отечественные исследователи выделяют несколько волн ее трактовки в экономической мысли Запада. При этом одни в основу этой классификации закладывают хронологический, а другие функциональный принцип (признак). Вместе с тем должно в обязательном порядке учитываться то важное обстоятельство, что каждая из трактовок сущности и содержания функции предпринимательства отражала в момент своего появления конкретный этап экономического развития в целом и научно-технического, в частности, с неременной поправкой на складывающуюся экономическую (рыночную) конъюнктуру. Иными словами, эволюция подходов к определению сущности и содержания предпринимательской деятельности отражает эволюцию общества и экономики, соответствующих этапов развития экономической мысли.

Термин «предпринимательство» на заре капитализма ввел Р. Кантильон в XVIII в. для описания риска предпринимателя как основной функциональной характеристики предпринимательства. По Р.Кантильону, предприниматель есть любой индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются и надеждой получить доход, и готовностью к потерям. Это человек, подвергающий себя риску непостоянных доходов: крестьянин, ремесленник, торговец, разбойник, нищий и т.п., но не рабочий и государственный чиновник с постоянным жалованием и не земельный собственник, имеющий ренту. Приобретая чужие товары (производственные и потребительские) по известной цене и выплачивая земельным собственникам фиксированные подати, он надеется продать свои товары по цене более высокой, но пока ему неизвестной в силу природной или рыночной неопределенности.[4] Эту идею, в основе которой трактовка предпринимательской функции как бремени риска и неопределенности в процессе экономического развития, в XIX веке развили Дж. Тюнен, Д. де Треси, Г. Мангольт и др. В 20-е годы минувшего столетия в преддверии мирового экономического кризиса элементы риска и неопределенности стали центральными в концепции предпринимательства основателя Чикагской школы экономической теории Ф. Найта.

На этапе становления капиталистических рыночных отношений в условиях общего недостатка ресурсов для экономического роста и превалирования института индивидуальной собственности вполне естественно определение предпринимателя в трудах классиков политической экономии сначала как собственника капитала (Ф. Кенэ, А. Смит, Д. Рикардо). Более того, у Ж.Тюрго, а позднее у немецких историков (В.Рошер, Б.Гильдебранд), собственник, управляя своим капиталом, совмещает эти функции с собственным производительным трудом. Здесь превалирует частная функция предпринимателя-собственника – обеспечение расширенного воспроизводства его движимости и недвижимости. Латентно-общественная функция удовлетворения платежеспособного спроса носит подчиненный характер.

Процессы концентрации и централизации капитала и в особенности возможности мобилизации финансовых ресурсов в акционерных обществах способствовали отходу от отождествления капиталиста-собственника и предпринимателя. В этих условиях предпринимателя все реже отождествляют с собственником-капиталистом, а рассматривают как организатора производства, не располагающего всем пучком правомочий собственника[5]. Такого взгляда придерживались Ж.Б.Сэй и Дж.С.Милль, К. Маркс. Позднее определение предпринимателя как менеджера прочно утвердилось в работах неоклассиков (А.Маршалла, Л.Вальраса, К.Менгера, Ф.Визера), которые считали, что развитие экономической мысли происходит параллельно с изменениями реального предпринимателя.[6]

Индустриальный период развития капиталистической экономики в преддверии научно-технической революции середины прошлого столетия потребовал новых подходов к определению сущности и функций предпринимательства. В наиболее концентрированном виде это нашло свое отражение в трактовке Й. Шумпетером предпринимательства как новаторства, то есть выделением инновационности как его доминирующей отличительной черты. В соответствии с Шумпетером, эта деятельность заключается в осуществлении "новых комбинаций", основными видами которых являются: 1) производство новых благ; 2) применение новых способов производства и коммерческого использования благ существующих; 3) освоение новых рынков сбыта; 4) освоение новых источников сырья и 5) изменение отраслевой структуры (создание или подрыв монополии)[7]. А носителями этой деятельности – предпринимателями - он называет «...хозяйственных субъектов, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как его активный элемент».[8] По Шумпетеру, они не являются носителями особой профессии или представителями какого-то специфического класса. Речь идет именно о функции, осуществляемой

периодически и разными субъектами. В каждой хозяйственной сфере она с течением времени затухает, сменяясь рутинизирующими действиями. При этом следует учитывать и то важное обстоятельство, что латентно-общественная функция предпринимательства в исторической динамике имеет тенденцию к усилению. По мнению Л.Мизеса и Ф.Хайека, "...делом предпринимателя является не просто экспериментировать с новыми технологическими методами, а отобрать из множества... возможных методов именно те, которые наиболее выгодны для снабжения самым дешевым способом людей тем, в чем они в настоящий момент больше всего нуждаются"<sup>[9]</sup>.

В контексте институциональной экономики (Р.Коуз, Д. Норт, О.Уильямсон) предприниматель становится субъектом, который делает выбор между контрактными отношениями свободного рынка и организацией фирмы в целях экономии трансакционных издержек. Тем самым предпринимательство становится особым регулирующим механизмом институтов рынка, который отличается от ценового механизма и механизма государственного регулирования, а в чем-то представляет собой альтернативу им обоим.

Современная волна развития теории и практики предпринимательской функции связана также с переходом на междисциплинарный уровень анализа проблем предпринимательства. При этом предпринимательство рассматривается как основа инновационной экономики, в которой работает «коллективный предприниматель» – собственники, предприниматели, менеджеры, рабочие. Предпринимательство в современном обществе перестает быть уделом одиночек, которые руководствуются своими корыстными интересами и определяют потребность в сотрудничестве, поскольку без активности менеджеров и рабочего персонала невозможно осуществлять нововведения, отсюда и понятие «коллективная инновационная функция». Эта функция реализуется среди многих участников крупного делового предпринимательства и воплощается в «латентной техноструктуре» (Дж. Гэлбрейт), т.е. неформальной структуре деловых отношений людей, которые готовы проявить себя, часто – рискнуть и воспользоваться шансами, которые предоставляет им идея предпринимательского стиля управления (инновационного менеджмента). Труд неформальной команды – типичная современная форма предпринимательской деятельности, которая предусматривает реализацию новых комбинаций факторов производства для создания новых продуктов. Если рассматривать феномен инновации как сущность предпринимательства, то в первую очередь следует выделить системный аспект инновации: так, введение нового элемента в уже существующие элементы создает новое экономическое качество. Поэтому характерной чертой нового предпринимателя является способность увидеть систему там, где другие видят только не

связанные между собой элементы»[\[10\]](#). Более того, предприниматель, по Т.Шульцу, - это человек, способный справиться с неравновесной ситуацией как в экономической деятельности, так и вне ее. Эта способность - редкий ресурс, а предположение его зависит от соотношения предельных выгод и затрат, связанных с приобретением данного вида человеческого капитала. Вкладывая средства в свой человеческий капитал и предлагая этот специфический ресурс на рынке, предприниматели способствуют устранению неравновесных ситуаций в окружающем их мире[\[11\]](#).

В настоящее время в теоретических исследованиях уделяется внимание предпринимательству не только как способу ведения дел на самостоятельной, независимой основе, но и внутрифирменному предпринимательству, или интрапренерству. Термин "интрапренер" был введен в оборот американским исследователем Г.Пиншо. Он же впервые использовал и другой термин, производный от первого, - "интракапитал". Появление интрапренерства связано с тем фактором, что многие крупные производственные структуры переходят на предпринимательскую форму организации производства. Поскольку предпринимательство предполагает обязательное наличие свободы творчества, то подразделения целостных производственных структур получают право на свободу действий, что подразумевает и наличие интракапитала - капитала, необходимого для реализации идей, лежащих в основе внутрифирменного предпринимательства[\[12\]](#).

Таким образом, предпринимательская функция под непосредственным воздействием научно-технического прогресса, усложнения рыночных отношений постоянно обогащается за счет включения качественно новых аспектов (составляющих), выполняемых неуклонно расширяющимся кругом субъектов трудовой деятельности. В силу этих обстоятельств если изначально носителем (субъектом) предпринимательской деятельности выступал исключительно собственник капитала, то на определенном этапе развития эта функция начинает во все возрастающей мере переходить сначала к менеджерам, затем к конструкторам, технологам и прочим «белым воротничкам» и, наконец, в постиндустриальной экономике частично к возрастающей части всего наемного персонала.

Как известно, это обстоятельство еще в середине XIX-го века нашло свое отражение в известном положении К.Маркса о капитале-собственности и капитале-функции. В дальнейшем оно же, на наш взгляд, дало основание для появления теории революции управляющих. Основоположником концепции революции менеджеров считается американский социолог Адольф Берли,[\[13\]](#) хотя истоки теории о самостоятельной роли менеджеров можно обнаружить уже в работах американского социолога и экономиста, родоначальника технократической теории о власти Торстейна Веблена на

рубеже XX в. Свою концепцию А. Берли впервые обнародовал (совместно с Д. Минзом) в 1932 г., а затем развил ее в ряде последующих работ[14]. Смысл этого явления – радикальное перераспределение власти в управлении предприятиями от собственника к наёмным менеджерам. Одиночка-капиталист уходит в прошлое, уступая место акционерам. На этом фоне властные полномочия менеджеров существенно расширяются. В круг его задач входит разработка общей стратегии предприятия, формулирование политики, способной сделать его успешным и прибыльным[15]. В дальнейшем Дж. Гэлбрэйт включил его в состав «техноструктуры», а позже назвал «квалифицированными руководителями». Идея А. Берли получила свое развитие в работах множества его последователей. Согласно их взглядам, менеджер выступает не просто как агент собственников капитала, а как координатор требований различных социальных групп, сводящий эти требования в «конструктивные и приемлемые для общества» рамки.[16] Таким образом, основной акцент делается на том, что, в частности, по мнению Джеймса Бёрнема, в результате революции менеджеров капитализм исчезает, но на смену ему идет не социализм. Возникает новый тип планового, централизованного общества, которое не будет ни капиталистическим, ни в каком бы то ни было принятом смысле слова демократическим. Правителями этого нового общества будут те, кто фактически контролирует средства производства: администраторы компаний, техники, бюрократы и военные, которых Бёрнем объединяет под именем «менеджеров». Эти люди устранят прежний класс капиталистов, сокрушат рабочий класс и организуют общество таким образом, что вся власть и экономические привилегии останутся в их руках. Права частной собственности будут отменены, но не будет и общественной собственности.[17]

В 70-е годы менеджмент-бум, по мнению Питера Друкера, закончился. Выросло недоверие к официальной доктрине управленческой революции, которую стали считать уже чисто идеологическим или философским явлением.[18] Вместе с тем сама идея радикального перераспределения власти в управлении предприятиями от собственника к наёмным менеджерам, если отбросить ее идеологическую составляющую, представляется вполне обоснованной. Более чем полувековая бизнес-практика развитых стран наглядно свидетельствует о том, что менеджеры и технократы, удельный вес которых в общей численности занятых в производстве благ и услуг неуклонно возрастает, выступают не только и не столько как исполнители, сколько как партнеры своего работодателя, выполняя не только исполнительские, а во все возрастающей мере предпринимательские функции. Но и этим не ограничилось. Научно-техническая революция середины минувшего столетия, в особенности информационная революция, существенно расширили круг субъектов трудовой деятельности, начавших выполнять не только исполнительские, но по

существо творческо-предпринимательские функции в рамках своих профессиональных обязанностей. В ходе всех этапов научно-технической революции середины минувшего столетия и особенно информационной, начавшейся на рубеже тысячелетий, данная тенденция расширения круга субъектов деятельности-носителей предпринимательской функции обрела новую силу, все более усиливается и крепнет.

Заметим в этой связи, что трудовая деятельность всегда осуществлялась ранее и осуществляется поныне в качественно определенной социально-экономической форме. При этом каждый этап развития общества и экономики характеризуется конкретной, качественно определенной социально-экономической формой реализации способности к труду (личного фактора). Ее качественная определенность всегда объективно обусловлена состоянием производительных сил общества и соответствующими общественными отношениями и институтами. В условиях рыночно-капиталистических отношений способность к труду (личный фактор) последовательно реализуется в социально-экономической форме рабочей силы, человеческого капитала, интеллектуального капитала.

Тенденция трансформации рабочей силы как качественно определенной исторически данной социально-экономической формы реализации способности к труду в человеческий капитал несет в себе важные последствия социально-экономического характера. Они заключаются в том, что носитель трудовой деятельности начинает выполнять в значительной мере не свойственные ему ранее творческие функции воздействия на эффективность функционирования и развития экономической системы в целом, то есть фактически предпринимательские функции. Реально это становится возможным лишь в условиях новой информационной экономики имманентного ей постиндустриального общества.

Теория постиндустриального общества впервые была изложена в книге американского социолога Д. Белла «Грядущее постиндустриальное общество»[\[19\]](#). В этой работе Белл конструктивно осмыслил масштабные подвижки, имевшие место в экономике и обществе западных стран, и сделал вывод о том, что наметился переход от индустриальной стадии развития к постиндустриальной, с преобладанием в экономике не производственного сектора, а сектора услуг. «Информационные издержки, как ранее затраты труда или капитала, становятся основными и в чисто количественном аспекте»[\[20\]](#). Инновационные стратегии определяются уже не только и не столько вещественными факторами, сколько достижениями «теоретического знания, созданием новой интеллектуальной технологии, ростом класса носителей знания»[\[21\]](#). При этом

ключевое значение в этом процессе выполняют информационные технологи, которые в возрастающей мере стали охватывать все сферы жизнедеятельности общества и экономики. В новой экономике, «в каждой произведенной человеком вещи содержится информация, свидетельствующая о реализованных в ней знаниях, умелости ее создателя»<sup>[22]</sup>.

Кроме того, переход от постиндустриального общества к информационному в развитых странах сопряжен с качественными подвижками, характеризующими их экономику как инновационную. Доля инновационного сектора экономики постоянно возрастала и составляла в этих странах уже на рубеже тысячелетий 45 -65%<sup>[23]</sup>. Именно инновации, отразившиеся в разработке и внедрении новых технологий, обусловили повышение степени рыночной конкуренции предприятий, рост эффективности производства и повышения потребительских качеств товаров и услуг. Инновации, как показывает история экономического подъема развитых стран, обеспечили развитие систем производства и потребительского рынка<sup>[24]</sup>. В силу этих обстоятельств интеллектуализация трудовой деятельности становится неотъемлемым атрибутом, закономерностью функционирования и развития современной экономики и общества.

Превращение науки в непосредственную производительную силу общества, усложнение и удорожание научно-технических изысканий потребовали интенсивного развития носителя трудовой деятельности, трансформации социально-экономической формы реализации способности к труду, поскольку «в эпоху НТР на более высоком уровне развития промышленного производства и рыночных отношений производительные силы человека функционируют и воспроизводятся уже не в товарной форме, а в форме человеческого капитала»<sup>[25]</sup>. В этих условиях система экономических отношений в целом находится в состоянии медленного перехода от «экономики товара через экономику денег к экономике человеческих способностей»<sup>[26]</sup>. «Наиболее существенным шагом в экономическом развитии нашей эпохи, - отмечает в этой связи О.Тоффлер, - стало возникновение новой системы получения богатства, использующей не физическую силу человека, а его умственные способности»<sup>[27]</sup>. В результате было переосмыслено место и роль человека в социально-экономическом развитии. Если в индустриальном обществе человек воспринимался лишь как винтик экономического механизма, то в условиях зарождения постиндустриальной экономики происходит резкое возрастание значимости творческих, по существу предпринимательских способностей человека, необходимых для поддержания конкурентоспособности хозяйственных систем.



Новая экономика выдвигает на первый план творческого работника, способного активно влиять на эффективность функционирования и развития данной экономической системы. А это означает, (и это самое главное!) что качественно изменяются его ролевые функции в процессе трудовой деятельности. Эффективное развитие материального производства создало реальные предпосылки для решения этой проблемы, а уровень социальных услуг (общего и профессионального образования, здравоохранения, науки, культуры, искусства, физкультуры и спорта) явился условием повышения качественных характеристик носителей трудовой деятельности.

В инновационной экономике востребован работник нового типа. Имманентными ему чертами становится не только высокая компетентность на базе высокой общеобразовательной и профессиональной подготовки, но инициативность и ответственность, поскольку такой работник непосредственно на своем рабочем месте задействован в рамках выполняемых им технологических функций в процесс подготовки и принятия управленческих решений, контроль за их выполнением. Он не отчуждается от этой деятельности, а становится субъектом ее присвоения. Сегодня эффективность производства в решающей мере зависит от инициативы и творческого отношения к делу всех его участников – рабочих, инженеров, менеджеров. Поэтому каждый носитель трудовой деятельности должен не только выступать квалифицированным пользователем непрерывно обновляющихся и совершенствующихся технических устройств и технологий, но и постоянно участвовать в их совершенствовании, искать принципиально новые, все более плодотворные технические, организационные, экономические и социальные решения. Сотрудники, остановившиеся в своем развитии и значительно потерявшие его динамику, перестают развивать компанию и ее бизнес и, следовательно, перестают быть востребованными ими.

Иными словами, современный этап научно-технической революции закрепил решающую роль человеческого фактора в производственно-хозяйственной деятельности. Ныне предприятие не может добиться высокого качества товаров и услуг и, следовательно, выжить в обостряющейся конкурентной борьбе без эффективного использования человеческого капитала. Сложная техника и информационные технологии требуют адекватной квалификации работников. Более того, поскольку тенденции перемен качества труда все в большей мере характеризуются его интеллектуализацией, то вопрос массовости получения высшего образования скорее не результат потребительских предпочтений, а объективная необходимость, формирующая конкурентоспособность человека на рынке труда. Интеллектуализация трудовой деятельности становится неотъемлемым атрибутом, закономерностью функционирования и развития современной экономики и общества. Имеет место

динамичное нарастание инновационной составляющей жизнедеятельности в целом и трудовой деятельности в частности. Интеллект становится фактором деятельности.

Компьютеризация производства, усложнение средств труда потребовало работников нового типа - образованных, ответственных, психологически устойчивых, творчески мыслящих. Стало непреложным фактом, что высокотехнологичное производство невозможно без всесторонне развитого и комфортно живущего человека. Не случайно в этой связи Ф. Махлуп ввел в оборот выражение «knowledge worker», обозначающее новый тип работника, которому присущи ориентация на самореализацию и самовыражение, а не на сиюминутную выгоду.<sup>[28]</sup> В первую очередь, они ориентированы на оперирование в своей работе информацией и знаниями, их профессиональная деятельность не зависит от собственности на средства и условия деятельности. Интеллектуальные работники идентифицируют себя скорее с профессией, нежели с конкретной организацией или рабочим местом. Работодатель уже не может диктовать им жесткие условия. Знания, которыми они обладают, дают им свободу передвижения, поскольку эти специалисты востребованы во многих учреждениях и на предприятиях. Им присуща значительная социальная мобильность.

К данной категории интеллектуальных сотрудников, как правило, относят: программистов, юристов, дизайнеров, консультантов, экспертов и аналитиков, бизнес-тренеров и людей многих других профессий, *способных без физических средств производства и без поддержки организации создать готовый продукт (выделено нами Г.Г., Н.Д).*<sup>[29]</sup> Поэтому основным производственным оборудованием современного предприятия становятся не станки и высокоинтеллектуальные компьютеры, а человеческие головы. Эту задачу роста эффективности функционирования и развития экономической системы работодателю не удастся решить покупкой нового импортного оборудования, а придется делать, как остроумно и образно замечают отечественные авторы, "апгрейд"<sup>[30]</sup>, «повышение класса», переход на следующую ступень в развитии усовершенствования уже существующих голов.

Некоторые склонны полагать, что это высококвалифицированные ученые и специалисты, которые успешно применяют свои знания в области предпринимательства *с целью личного обогащения.*<sup>[31]</sup> Но имеются и прямо противоположные мнения относительно их целеполагания, поскольку многие из них определяют свои наиболее принципиальные интересы не в терминах максимизации личного богатства, а в категориях собственного интеллектуального роста и развития. Как справедливо замечает в этой связи Е.Юртайкин, «многие исследования показывают, что акценты во внутренней

мотивации интеллектуальных работников значительно отличаются от акцентов в мотивации традиционных сотрудников. Все как будто переворачивается с ног на голову. Наиболее значимым мотивом становится стремление к новому: новому опыту, новым задачам. При этом на второй план уходят такие традиционные мотиваторы, как: материальное и нематериальное вознаграждение, комфортность рабочего места, график работы. Развитие и "челлендж"[\[32\]](#) становятся основой внутренней мотивации "золотых воротничков"[\[33\]](#).

В области их предпринимательской мотивации особое значение имеет "потребность в достижениях", впервые описанная американским психологом Д. Макклеландом. Потребность в достижениях, по его определению, это желание хорошо себя проявить в конкурентной ситуации, где результаты индивидуальных усилий могут быть объективно измерены; это свойство человека, заставляющее его придавать главное значение формальному успеху, победе, а не содержательному их наполнению. Человек, максимизирующий удовлетворение своих потребностей, ориентируется на конечный результат (потребление); человек, испытывающий потребность в достижениях, - на промежуточный. Его цели: 1) сделать лучше другого; 2) сделать так, чтобы это соответствовало собственному критерию качества или превосходило его; 3) сделать что-либо уникальное; 4) продвинуться в карьере. Отсюда и принципиальная безграничность его стремлений.[\[34\]](#)

Далее. Мощной движущей силой расширения круга носителей предпринимательских функций становится в современных условиях растущая, динамично набирающая силу тенденция качественных изменений потребительских запросов. Для современного общества характерной становится тенденция индивидуализации предпочтений потребителей как способа самовыражения личности. Поэтому (в силу этих обстоятельств) современный производитель уходит от стратегии массового производства, ориентированной на большие объемы выпуска, обеспечивающей снижение себестоимости продукции, поскольку рынок сегодня – это рынок дифференцированных запросов потребителей и динамики предложений. основополагающим фактором экономической эффективности современного производства становится не столько снижение себестоимости продукции, сколько учет и удовлетворение индивидуальных потребностей потребителей. Необходимость постоянного обновления продукции и жесткая конкуренция на соответствующих сегментах мирового рынка служат тому зримым доказательством. Своеобразной формой выражения данной тенденции является (может служить), в частности, практика наличия и продвижения мировых брендов потребительских товаров: одежды, обуви, косметики, галантереи, электроники, бытовых приборов и т.д.

Бренд как узнаваемый потребителем концептуально выработанный набор товаров и услуг отражает в его глазах образ, имидж, репутацию компании, продукта или услуги. [35] С точки зрения потребительской психологии (consumer research) бренд есть информация, сохранённая в памяти потребителей. Целью продвижения бренда является создание монополии в данном сегменте рынка.

Американской ассоциацией маркетинга (англ. American Marketing Association) он определяется как «имя, термин, знак, символ или дизайн, или комбинация всего этого, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также для отличия товаров или услуг от товаров или услуг конкурентов».

Обязательным условием успешного существования и функционирования бренда является соблюдение общего фирменного стиля — визуального и смыслового единства образа организации. Элементами фирменного стиля являются: название продукта, логотип, товарный знак, знак обслуживания, фирменное наименование, фирменные цвета, слоган, стиль и цвета спецодежды сотрудников предприятия, а также иные объекты интеллектуальной собственности, принадлежащие организации. Его характеристиками являются: гарантированное качество; общеизвестность; престижность; общедоступность (с точки зрения возможности покупки); наличие значительного количества лояльных покупателей; легкоузнаваемое название и логотип; глобальная распространённость данной торговой марки. [36] Тем самым возрастает число направлений деятельности и ее носителей, связанных с критически важными аспектами деятельности предприятия (фирмы).

В силу этих обстоятельств успех закрепления и продвижения бренда в конечном итоге зависит от качества (высокого профессионализма) не только маркетологов, но и всего персонала фирмы, начиная с ее топ менеджеров и заканчивая непосредственными производителями данного продукта или услуги. Эти работники должны иметь высочайшую квалификацию для удовлетворения потребностей клиентов. Отсюда объективная необходимость задействования всего персонала фирмы в осуществлении в кратчайшие сроки разработки и производстве новой продукции высокого качества и функциональности для адресного потребителя. Это означает, что и в данном случае мы сталкиваемся с расширением круга носителей предпринимательских функций, необходимостью трудового партнерства на трудовой (технологической) основе организации разработок новшеств, их производства и сбыта на узкоспециализированных нишах мирового рынка.

Таким образом, если на предшествующих этапах научно-технического прогресса от подавляющего большинства специалистов – носителей трудовой деятельности требовался четко регламентированный диапазон знаний, необходимый и достаточный для исполнения своих обязанностей в соответствии со строго определенными правилами, то на рынке труда сегодня «ценится уже не формальное образование, т.е. информированность, а знания, т.е. способность к созданию нового, к самостоятельной творческой, созидательной работе»[37]. Эффективность современной хозяйственной деятельности в решающей мере зависит от инициативы и творческого отношения к делу всех его участников – исследователей, менеджеров, инженеров, рабочих. Каждый из них должен быть не только высококвалифицированным пользователем непрерывно обновляющихся техники и технологий, но и постоянно участвовать в их совершенствовании, искать и находить принципиально новые, все более плодотворные организационные, технические, экономические и социальные решения[38]. То есть по сути дела решения предпринимательского характера, имманентные реализации человеческого капитала как такового, неуклонно прогрессирующего за счет усиления его интеллектуальной составляющей.

Носитель деятельности начинает частично выполнять определенные предпринимательские функции частного и латентно-общественного характера. К числу частных относится функция максимизации прибыли и сопутствующие ей функции организации производства, взятия на себя риска, исполнения властных полномочий. К числу латентно-общественных – функции удовлетворения платежеспособного спроса, обеспечения образования общественного продукта, оптимального комбинирования факторов производства и инновационную функцию.

Именно максимизация прибыли, достигаемая через устойчивое функционирование и развитие данного предприятия (фирмы), что прежде всего находит свое выражение в его конкурентоспособности, достигаемой за счет новаций в организации деятельности (хозяйственного процесса), ее научно-технической оснащенности, востребованности продукта деятельности в данном рыночном сегменте, в конечном итоге, является функциональной обязанностью как менеджеров-управленцев, так и смыслом (профессиональной обязанностью) деятельности работников научно-исследовательских и опытно-конструкторских подразделений фирмы. Риск принятия решений, связанных с организацией деятельности данной экономической системы (предприятий, фирмы), инновационной стратегией ее развития также является обоюдоострым как для работодателя, так и менеджера, и конструктора, поскольку в кризисной ситуации собственник теряет капитал, а менеджер и ученый-конструктор, технолог – свой имидж, т.е. фактически накопленный

интеллектуальный капитал, и, следовательно, перспективы профессиональной востребованности на рынке предложений соответствующих услуг.

Наконец, уже по характеру своих функций, то есть по определению, значительная часть всех этих белых, золотых и платиновых воротничков обладают властными полномочиями. Это прежде всего касается права пользования, т.е. права применения полезных свойств, благ для себя; права управления, т.е. решения, как и каким образом объект собственности может быть использован и, наконец, права на доход, т.е. права обладать результатами от использования благ.

Таким образом, именно становление и утверждение человеческого капитала как качественно новой социально-экономической формы реализации способности к труду дает мощный импульс расширению круга субъектов предпринимательской деятельности. В рамках социально-экономической формы «рабочая сила» реализоваться не может, поскольку последняя не обладает соответствующими предпосылками. Ей не присущи качества, необходимые и достаточные для реализации носителем трудовой деятельности профессиональных функций, в которых априори заложены предпринимательские начала. Эти профессиональные качества имманентны другой социально-экономической форме реализации способности к труду - человеческому капиталу.

В результате проведенного ретроспективного анализа динамики предпринимательской функции и расширения круга ее носителей (субъектов) приходим к следующим выводам обобщающего характера.

Функции предпринимательства есть органическая целостность (система) функциональных составляющих, сформировавшихся на всех этапах развития рыночной экономики и общества при доминирующей роли составляющей современного периода. "Это как в фуге, где появляется новый звук, но предыдущие звуки все еще продолжают звучать" (Замбарт)[39]. Хотя это образное высказывание относится к характеристике структуры национальной экономики, оно, на наш взгляд, вполне применимо и к содержательной характеристике функции предпринимательства на каждом этапе ее исторической динамики. Поэтому она есть система пропорций, которые характеризуют предпринимательскую деятельность в данных условиях и в данный момент. В каждый из них функции, имманентные предпринимательству на предшествующих этапах развития, не уходят в небытие, не отмирают, не устраняются целиком и полностью. Они сохраняются, но перестают играть доминирующую роль. Роль доминанты начинают выполнять качественно новые функции, порожденные соответствующим этапом развития общества и экономики. Возникающие на этой

волне новые субъекты реализации предпринимательских функций выполняют не только их доминирующую составляющую, но, так или иначе, всю их сложную целостность. Ведь каждый из них в известной мере, частично реально является субъектом права собственности в рамках пучка правомочий собственника, обусловливаемых его должностными обязанностями, субъектом (носителем) риска функционирования и развития данной экономической системы и т.д. и т. п. Каждый рискует как собственник своего человеческого и интеллектуального капитала степенью его рыночной востребованности. Каждый в постиндустриальной (информационной) экономике, в рамках которой рабочая сила трансформировалась в человеческий капитал, в той или иной мере и области осуществления своей трудовой деятельности по определению является инноватором.

Историческая динамика такова, что круг носителей предпринимательской функции под непосредственным воздействием научно-технического и общественного прогресса неуклонно расширяется. В современный период данное расширение идет в контексте трансформации рабочей силы в человеческий капитал, а последнего в интеллектуальный. Такие характерные черты предпринимательской деятельности, как риск, реализация правомочий собственника, инноваторство, минимизация транзакционных издержек и т.п. становятся внутренне присущими чертами профессиональной деятельности существенной части носителей человеческого и интеллектуального капитала. Для ее представителей имманентен предпринимательский тип экономического поведения, иницирующий интерес к конечным результатам хозяйствования не только в краткосрочной, но и в долгосрочной перспективе.

Но эта трансформация является привилегией постиндустриального общества. Именно здесь открываются возможности и формируются предпосылки решения и проблемы эффективной мотивации, и извечной социальной проблемы органического единения труда и собственности: значительная часть субъектов хозяйственной деятельности постиндустриальной экономики, задействованных в данном бизнес-проекте, то есть собственники-акционеры, золотые и белые воротнички выполняют в рамках своих функционально-профессиональных обязанностей предпринимательские функции и фактически становятся партнерами в совместной бизнес-деятельности. При этом имеет место ослабление одной частной предпринимательской функции собственника – обеспечения расширенного воспроизводства его движимости и недвижимости и усиление, нарастание другой – расширенного воспроизводства способности к труду, возможностей самореализации личности, адекватной латентно-общественной инновационной функции.

---

[1] <http://www.libsid.ru/istoriya-zapadnoy-ekonomicheskoy-misli>

[2] <http://website-seo.ru/024501011812.html>

[3] «Концепции предпринимательства – способ познания и совокупность идей, положений в основу предпринимательства и предпринимательской функции, а также их изменение в процессе эволюции экономической системы капитализма». См.: <http://www.topknowledge.ru/>

[4]<http://www.topknowledge.ru>

[5] Некоторые исследователи полагают, что в этот период « сложилось его понимание как организатора производства, вовсе не обязательно располагающего правами собственности». Это явно противоречит теории права собственности, поскольку менеджер по определению в рамках своих должностных функций реализует такие ветви пучка правомочий как право владения, право пользования, право управления. См.: <http://www.topknowledge.ru>

[6] См.:<http://www.topknowledge.ru>

[7] Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1983. С. 159.

[8] Там же. С. 169—170.

[9] [http://www.ug.ru/old/ug\\_pril/ol/98/35/t8.htm](http://www.ug.ru/old/ug_pril/ol/98/35/t8.htm)

[10]<http://www.topknowledge.ru>

[11]<http://www.libsid.ru/istoriya-zapadnoy-ekonomicheskoy-misli>

[12] [http://www.ug.ru/old/ug\\_pril/ol/98/35/t8.htm](http://www.ug.ru/old/ug_pril/ol/98/35/t8.htm)

[13] Подробнее см.: [http://window.edu.ru/window/library/pdf2txt?p\\_id=18272&p\\_page=2](http://window.edu.ru/window/library/pdf2txt?p_id=18272&p_page=2)

[14] Berle A. A., Means G. The Modern Corporation and Private Property. N. Y., 1932; Berle. A. A. New Directions in the New World, N. Y., 1940; Berle A. A. The Twentieth Century Capitalist Revolution. N. Y. 1955; Berle A. A. Power Without Property. N. Y., 1959; Berle A. A. The American Economic Republic. N. Y. 1963.

[15] Литературная газета №26 (6178)(2008-06-25) <http://www.lgz.ru/article/4844/>

[16] См.: <http://window.edu.ru>

[17] Оруэлл Джордж Джеймс Бёрнем и революция менеджеров. Перевод с английского: Голышева В. П. [http://orwell.ru/library/reviews/burnham/russian/r\\_burnh](http://orwell.ru/library/reviews/burnham/russian/r_burnh)



[18] <http://window.edu.ru/window/library>

[19] Bell D. The Coming of Post-Industrial Society. Basic Books, 2001. [Электронный ресурс]. - [2008]. – Режим доступа: <http://www.questia.com/library>.

[20] Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.:Academia, 1999. С.38

[21] Bell D. Notes on the Post-Industrial Society / The Public Interest. 1967. № 7. P. 102

[22] Супрун В.А. Интеллектуальный капитал - главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке. М.: КомКнига, 2006. С.81.

[23] Мельянцева В. Информационная революция – феномен «новой экономики» // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 2. С. 7.

[24] Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. С. 16.

[25] Дятлов С.А. Теория человеческого капитала. СПб.: СПбУЭФ, 1996. С.9. Экономическая категория «человеческий капитал» стала активно разрабатываться, начиная со 2-й половины XX в. американскими учеными Т. Шульцем и Г. Беккером [25], получившими Нобелевские премии по экономике соответственно в 1979 и 1992 годах. Человеческий капитал основоположниками данной теории трактуется как: а) совокупность знаний, умений, навыков человека (как следствие не только врожденных талантов и способностей, но также полученного образования и приобретенной квалификации), мотиваций. Человеческий капитал обладает необходимыми признаками производительного характера, способен накапливаться и воспроизводиться; б) важнейший фактор экономического роста, актуализирующийся по мере перехода от индустриального к постиндустриальному обществу. Инвестициями в него могут быть образование, накопление производственного опыта, охрана здоровья, географическая мобильность, поиск информации. См: Капелюшников Р. И. Экономический подход Гэри Беккера в человеческому поведению // "США: экономика, политика, идеология", №11, ноябрь 1993 г.

[26] Steiner R. World Economy. L., 1938.

[27] Тоффлер О. Смещение власти: знания, богатство и принуждение на пороге XXI века. – М.: ИНИОН, 1991. По данным ООН, основанным на исследовании 192 стран, экономический рост на нынешнем этапе определяется наличием капитала на 16%, природными ресурсами - на 20%, а человеческим и социальным потенциалом - на 64%. См.: Доклад о развитии человека за 1996 год. – Нью-Йорк: Оксфорд Юниверсити пресс. – 1999.

[28] Machlup F. Knowledge: Us Creation, Distribution, and Economic Significance. Princeton (NY), 1984.

[29] [http://www.iteam.ru/publications/human/section\\_48/article\\_2283/](http://www.iteam.ru/publications/human/section_48/article_2283/)

[30] См.: [http://www.iteam.ru/publications/human/section\\_48/article\\_2283/](http://www.iteam.ru/publications/human/section_48/article_2283/)

[31] <http://www.newslab.ru/blog/198383>

[32] Челлендж - это экстремальная игра, которая развивает интеллект, эрудицию и позволяет взглянуть на этот мир с новой, нестандартной точки зрения. (Примечание наше Г.Г., Н.Д)

[33] Юртайкин Е. Особенности развития интеллектуальных работников //Управление человеческим потенциалом", 2005, №2.

[34] <http://www.libsid.ru/istoriya-zapadnoy-ekonomicheskoy-misli>

[35] Имеются и такие определения данного понятия: «Бренды — это образные представления, сохранённые в памяти заинтересованных групп, которые выполняют функции идентификации и дифференциации и определяют поведение потребителей при выборе продуктов и услуг». Франц-Рудольф Эш, профессор кафедры маркетинга университета г. Гиссен, Германия, директор Института исследования брендов и коммуникаций (Institut für Marken- und Kommunikationsforschung), Германия; «Идентифицируемый продукт, сервис, личность или место, созданный таким образом, что потребитель или покупатель воспринимает уникальную добавленную ценность, которая отвечает его потребностям наилучшим образом». Leslie De Chernatony, профессор Brand Marketing и директор Centre for Research in Brand Marketing в Birmingham University Business School, автор нескольких книг по брендингу.(См.: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Бренд> 04.11.2012)

[36] <http://ru.wikipedia.org/wiki/Бренд>

[37] Буланов В.С. «Повышение научно-образовательного уровня и качества трудовых ресурсов - закономерность перехода к инновационной экономике в XXI веке» ([Http://www.rags.ru/person/89](http://www.rags.ru/person/89)).

[38]См.: Щетинин В. Человеческий и вещественный капитал: общность и различие // МЭ и МО, 2003. № 8.

[39] Цитируется по: Барр Р. Политическая экономия: В 2-х тт. – Т.1: Пер. с фр. – М.: Международные отношения, 1995. – С.193.