

Роль предпринимателя в развитии стратегий бизнеса: философский аспект

The Role of the Entrepreneur in the Development of Business Strategies: a Philosophical Aspect

Тебекин А.В.

Д-р техн. наук, д-р экон. наук, профессор, почетный работник науки и техники Российской Федерации, профессор кафедры Менеджмента Московского государственного института международных отношений (Университета) МИД России,
e-mail: Tebekin@gmail.com

Tebekin A.V.

Doctor of Technical Sciences, Doctor of Economics, Professor, Honorary Worker of Science and Technology of the Russian Federation, Professor of the Department of Management of the Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of Russia,
e-mail: Tebekin@gmail.com

Аннотация

С позиции необходимости преодоления текущего мирового экономического кризиса 2020-х годов и решения системных проблем развития национальной экономики рассмотрены философские аспекты, связанные с ролью предпринимателя в развитии стратегий бизнеса. При исследовании философских аспектов в определении роли предпринимателя в развитии стратегий бизнеса за основу были приняты положения научной школы предпринимательства Й. Шумпетера, включая такие аспекты, как: групповая основа описывающих школ менеджмента, включающих школу предпринимательства; анализ экономических предпосылок построения стратегии в рамках школы предпринимательства; исследование роли предпринимателя как основной движущей силы в механизме развития бизнеса; значение предпринимательских способностей в ряду других факторов производства; значение предпринимателя на различных этапах жизненного цикла бизнеса; классификация видов предпринимателей по их предназначению (ролям) в бизнесе; жизненный цикл самого предпринимателя как индивида в бизнесе. Научная новизна представленного исследования заключается в проецировании философских аспектов, касающихся роли предпринимателя в развитии стратегий бизнеса научной школы предпринимательства Й. Шумпетера, сформировавшейся в 1950-е годы, на современные аспекты предпринимательства, связанные с преодолением экономического кризиса 2020-х годов.

Ключевые слова: роль предпринимателя, развитие, стратегия бизнеса, философский аспект.

Abstract

From the standpoint of the need to overcome the current global economic crisis of the 2020s and the solution of systemic problems in the development of the national economy, philosophical aspects related to the role of an entrepreneur in the development of business strategies are considered. In the study of philosophical aspects in defining the role of an entrepreneur in the development of business strategies, the provisions of the scientific school of entrepreneurship by J. Schumpeter were taken as a basis, including such aspects as: the group basis of describing schools of management, including the school of entrepreneurship; analysis of the economic prerequisites for building a strategy within the framework of the school of entrepreneurship;

study of the role of the entrepreneur as the main driving force in the mechanism of business development; the importance of entrepreneurial abilities in a number of other factors of production; the importance of the entrepreneur at various stages of the business life cycle; classification of types of entrepreneurs according to their purpose (roles) in business; the life cycle of the entrepreneur himself as an individual in business. The scientific novelty of the presented research lies in the projection of philosophical aspects concerning the role of the entrepreneur in the development of business strategies of the Schumpeter School of Entrepreneurship by J. Schumpeter, which was formed in the 1950s, into the modern aspects of entrepreneurship associated with overcoming the economic crisis of the 2020s.

Keywords: the role of an entrepreneur, development, business strategy, philosophical aspect.

Текущий мировой экономический кризис, связанный с объектным процессом смены технологических укладов [10] закономерно ставит вопрос о том, что нужно предпринять, чтобы преодолеть кризис с минимальными потерями и выйти из него с наибольшими перспективами?

В этой связи целью представленных исследований является рассмотрение философских аспектов, касающихся роли предпринимателя в развитии стратегий бизнеса в современных условиях на основе научных положений школы предпринимательства Й. Шумпетера, сформировавшейся в 1950-е годы.

Методическую базу исследований составили наиболее известные работы, посвященные изучению роли предпринимательства в рамках научной школы предпринимательства Й. Шумпетера таких авторов, как Антипина Е.В. [8], Горелов Н.А. [9], Дракер П. [2], Ефименко Т.И. [12], Коул А. [1], Лэнд Э. [3], Минцберг Г. [15], Питерс Т. [4], Стейси Р. [7], Шумпетер Й. [24] и др.

Методическую базу исследований также составили авторские исследования положений научной школы предпринимательства Й. Шумпетера, касающиеся роли предпринимателя в развитии стратегий бизнеса, получившие отражение в трудах [11, 13, 17–21].

Проведенные исследования показали, что групповую основу описывающих школ менеджмента (рис. 1) [23], включающих школу предпринимательства, составляют взаимоувязанные подходы, представленные на рис. 2.

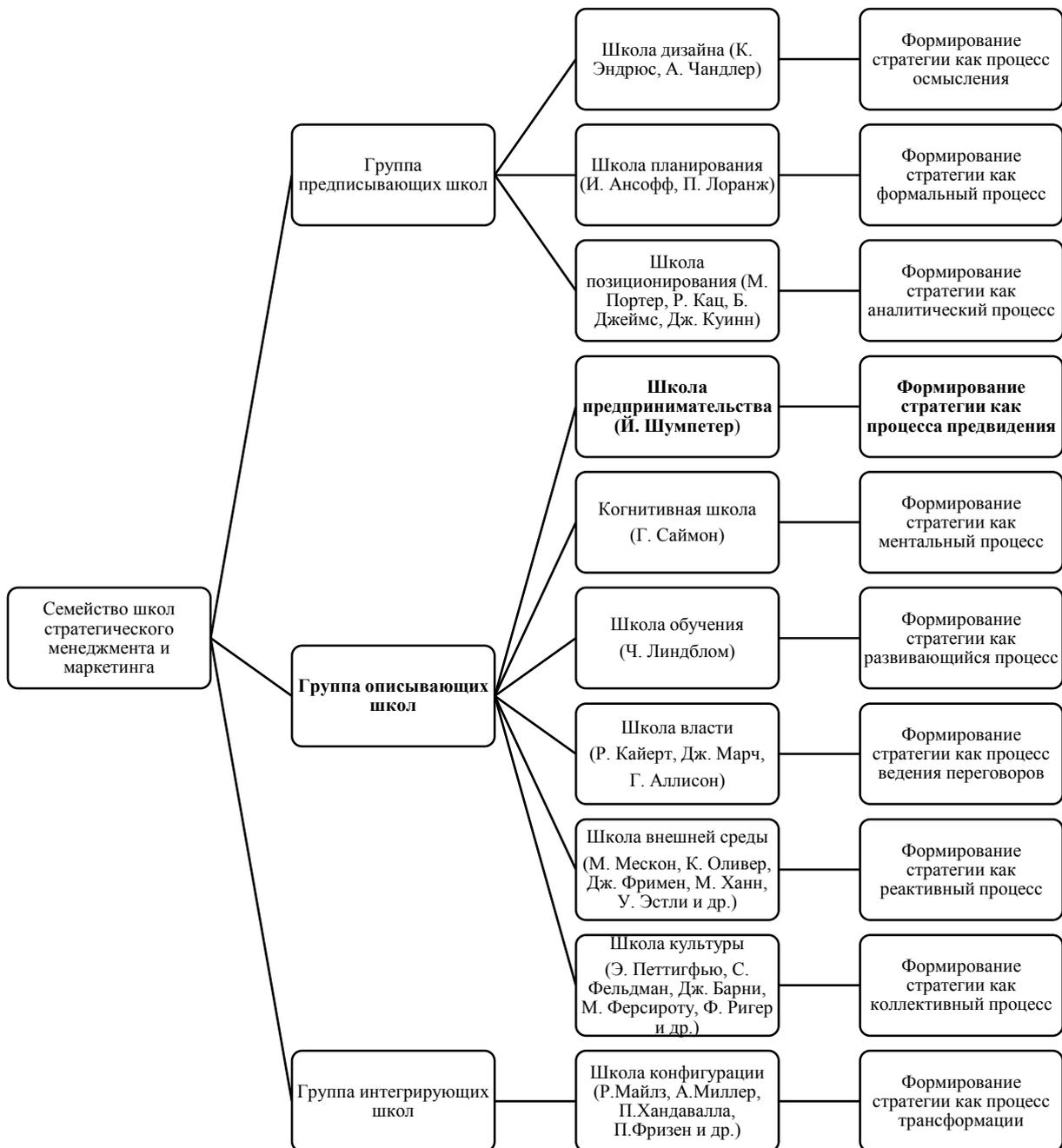


Рис. 1. Состав научных школ семейства стратегического менеджмента и маркетинга [23]



Рис. 2. Взаимосвязанные подходы, составляющие групповую основу описывающих школ менеджмента

При этом анализ экономических предпосылок построения стратегии в рамках школы предпринимательства показал, что, соглашаясь с распространённым мнением [15] об общности экономических корней школы позиционирования и школы предпринимательства [13] (при том, что последняя была дополнена теорией созидательного разрушения Й. Шумпетера [24]), в то же время нельзя согласиться с не менее распространённым мнением о том, что положения школы предпринимательства являются полным антиподом положений школы дизайна [15], поскольку, по мнению авторов, трудно представить себе функциональное развитие положений школы предпринимательства без базового рассмотрения стратегии как результата ментального процесса, протекающего в сознании менеджера-лидера (как главного «архитектора» стратегии развития бизнеса), лежащего в основе школы дизайна [13] (рис. 3).



Рис. 3. Учет в рамках школы предпринимательства предпринимательских качеств, базового на научной основе школы дизайна, рассматривающей стратегию как результат ментального процесса

Проведенные исследования роли предпринимателя как основной движущей силы в механизме развития бизнеса позволили выявить обязательные и необязательные составляющие роли предпринимателя в рассматриваемом механизме по Й. Шумпетеру [24] (рис. 4), которые сохранили свою высокую актуальность в современных условиях предпринимательства.



Рис. 4. Обязательные и необязательные составляющие роли предпринимателя как основной движущей силы в механизме развития бизнеса по Й. Шумпетеру

Рассматривая предпринимательские способности как фактор производства, безусловно, следует отметить вклад Й. Шумпетера [24] в оценку высокой значимости предпринимательских способностей в развитие бизнеса, обусловленный тем, что:

- с одной стороны, интуиция, предвидение, проницательность, творческий подход предпринимателя как неосязаемые нематериальные активы действительно зачастую мало заметны на фоне материальных и финансовых составляющих бизнеса;

- с другой стороны, именно предприниматели развивают бизнес за счет применения научно-технических (научно-организационных и т.д.) комбинаций уже существующих материальных факторов производства, мотивированных предпринимательским духом.

В то же время утверждение Й. Шумпетера о том, что вклад предпринимательских способностей в успех развития бизнеса не менее значим, чем вклад других факторов производства [24] (труд, земля, капитал, информация) в современных условиях выглядит весьма дискуссионным по следующим причинам.

Во-первых, возможности для проявления предпринимательских способностей в условиях насыщенного рынка в постиндустриальную эпоху существенно отличаются от

условий ненасыщенного рынка в индустриальную эпоху, которую рассматривал Й. Шумпетер. В условиях ненасыщенного рынка предпринимательские способности проявить гораздо проще, чем в условиях насыщенного рынка. Хотя следует отметить, что в условиях жесткой конкуренции насыщенного рынка в постиндустриальную эпоху предпринимательские способности развиваются гораздо быстрее.

Во-вторых, при определении степени значимости предпринимательских способностей на фоне других факторов производства следует учесть характер рынка, определяемый видом конкуренции. Очевидно, что при совершенной конкуренции предпринимательские способности проявить гораздо проще, чем при несовершенной конкуренции (олигополии и тем более монополии). В любом случае предпринимательские способности являются необходимым, но недостаточным условием для эффективного развития бизнеса.

В-третьих, в современных условиях информационного общества существенно возросла роль информации на фоне других факторов производства, обусловленная, в том числе, ростом асимметрии получаемой информации.

Рассматривая значение предпринимателя на различных этапах жизненного цикла бизнеса, которую Й. Шумпетер выделял как выдающуюся для развития экономики в целом [24], необходимо отметить, выделяемое Й. Шумпетером проявление предпринимательских способностей не только и не столько при благоприятных условиях ведения бизнеса, когда стремлением фирмы к максимизации прибыли, очевидно, сколько в условиях кризиса, когда рыночные условия меняются быстро (причем в негативную сторону), и «почва» для нормального ведения бизнеса фирмой «уходит из-под ног». Й. Шумпетер закономерно считал, наибольшую ценность для бизнеса представляет стремление предпринимателя справиться с такой ситуацией [24], которую он (предприниматель) при известном предпринимательском азарте воспринимает как вызов.

Следует отметить, что философия рассмотрения Й. Шумпетером значения предпринимателя на различных этапах жизненного цикла бизнеса, заключающаяся в том, что «как правило проблему капитализма видят в том, как он управляет существующими структурами, в то время как главная сложность состоит в ответе на вопрос – как создаются предпринимательские структуры и как они разрушаются» [5], восходит своими корнями еще к древнейшей философии, где, например, еще Конфуций утверждал, что «Открыть магазин легко, а вот не дать ему закрыться — уже искусство» [14].

Рассмотрение присущей школе предпринимательства классификации предпринимателей как индивидов, способных сделать «сильный ход» (включаящей такие типы предпринимателей, как: новатор-вдохновитель, основатель сильного предприятия, расчетливый изобретатель, сверхоптимистичный организатор [1]), показало [13], что в определенном смысле она является условной. На основе проведения аналогии классификации типов предпринимателей Коула А. [1] с классами ролей менеджера Минцберга Г. [16] (где одна из ролей менеджера – «предприниматель» (рис.5)) показано [13], что:

– во-первых, предприниматель, так же как и менеджер, в своей деятельности может играть в зависимости от ситуации ту или иную роль;

– во-вторых, предприниматель, так же как и менеджер, может играть в своей деятельности те или иные роли в большей или меньшей степени, что определяется, в том числе, индивидуальными склонностями и способностями предпринимателя;

– в-третьих, если исходить из различия понятий «менеджер» и «предприниматель», предопределяющих различие их значений для бизнеса, то следует отметить, что смена ролей у предпринимателей происходит не так интенсивно во времени, как в каждодневной деятельности менеджера, а пропорционально стадиям жизненного цикла предпринимательских бизнес-структур (этапам жизненного цикла бизнеса).



Рис. 5. Классификация ролей менеджеров по Г. Минцбергу [16]

Рассмотрение жизненного цикла самого предпринимателя как индивида в бизнесе является одной из самых составляющих положений школы предпринимательства Й. Шумпетера.

С одной стороны, достаточно весомой представляется позиция Й. Шумпетера о том, что предприниматель, склонный по своей природе к риску, спустя определенное время после основания нового бизнеса, хотя и остается ее формальным главой, перестает быть предпринимателем в тот момент, когда перестает реализовывать инновационные решения [6].

Действительно, предприниматель – это не вечный двигатель, способный не только бесконечно генерировать новые идеи, но и непрерывно стремиться к воплощению их в практику [13].

С другой стороны, как уже отмечалось в предыдущих исследованиях [13], предприниматель такой же живой человек, как и другие люди. И хотя он и обладает в отличие от многих набором качественных предпринимательских способностей, он отдает себе отчет в том, что ему как пилоту самолета важно не только «взлететь» со своим бизнесом, но и удержать его на должной рыночной «высоте» [13]. Если исходить из того, что процесс удержания бизнеса на должном (достойном, высоком) рыночном уровне отнимает много сил, и поэтому предприниматель зачастую не помышляет о новых бизнесах, то может показаться, что такой бизнесмен перестал быть предпринимателем, ибо не феерит внедрением заметных инноваций. Но необходимо понимать, что искусство не дать бизнесу закрыться по Конфуцию [14] в условиях конкуренции, если исходить из модели динамики рынка Н. Кано [22] (рис. 6), невозможно достичь без непрерывного воплощения пускай и малозаметных, скрытых от постороннего взора, но все же инноваций.

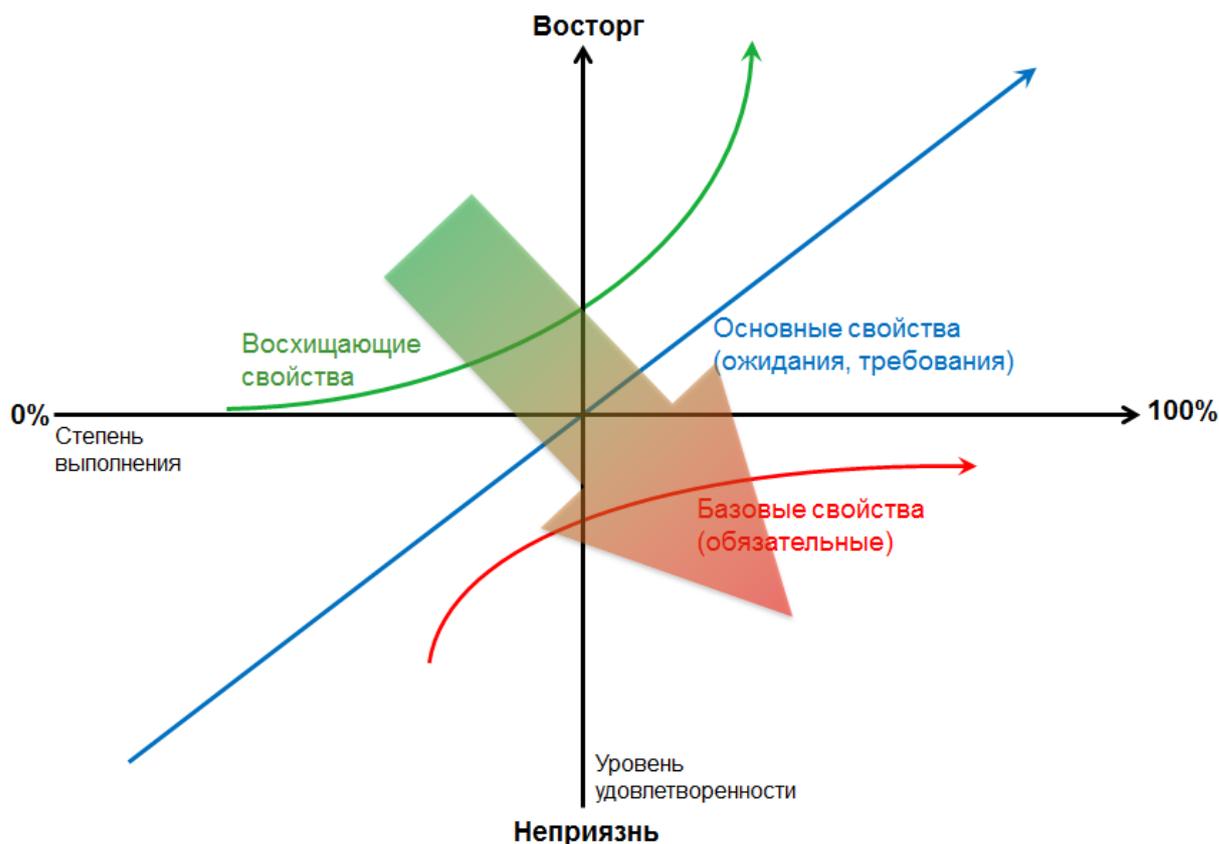


Рис. 6. Модель динамики рынка Н. Кано, символизирующая возможность удержаться на рынке только за счет непрерывного внедрения инноваций

Таким образом, отталкиваясь от утверждения самого Й. Шумпетера в отношении значения предпринимательских способностей в ряду других факторов производства, где

он признает высокую значимость предпринимательских способностей в развитии бизнеса, хотя интуиция, предвидение, проницательность, творческий подход предпринимателя как неосязаемые нематериальные активы действительно зачастую мало заметны на фоне материальных и финансовых составляющих бизнеса [24], также можно утверждать, что улучшающие внутрифирменные инновации как проявление искусства удержания бизнеса зачастую малозаметны на фоне радикальных инноваций при открытии бизнеса. Но это отнюдь не означает, что первые менее значимы для бизнеса, чем вторые.

Кроме того, дискутируя по вопросам продолжительности жизненного цикла самого предпринимателя как индивида в бизнесе с представителями классической научной школы предпринимательства, необходимо отметить, что отказ предпринимателя от идеи развития новых направлений бизнеса во многих случаях связан не только с ограниченностью необходимых для этого дополнительных ресурсов, но и с пониманием того, что с появлением дополнительного нового бизнеса возможна потеря управляемости в разрастающемся по масштабам и направлениям бизнесе в целом. Таким образом, предвидение того, что предприниматель не сможет объять необъятное в разрастающемся бизнесе является не чем иным как предпринимательскими способностями, грамотно соотносящим свои желания и возможности. И это абсолютно не означает, что предприниматель «устал быть новатором» по Й. Шумпетеру [6]. При этом совершенно очевидно, что у разных предпринимателей разные способности по управлению бизнесом различных масштабов как по спектру направлений, так и по объемам в рамках одного бизнеса (т.е. разные границы пределов управляемости) [13].

Таким образом, проведенные исследования роли предпринимателя в развитии стратегий бизнеса показали, что на современном витке развития экономики могут быть успешно применены следующие философские аспекты, присущие научной школе предпринимательства Й. Шумпетера.

Во-первых, анализируя групповую основу описывающих школ менеджмента, включающих школу предпринимательства, необходимо отметить, что они базируются на: принципах формирования основных положений стратегии развития организации; процессах развертывания основных положений стратегии во времени и технологиях практического воплощения основных положений стратегии. Представляется, что именно этих групповых основ не хватает для обеспечения эффективного стратегического развития национальной экономики в современных условиях [18].

Во-вторых, анализируя экономические предпосылки построения стратегии в рамках школы предпринимательства, следует согласиться с распространенным мнением об общности экономических корней школы позиционирования и школы предпринимательства. В то же время нельзя согласиться с не менее распространенным мнением о том, что положения школы предпринимательства являются полным антиподом положений школы дизайна, поскольку трудно представить себе функциональное развитие положений школы предпринимательства без базового рассмотрения стратегии как результата ментального процесса, протекающего в сознании менеджера-лидера, лежащего в основе школы дизайна.

В-третьих, проведенные исследования роли предпринимателя как основной движущей силы в механизме развития бизнеса позволили выявить обязательные и необязательные составляющие роли предпринимателя в рассматриваемом механизме по Й. Шумпетеру, которые сохранили свою высокую актуальность в современных условиях предпринимательства.

В-четвертых, рассматривая предпринимательские способности как фактор производства, безусловно, следует отметить вклад Й. Шумпетера в оценку высокой значимости предпринимательских способностей в развитие бизнеса, обмусленный тем, что, с одной стороны, интуиция, предвидение, проницательность, творческий подход предпринимателя как неосязаемые нематериальные активы действительно зачастую мало заметны на фоне материальных и финансовых составляющих бизнеса; с другой стороны,

именно предприниматели развивают бизнес за счет применения научно-технических (научно-организационных и т.д.) комбинаций уже существующих материальных факторов производства, мотивированных предпринимательским духом.

В то же время утверждение Й. Шумпетера о том, что вклад предпринимательских способностей в успех развития бизнеса не менее значим, чем вклад других факторов производства (труд, земля, капитал, информация) в современных условиях выглядит весьма дискуссионным, поскольку: возможности для проявления предпринимательских способностей в условиях насыщенного рынка в постиндустриальную эпоху существенно отличаются от условий ненасыщенного рынка в индустриальную эпоху, которую рассматривал Й. Шумпетер; при определении степени значимости предпринимательских способностей на фоне других факторов производства следует учесть характер рынка, определяемый видом конкуренции; в современных условиях информационного общества существенно возросла роль информации на фоне других факторов производства, обусловленная, в том числе, ростом асимметрии получаемой информации.

В-пятых, рассматривая значение предпринимателя на различных этапах жизненного цикла бизнеса, которую Й. Шумпетер выделял как выдающуюся для развития экономики в целом, необходимо отметить выделяемое Й. Шумпетером проявление предпринимательских способностей не только и не столько при благоприятных условиях ведения бизнеса, когда стремлением фирмы к максимизации прибыли, очевидно, сколько в условиях кризиса, когда рыночные условия меняются быстро, и «почва» для нормального ведения бизнеса фирмой «уходит из-под ног».

В-шестых, рассмотрение присущей школе предпринимательства классификации предпринимателей как индивидов, способных сделать «сильный ход», показало, что предприниматель, также как и менеджер может играть в своей деятельности те или иные роли в большей или меньшей степени, что определяется, в том числе, индивидуальными склонностями и способностями предпринимателя.

В-седьмых, рассмотрение жизненного цикла самого предпринимателя как индивида в бизнесе показало, что отказ предпринимателя от идеи развития новых направлений бизнеса во многих случаях связан не только с ограниченностью необходимых для этого дополнительных ресурсов, но и с пониманием того, что с появлением дополнительного нового бизнеса возможна потеря управляемости в разрастающемся по масштабам и направлениям бизнесе в целом. И это абсолютно не означает, что предприниматель «устал быть новатором» и посему перестал быть предпринимателем, как считал Й. Шумпетер. Предвидение того, что предприниматель не сможет объять необъятное в разрастающемся бизнесе является не чем иным как предпринимательскими способностями, грамотно соотносящими свои желания и возможности.

В целом, проецируя философские аспекты, касающиеся роли предпринимателя в развитии стратегий бизнеса научной школы предпринимательства Й. Шумпетера, сформировавшейся в 1950-е годы, на современные аспекты предпринимательства, показано, что их применение в интересах преодоления экономического кризиса 2020-х годов следует считать целесообразным.

Литература

1. Cole, A. H. *Business Enterprise in Its Social Setting* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1959).
2. Drucker, P. F. «Entrepreneurship in Business Enterprise». // *Journal of Business Policy* (I, 1, 1970: 3–12).
3. Land, E. «The Most Basic Form of Creativity.» *Time* (June 26, 1972: 84).
4. Peters, T. J. «A Style for All Seasons,» *Executive Magazine* (Summer, Graduate School of Business and Public Administration, Cornell University, 1980: 12–16).

5. Schumpeter, J. A. *Capitalism, Socialism, and Democracy*, 3d ed. (New York: Harper&Row, 1950).
6. Schumpeter, J. A. The Creative Response in Economic History. *Journal of Economic History* (November 1947: 149–159).
7. Stacey, R. *Managing Chaos; Dynamic Business Strategies in an Unpredictable World* (London: Kogan Page, 1992).
8. Антипина Е.В. Инновационная концепция предпринимательства Й. Шумпетера: теоретические аспекты [Текст] / Е.В. Антипина // Вестн. Российского экон. ун-та им. Г.В. Плеханова. – 2014. – №10. – С. 29-39.
9. Горелов Н.А. Предприниматель – ключевая фигура в творческом наследии Й. Шумпетера (к 130-летию со дня рождения) // Российское предпринимательство. – 2012. – Т. 13. – № 09. – С. 29-34.
10. Егорова А.А., Тебекин А.В., Тебекин П.А. Выбор подхода к формированию стратегии, обеспечивающей выход из глобального социально-экономического кризиса 2020 года. // Теоретическая экономика. – 2020. – № 5 (65). – С. 44-67.
11. Егорова А.А., Тебекин А.В., Тебекин П.А. Роль предпринимателя в положениях школы предпринимательства Й. Шумпетера и его значение в формировании стратегий развития бизнеса в современных условиях. *Стратегии бизнеса*. – 2021;9(9):263-270.
12. Ефименко Т.И., Леоненко П.М. Научное творчество Й.А. Шумпетера как инновационная деятельность и современность. // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2014. – (23):81-90.
13. Игнатьева А.В., Митропольская-Родионова Н.В., Тебекин А.В., Хорева А.В. Проблемы и перспективы использования положений школы предпринимательства Йозефа Шумпетера для развития современного менеджмента // Транспортное дело России. – 2021. – № 2. – С. 69-77.
14. Лукьянов А.Е. *Лао-цзы и Конфуций: Философия Дао*. – Москва: Восточная литература, 2001. — 384 с.
15. Минцберг Г. *Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента* / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель; Пер. с англ. – Москва: Альпина Паблишер, 2013. – 367 с.
16. Минцберг Г. *Структура в кулаке: создание эффективной организации* / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург: Питер, 2004. – 512 с.
17. Митропольская-Родионова Н.В., Тебекин А.В., Хорева А.В. Взгляд «снизу» на разрабатываемую стратегию социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 г. в части перспектив достижения национальной цели «достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство». // Эпомен. – 2021. – № 59. – С. 72–92.
18. Тебекин А.В. Взгляд "вперед" как основа стратегического развития национальной экономики. // Журнал исследований по управлению. – 2021. – Т. 7. – № 3. – С. 3-11.
19. Тебекин А.В. Взгляд "назад" как фундамент стратегического развития управляемых социально-экономических систем. // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 2 (54). С. 123-137.
20. Тебекин А.В. Взгляд "снизу" на разрабатываемую стратегию социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 г. в части перспектив достижения национальной цели "сохранение населения, здоровье и благополучие людей". // Журнал экономических исследований. – 2021. – Т. 7. – № 3. – С. 3-21.
21. Тебекин А.В. Возможности использования положений школы предпринимательства для преодоления национальной экономикой системного кризиса. // Теоретическая экономика. – 2021. – №8. – С. 37–49.

22. Тебекин А.В. Модель удовлетворенности потребителя и кано как основа развития концепции инновационного подхода к управлению в 1990-е годы. // Стратегии бизнеса. – 2019. – № 7 (63). – С. 21–27.
23. *Тебекин А.В., Тебекин П.А.* Влияние школ стратегического менеджмента и маркетинга на современное развитие подходов к управлению. // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2019. – № 3. – С. 14–23.
24. *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер; [предисл. В.С. Автономова; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова, Л.А. Громовой, К.Б. Козловой, Е.И. Николаенко, И.М. Осадчей, И.С. Семененко, Э.Г. Соловьева]. – Москва: Эксмо, 2008. – 864 с.