кто он – предприниматель?

эволюция предпринимательской деятельности и ее содержание в условиях новой экономики

Наше сообщество вступило в новую эпоху, характеризующуюся небывалыми достижениями в области электроники, биотехнологии и других наук, эпоху, когда наиболее ценным ресурсом стала информация. Этому периоду присуща своя особая экономическая система, называемая в разных источниках «информационной экономикой», «экономикой знаний», «новой экономикой». На наших глазах меняются понятия, бывшие «традиционными» или «классическими» для индустриальной и постиндустриальной эпох.

Окончание.
Начало в «***рп***»
№ 6(1), 9(2)/2008

Сизов В.С.
докт. экон. наук, профессор, ректор Вятского социально-экономического института

Человек, наделенный даром стратегического предвидения...

Мир вокруг нас также находится в постоянном движении, и оно гораздо стремительнее, чем в предыдущие исторические периоды. Изменения происходят настолько быстро, что человек уже не успевает их своевременно уловить и проанализировать. В некотором смысле экономическая наука (как и всякая другая) постоянно оперирует понятиями и законами вчерашнего дня. Следствием этого является то, что одной из главных особенностей предпринимательства в наши дни является не только умение использовать новые знания для введения инноваций, но и «включать» способность предвидения. Ведь чтобы быть успешным в современном мире, предпринимателю приходится делать сегодня то, что будет востребовано обществом завтра.

Ярким примером «неопредпринимателя» является знаменитый американский миллиардер, основатель компании Microsoft, Билл Гейтс. Способностью предвидения, несомненно, наделены и абсолютное большинство других успешных бизнесменов. Например, мексиканский миллиардер Карлос Слим Эллу, признан-

ный в 2007 году самым богатым человеком в мире, начал практически с «нуля», а сегодня является владельцем розничных сетей и телекоммуникационной корпорации. Это и легендарный американский инвестор Уоррен Баффет, замыкающий «тройку» самых богатых людей мира. Все они обрели успех в результате своих способностей к стратегическому «предвидению», которое, по нашему мнению, не имеет никакого отношения к мистике.

...находящийся в постоянном поиске новых возможностей,...

Генри Минцберг в своих работах по классификации видов стратегических школ даже выделяет «школу предпринимательства», в которой подчеркивается роль одного человека – руководителя, наделенного свойственной только ему индивидуальной интуицией, опытом, здравомыслием. Стратегия в ней понимается как перспектива и зависит от индивидуального видения главы организации. Видение – это центральное понятие, означающее мысленное представление в сознании стратегии, которая более напоминает некое мировоззрение руководителя, чем четкий план. Как правило, руководитель-предприниматель делает акцент не столько на построении стратегии, сколько на активном поиске новых возможностей, решительном движении вперед вопреки неопределенности ситуации, на постоянном развитии и упреждении негативных ситуаций[1].

...улавливающий из пространства знания о «нужном действии, в нужном месте, в нужное время»,...

Еще раз укажем, что успех предпринимателя зависит не от его мистических способностей к предвидению. Так или иначе, предвидеть развитие событий в бизнесе, предугадать коммерческий результат своих действий и нововведений, пытается если не каждый, то большинство

одной из главных особенностей предпринимательства в наши дни является умение «включать» способность предвидения

[1] Минцберг, Г., Альстрэнд, Б., Лэмпел, Дж. Школы стратегий. СПб: «Питер», 2001. – С. 108 – 126.

предпринимателей. И делают они различными способами, среди которых, все-таки главная роль отводится собственной интуиции, опыту и здравомыслию. Однако успех или неудачи зависят от множества причин, одни из которых предвидеть невозможно, а другие, даже предвидя, невозможно устранить. Поэтому предпринимательскому предвидению, безусловно, должна сопутствовать еще и удача, выражающаяся в известном «золотом правиле» бизнеса: «нужное действие, в нужном месте, в нужное время». И если предприниматель, даже «зная» (т.е. предвидя), что следовало бы сделать для того, чтобы добиться выдающихся результатов не смог оказаться в «нужном месте» или в «нужное время», то он не сможет добиться тех результатов, что другой предприниматель, возможно менее талантливый, но более удачливый. В качестве «места» могут выступать, например, доступ к необходимым связям и знакомствам для получения информации или тех или иных прав, или, действительно, физическая необходимость оказаться там, где надо. «Время» может выступать как ограниченный ресурс, необходимый, например, для заведения и укрепления тех же связей, приобретения стартового капитала, или получения необходимого образования и т.п. Кстати, именно поэтому на протяжении многих веков человеческой истории вплоть до наступления индустриальной эпохи, в обществе ценились не столько достоинства ума или предприимчивость человека, а то где и кем он был рожден. Ведь именно происхождение, семейные владения и богатства (т.е. «время» и «место») обеспечивали большинству знатных и богатых людей их успех в жизни.

видение – это мысленное представление в сознании стратегии, которая скорее напоминает некое мировоззрение руководителя, чем четкий план

...способный принимать решения в условиях неопределенности,...

В новой информационной сетевой экономике для успешного предпринимательства роль таких мало зависимых от предпринимателя факторов как «время» и «место» резко снижается. Время, необходимое для осуществления коммуникаций, получения необходимой

информации и даже для получения образования заметно (в разы) сокращается благодаря современным телекоммуникационным технологиям (сотовая связь, Интернет, цифровое телевидение и т.п.). «Место» тоже становится доступнее, благодаря тем же технологиям. Предпринимателю зачастую нет необходимости физически присутствовать в том или ином месте для осуществления своих замыслов. Виртуальная реальность или сотовая связь во многих случаях является вполне достаточным заменителем такого присутствия.

Таким образом, в новой экономике на первое место выходит фактор «нужного действия», которое к тому же должно осуществляться заранее, то есть еще до того, как всем стала ясна его необходимость. Это очень сложно. Поэтому сегодня в предпринимательской и научной среде пристальное внимание уделяется работам, связанным с управлением и принятием решений в условиях неопределенности. Отсюда и признание в качестве базовой ценности – ценности человеческого капитала, сопоставимо с ценностью материального капитала, выраженного в средствах производства, чего никогда не было в предыдущие эпохи развития человеческой цивилизации.

сегодня в предпринимательской и научной среде пристальное внимание уделяется работам, связанным с управлением и принятием решений в условиях неопределенности

...не жалеющий средств на поддержание и развитие творчества

Сегодня в постиндустриальных обществах самыми востребованными и, следовательно, самыми обеспеченными являются люди творческих профессий. Творчество побуждает к поиску и созданию того, чего прежде никогда не было, позволяет заглянуть за грань привычной реальности, оно является одним из необходимых элементов предпринимательского предвидения. Именно поэтому в наше время (опять-таки как никогда ранее) творчество и предпринимательство переплетаются столь необычайно плотно. Потому что люди, обладающие тем или иным из этих способностей, нуждаются в поддержке друг друга – столкновение с творческими находками и реше-

ниями усиливает прогностические способности предпринимателей, но для того, чтобы они появлялись, предприниматели должны тратить значительные суммы денег на поддержание и развитие творчества. Результатом этого естественного и взаимовыгодного процесса стало то, что в постиндустриальную эпоху творчество способных к нему людей, стало целенаправленно организовываться и направляться предпринимателями. Хорошо это или плохо – особая тема, но факт появления и развития массовой культуры связан именно с этим явлением.

...превращающий дар предвидения в обычную предпринимательскую функцию

Новые информационные технологии, которыми сегодня общество пронизано насквозь, не только ставят во главу угла предпринимательского успеха «предвидение» тех действий, которые следует осуществить предпринимателю, но и многократно усиливают его прогностические способности. Это происходит вследствие увеличения всеобщей информированности, институциализации самой информации. Постоянное обновление информации, информационная среда существования, становятся привычным образом жизни современного человека. Точно так же как и «предвидение», прогнозирование превращается в привычные рутинные ежедневные действия предпринимателей, становится их образом мышления. В такой ситуации предпринимательское предвидение из особого дара превращается в обычную, эволюционно закономерную, предпринимательскую функцию, необходимую для осуществления предпринимательства в условиях новой экономики.

pn

Литература

1. Агапова, И. И. История экономической мысли. Курс лекций. – М.: «ТАНДЕМ» – «ЭКМОС», 1998.
2. Бессолицын, А. А. История российского предпринимательства: учеб. пособие. – М.: Маркет ДС, 2008.
3. Бессолицын, А. А., Кузьмичев, А. Д. Экономическая история России: очерки развития предпринимательства. – М.: ГУ ВШЭ, 2005.
4. Бусыгин, А. В. Предпринимательство: учебник для вузов / А.В. Бусыгин. – 2-е изд., испр. – М.: Дело, 2000.
5. Зомбарт, В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека; Евреи и хозяйственная жизнь. – М.: «АЙРИС-пресс», 2004.
6. Минцберг, Г., Альстрэнд, Б., Лэмпел, Дж. Школы стратегий. СПб.: «Питер», 2001.
6. Предпринимательство / М.Г. Лапуста, А.Г. Поршнев, Ю.Л. Старостин, Л.Г. Скамай; под ред. М.Г. Лапусты. – М.: ИНФРА – М, 2005.
7. Рубин, Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. – М.: Маркет ДС, 2007.
8. Тоффлер, Э. Третья волна. – М.: АСТ, 1999.