Журнал правовых и экономических исследований.
Journal of Legal and Economic Studies, 2017, 4: 103–109
© А.Г. Бездудная, М.Г. Трейман, 2017

УДК 338.22:001.891

A.G. Bezdudnaya, M.G. Treiman

RESEARCH OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY AS BASIS FOR ECONOMIC RELATIONS OF BUSINESS ENTITIES

Anna Bezdudnaya – head of the Department of Production Management and Innovations, St. Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, professor, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru**.
Marina Treiman – senior lecturer, the Department of Economics and Organization of Production, St. Petersburg State University of Economics, PhD in Economics, professor, St. Petersburg; **e-mail: dekanat205@yandex.ru**.

We consider methods, subjects and structure of entrepreneurial activity as well as statistics concerning entrepreneurship in Russia. Improving the principles of entrepreneurship will contribute to successful development of the country under permanently changing economic conditions, which makes the research relevant and important.

We apply the methods of analysis and synthesis to give a precise characteristic of entrepreneurial activity of businesses and organizations. We specify and develop theoretical and methodological basis of entrepreneurship as a science and fully consider the elements of external and internal environment as well as factors directly affecting them both positively and negatively.

Keywords: *entrepreneurial activity; internal and external environment; economic entities; microenvironment; situational factors; risk nature of activity; corporate entrepreneurship.*

А.Г. Бездудная, М.Г. Трейман

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Анна Герольдовна Бездудная – зав. кафедрой производственного менеджмента и инноваций ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru**.
Марина Геннадьевна Трейман – доцент кафедры экономики и организации производства ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: dekanat205@yandex.ru**.

В статье рассматриваются методы, субъекты и структура предпринимательской деятельности, а также статистическая информация о предпринимательстве в России. Совершенствование принципов предпринимательства позволит государству успешно развиваться в постоянно изменяющихся экономических условиях, поэтому выбранная тема является актуальной и значимой.

В работе использованы методы анализа и синтеза, которые позволяют наиболее точно охарактеризовать предпринимательскую деятельность предприятий и организаций. Авторами уточнена и развита теоретическая и методологическая база науки экономики предпринимательства, а также подробно рассмотрены элементы внешней и внутренней среды субъектов предпринимательства и факторы, оказывающие на них непосредственное влияние как в положительном, так и в отрицательном аспекте.

Ключевые слова: *предпринимательская деятельность; внешняя и внутренняя среда; субъекты экономической деятельности; микроокружающая среда; ситуационные факторы; рисковый характер деятельности; корпоративное предпринимательство.*

Как известно, предпринимательская деятельность является особой формой экономической активности хозяйствующих субъектов экономических отношений и регулирует риски и прибыль от ее осуществления. Особенности и уклады предпринимательства формировались годами, и страны с рыночной экономикой имеют преимущества в формировании «предпринимательской культуры».

Ученый Ф. Хайек в своих работах отмечал, что частные лица, готовые заниматься предпринимательской деятельностью, в соответствии составляют примерно одинаковую долю. В большинстве развивающихся стран предпринимательство ограничено в своей деятельности в связи с особенностями законодательной базы государств, их традиций и обычаев [2].

Одним из традиционных экономических определений предпринимательства является следующее – это самостоятельно осуществляемая экономическая деятельность субъектов права (физических и юридических лиц), которая осуществляется на рисковой основе (в «рисковой» зоне находится имущество и денежные активы лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность).

К основным признакам осуществления предпринимательской деятельности относится: финансовая ответственность, экономическая самостоятельность, инициативность, рисковый характер деятельности. Данное определение несет в своей основе ряд неточностей – отсутствуют признаки «инновационности» деятельности, динамичного характера и мобильности, необходимости введения новых методов, принципов, технологий для субъектов хозяйствования [4].

Известный экономист Й. Шумпетер дал другое определение «предпринимательства»: это субъекты экономической деятельности, к основным функциям которых относится создание новых комбинаций и коалиций между активными участниками экономического процесса. В то же время, Й. Шумпетер считает, что создание ограниченного круга частных лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, является в корне неверным подходом к осуществлению механизмов предпринимательства, поскольку к предпринимателям необходимо относить всех работников организации, осуществляющих его основные функции (работников-инноваторов, а также тех, кто осуществляет эту функцию эпизодически: юристов, экономистов, менеджеров, аудиторов и др.) [1].

Идентификация предпринимательской деятельности определяется двумя аспектами: статусным и функциональным. Й. Шумпетер признает только функциональный аспект, но не статусный. В роли предпринимателя выступает лицо, которое непосредственно осуществляет инновационную деятельность (внедряет инновацию), но перестает быть таковым в тот момент, когда она начинает самостоятельно функционировать как основная экономическая система [1].

Отметим, что условным является определение предпринимателей как класса – эта группа отсутствует как класс, отличительной особенностью предпринимателей является стиль их жизни [11].

Предприниматели, как общественная группа, отличаются своей немногочисленностью. Общая человеческая масса редко склонна к инновационной деятельности. Разбивка по типам предпринимательской деятельности представлена на рис. 1.

Отметим, что индивидуальных предпринимателей больше, чем юридических лиц, и наиболее активно на сегодняшний день развиваются микропредприятия.

Объем продажи товаров по индивидуальным предпринимателям представлен на рис. 2.

Динамика объемов выручки за 2008–2016 гг. показывает, что объемы производства индивидуальных предпринимателей возросли на 76,7%, и тенденции к росту продолжаются до сих пор [12].

В зависимости от характерных черт деятельности определяется субъект предпринимательства, что, в сущности, определяет его природу, то есть новаторской деятельностью занимаются менеджеры, а

Рис. 1. Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства (по состоянию на 01.08.2016 г.).

Источник: [7].

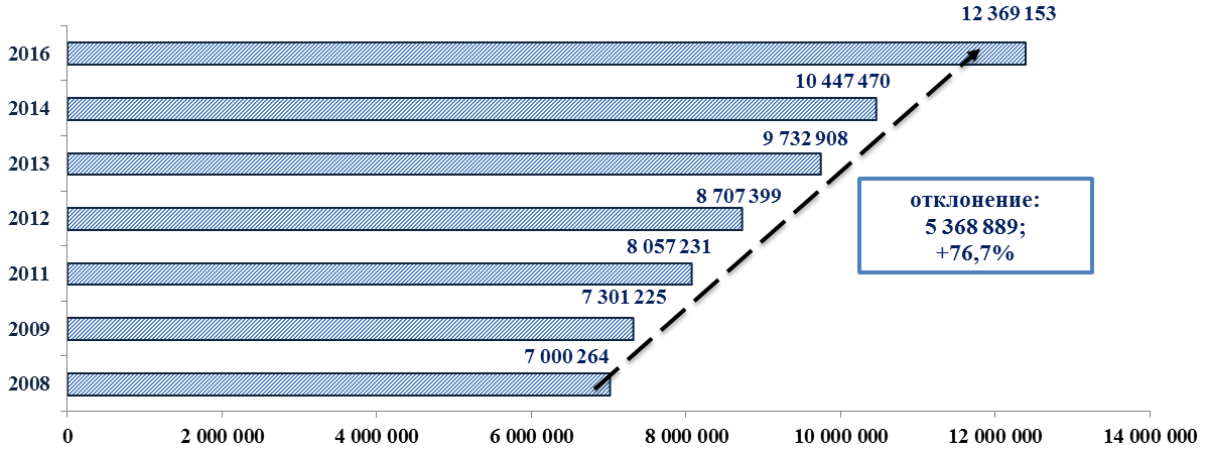

Рис. 2. Объем выручки (с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей) от продажи товаров, продукции, работ, услуг по отдельным видам экономической деятельности по Российской Федерации, млн руб.

Источник: [10].

основные риски ложатся на собственников.

Корпоративное предпринимательство имеет ряд принципиальных отличий от классического варианта – в капиталистические времена предприниматель являлся ключевой фигурой экономического процесса, а в настоящее время эти позиции, по мнению Дж. Гэлбрейта, заняла «техноструктура», к которой относятся руководители-менеджеры высшего звена и специалисты, отвечающие за слаженность рабочих процессов на предприятии [9; 13].

На предприятии или в любой другой организации функции власти распределены между рядом менеджеров высшего звена, эффективное управление производственной системой возможно при разделении властных функций между определенным количеством менеджеров. По совокупности деловых качеств менеджеры существенно отличаются от индивидуальных предпринимателей. Менеджеры предпочитают работать в команде, и им присущ коллективный подход к решению задач, тогда как для индивидуальных предпринимателей предпочтителен индивидуализм и жесткость в решении вопросов [3; 6].

Экономические интересы категории предпринимателей и менеджеров сущест-

венно отличаются друг от друга. Собственник стремится к максимизации прибыли любыми путями, так как рост доходов гарантирует его социальное благополучие. В большой корпорации элементы высшего менеджмента отстраняют собственников и учредителей от управления и руководства в связи с их некомпетентностью. В настоящее время структуры с использованием наемных менеджеров заменили традиционные предпринимательские структуры, характерные для капиталистического развития.

Согласно этим тенденциям в современных условиях рыночной экономики прослеживается рассредоточение управленческой функции в предпринимательстве в части развития производства, инновационной деятельности организаций и усложнения экономических процессов и взаимодействий в сфере предпринимательства.

Осуществление предпринимательской деятельности заключается в реализации основных функций, а не в выделении одного из признаков предпринимательства, даже относящегося к основному.

Управленческие функции осуществляет либо собственник, либо уполномоченные лица (менеджеры, назначенные управленцы и т.д.). При втором случае управления создание оптимальной управленческой позиции возможно при коллективизме и увеличении эффективности управления, носителем предпринимательской функции является само предприятие или организация.

Если коммерческая организация обладает предпринимательскими функциями – это не изменяет ее уклада, состава и особенностей развития, а отражает измененную модель предпринимательской деятельности.

Существует большое количество методологических подходов к понятию «предпринимательская среда». Предпринимательская среда – это факторы и условия, которые оказывают прямое воздействие на субъектов предпринимательской деятельности, и согласно с ними необходимо принимать эффективные управленческие решения для успешного функционирования предприятия или организации [8].

Предпринимательская среда также является смешанной и взаимосвязанной совокупностью факторов субъективного и объективного характера, которые влияют на успешное достижение целей и задач организации. Среда подразделяется на внутреннюю и внешнюю. Внешняя среда не зависит от субъектов предпринимательства, тогда как внутренняя среда формирует сам субъект предпринимательства [5].

Внешняя среда предпринимательства – это комплексное разнородное образование, куда входит широкий круг элементов, взаимосвязанных с субъектом предпринимательской деятельности, которые образуют предпринимательскую среду, где происходят организованные экономические процессы, препятствующие либо активизирующие предпринимательство.

Для полной характеристики структуры внешней среды необходимо рассмотреть характер взаимодействия субъекта предпринимательства с составными частями среды. При проведении анализа можно выделить ряд элементов, которые подвержены прямому либо косвенному воздействию.

В качестве примера приведем следующую ситуацию: субъект предпринимательства не может воздействовать на конкурирующие предприятия, но при создании ценовой политики, подходов к качеству товарной продукции, формированию имиджа и признания предприятия в то же время создаются определенные условия конкуренции, которые влияют на рыночные условия и другие фирмы-конкуренты. Отметим, что предпринимательская система воздействует на всех непосредственных участников механизма конкуренции между организациями косвенным путем за счет применения методов маркетингового взаимодействия. Рынок достаточно чувствительно реагирует на это воздействие с позиций различных субъектов.

Те элементы внешней среды, которые косвенно влияют на разные стороны системы предпринимательства, должны объ-

единяться в устойчивую совокупность согласно созданию критерия, включающего в себя характер воздействия. Такая совокупность может быть выделена в отдельную группу составных элементов внешней среды – микроокружающую среду. Она находится в центре рыночных процессов и является индикатором наиболее значимых колебаний рынка.

Помимо элементов микроокружающей среды, значительное влияние на субъект предпринимательства оказывает воздействие наиболее «жестких» факторов. Такие факторы могут быть как ограничивающими, так и стимулирующими предприятие к ведению предпринимательской деятельности.

К макроокружающей среде относятся следующие характерные элементы: научно-технические, технологические, экологические, демографические, нормативно-правовые, этнические и др.

Графически на рис. 3 представлена классификация, в составе которой 5 основных элементов, характеризующих различные стороны социальных и экономических отношений. Отдельные элементы имеют свою многокомпонентную структуру. Например, группа научно-технических элементов препятствует развитию вследствие введения технологических ограничений на определенный вид предпринимательства.

Экономические элементы содержат денежные средства, направляемые потребителем на рынок и обусловливающие впоследствии емкость рынка и условия спроса на него.

Эти элементы определяют структуру спроса для товаров различных типов, они должны быть доступны по ценовой характеристике с учетом пожеланий потребителей.

Экономические факторы непосредственно влияют на рынок труда, количество рабочих мест, что оказывает дополнительное воздействие на величину заработной платы.

Изменение экономической ситуации происходит при смене политических факторов. Сформированная экономическая обстановка является отражением политических целей и задач. Политические факторы зачастую сами являются средообразующими. Помимо этого, сложившаяся политическая ситуация воздействует на экономические, правовые, социальные факторы внешней среды.

Одной из наиболее значимых совокупностей элементов для формирования предпринимательской среды являются экологические факторы. Они характеризуют отношения, сформированные между обществом и природой и включающие в

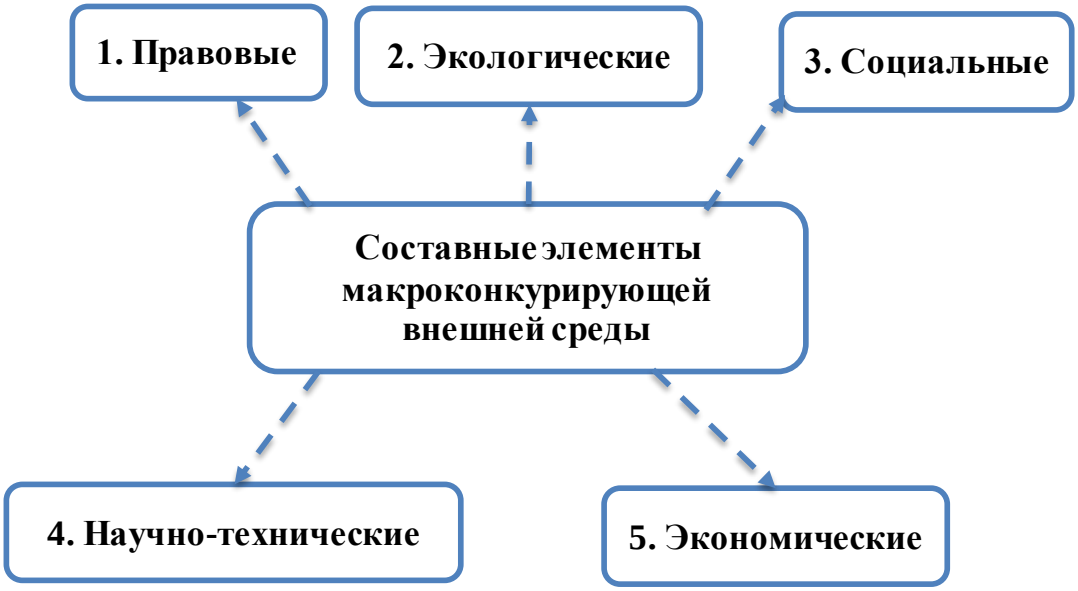

Рис. 3. Схема элементов макроокружающей внешней среды для осуществления предпринимательской деятельности

свой состав подгруппы элементов: климатические, ресурсные, природоохранные.

К климатическим факторам относится географическое положение рынка потребительских услуг, удовлетворяющих необходимый спрос предпринимательских структур. Природные условия для функционирования потребительских и предпринимательских структур могут не совпадать.

Факторы ресурсного типа напрямую связаны количественной и качественной характеристикой используемых природных ресурсов, которые используют предприниматели в своей деятельности. Например, к ресурсному потенциалу относятся: топливно-энергетические ресурсы, водные ресурсы, минеральное сырье, полезные ископаемые.

По природоохранным компонентам определяются степени загрязнения окружающей среды для исследуемого рынка. Оценка воздействия природоохранных факторов происходит как в отдельной степени промышленного загрязнения, так и в отношении вклада в развитие экологических проблем.

При рассмотрении социально-этической потребности наиболее значимы социальные элементы макроокружающей внешней среды.

Элементы по характеру влияния на предпринимательскую деятельность классифицируются на 2 типа:

– элементы, обладающие материально-вещественной формой выражения;

– элементы, в которых эта форма отсутствует.

К элементам первой группы относятся совокупные экономические, социальные и другие типы систем, важных для различных групп общества. Примеры таких объектов: общественный транспорт, инженерно-технические объекты, охраны общественного порядка и культурно-бытовые объекты. Наличие и отсутствие этих элементов влияет на способ предпринимательской деятельности, ее масштабы и специфику.

При отсутствии эффективной инфраструктуры невозможно полноценно развивать бизнес-системы – это относится к туризму, строительству и осуществлению бытовых услуг.

Для второй группы характерны элементы социально-духовной среды, которые и формируют общественные предпочтения, психологический климат и интересы к спросу.

Для социально-духовной среды характерны определенные традиции и обычаи, в этих границах находятся основные потребители, этические нормы и правила, мировоззренческие позиции и устои. Поведение и образ жизни формируются согласно созданной духовной среде и включают в себя религиозные, расовые и национальные особенности потребителей конкретного продукта.

Социальные элементы важны для формирования честной среды в конкуренции и конкурентоспособности организации на рынке. Дополнительным методом развития предпринимательской деятельности является создание прочного имиджа и признание компании. Имиджевая конкуренция основывается на социально-психологических факторах, и основное внимание уделяется социальным компонентам вследствие того, что на них основывается общественное мнение и отношение к компании, ее склонности к культуре и этическим нормам.

Внутренняя среда, характерная для субъектов предпринимательства, включает в себя широкий спектр элементов, которые в совокупности создают внутренние условия функционирования субъектов предпринимательства.

К внутренней среде относятся [5]:

1) наличие различных форм капитала (собственного; инвестиционного);

2) выбор организационно-правовой формы для субъекта хозяйствования;

3) организационная структура предприятия;

4) экономическая эффективность ведения предпринимательской деятельности.

Под внутренней средой предпринимательской деятельности понимается структура с учетом управленческого механиз-

ма, который направлен на улучшение сбытовой производственной и научно-технической составляющей, на создание оптимальной технологии, в ходе которой предпринимательская деятельность превращается в конечный продукт [5].

Внутренняя среда делится на две составляющие: элементы внутренней среды и ситуационные факторы. Элементы внутренней среды взаимосвязаны, составляют систему, называющуюся организацией, а ситуационные факторы – это внутренние переменные, на основе которых образуются границы функционирования предпринимательской деятельности.

Ситуационные факторы делятся на три группы:

1) цели и направления предпринимательской деятельности;

2) корпоративную культуру;

3) внутрифирменное предпринимательство.

Таким образом, постоянно изменяющийся уровень научно-технического прогресса и конкуренции требует изменения и развития предпринимательства за счет совершенствования технологической, производственной, социальной составляющей и корректировки внутренней среды.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Асаул А.Н., Владимирский Е.А., Гордеев Д.А., Гужва Е.Г. [и др.]*. Закономерности и тенденции развития современного предпринимательства / под ред. засл. строителя РФ, д-ра экон. наук, проф. А.Н. Асаула. СПб.: АНО ИПЭВ, 2008. С. 280.

2. *Бездудная А.Г., Пашина М.А.* Научно-методические основы конкурентоспособности предпринимательских структур // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12. Ч. 4 (53-4). С. 933–936.

3. *Босчаева З.Н., Босчаев С.Н.* Формула малого предпринимательства как основы развития регионов. М.: Экономика, 2012. С. 252–254.

4. *Гелбрейт Дж.* Экономические теории и цели общества. М., 1976. С. 118–120.

5. *Гражданкин В.А., Гражданкина О.А., Карвонен А.Е.* Экономика предпринимательства: проблемы теории и практики: монография / под ред. проф. Б.В. Лашова. СПб.: Изд-во Ленинградского государственного университета, 2011. 179 с.

6. *Колпакиди Н.Н.* Экономика предпринимательства: электронный курс / С.-Петерб. акад. упр. и экономики, Ин-т разраб. и внедрения дистанц. технологий и инновац. обучения. СПб.: Изд-во СПбУУиЭ, 2011.

7. Ресурсный центр малого предпринимательства: [сайт]. URL: http://rcsme.ru/ru/statistics (дата обращения: 17.09.2017).

8. *Старовойтов М.К., Александров А.В., Лукьянов Г.И., Шиповская О.Н.* Тенденции развития и особенности обеспечения конкурентоспособности современного предпринимательства: монография. Волгоград: ВолгГТУ, 2013. 160 с.

9. Управление изменениями // Managing change: креативная экономика и социальные преобразования в мультикультурном мире: материалы Международной научной конференции (2011, Самара) / под ред. А.В. Бирюкова, В.И. Ионесова. Самара, 2011. 407 с.

10. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 19.09.2017).

11. *Шумпетер Й.* Капитализм, социализм и демократия: пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В.С. Автономова. М.: Экономика, 1995. 540 с.

12. Экономика предпринимательства: теория и практика // Business enterprice: theory and practice: сборник материалов Международного научного е-симпозиума, Россия, г. Москва, 29–31 января 2014 г / науч. ред.: проф. Гапонова С.Н. Киров. М.: МЦНИП, 2014.

13. *Ющенко А.Л.* Развитие региональной системы предпринимательства: монография. СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2016. 101 с.