

Сущность и методические подходы к оценке предпринимательской активности

Чурашкина А.В.¹

¹ Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

АННОТАЦИЯ:

В статье сформулированы подходы и разработан алгоритм раскрытия содержания предпринимательской и управленческой активности, выявлены их общие признаки и различия, обозначены методические подходы по количественной оценке предпринимательской и управленческой активности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: предпринимательство, управление, активность, инновации, оценка.

Essence and methodical approaches to the assessment of entrepreneurial activity

Churashkina A.V.¹

¹ Ulyanovsk State Technical University, Russia

Введение

Предпринимательская активность является объектом изучения различных наук: философии, экономической теории, прикладной экономики, социологии, психологии, управления (менеджмента). В каждой из перечисленных наук реализуются собственные подходы к пониманию, исследованию данного явления и формируются концепции и теории, объясняющие его генезис, трансформацию содержания, форм проявления и т.д. Дисциплинарный подход к изучению предпринимательской активности, с учетом принципа дополнительности, безусловно, важен и полезен, так как обеспечивает необходимую глубину проработки различных форм ее проявления. В то же время это не отменяет значимости междисциплинарных подходов в исследовании предпринимательской активности, позволяющих достигать познавательных положительных синергетических эффектов. В частности, не полностью реализованы возможности интеграции научных достижений экономической теории и теории управления, необходимость которой в свое время отмечал О. Уильямсон: «Необходимо разработать единый подход с точки зрения экономической теории и теории организации» [6] (Uilyamson, 2001), а также Р. Коуз, подчеркивавший важность создания

«мостика», соединяющего стандартную неоклассическую теорию с теориями управления [3] (Kouz, 2007).

Единство многообразия

Анализ предпринимательской активности целесообразно начать с раскрытия содержания собственно дефиниции «активность» в широком ее смысле. Активность является достаточно сложным понятием и в дословном переводе на русский язык термин «*activus*» несет разные смысловые нагрузки: деятельность, активность, действия, интенсивность, энергичность, показатели, операции, мероприятие. Именно многообразием смыслов термина «активность» объясняются многочисленные и разнообразные его интерпретации. В философии понятие активности рассматривается как универсальное, всеобщее свойство материи, выступающее: «мерой направленного действия»; «возбужденным состоянием объекта, обуславливающим обратное воздействие на действие»; «способностью материальных объектов вступать во взаимодействие с другими объектами» [7]. В этой связи попытаемся раскрыть содержание понятия предпринимательской активности, основу которой составляет некоторая система целенаправленных взаимодействий (действий), основанных на системе потребностей и мотиваций субъекта предпринимательства. Прежде чем приступить к решению данной задачи, акцентируем внимание на проблеме терминологического характера. В данном случае следует согласиться с В. Радаевым, который, исследуя категориальный аппарат теории предпринимательства, охарактеризовал его как «мир плохо расчлененных понятий» [4].

В литературе достаточно часто обсуждается вопрос о соотношении понятий предпринимательской активности и предпринимательской деятельности по части их тождественности и различий. Предпринимательская активность является необходимым условием и составной, зачастую именуемой «динамической», частью предпринимательской деятельности, но не сводима к последней. Предпринимательская

ABSTRACT:

The article develops approaches and an algorithm for disclosing the content of entrepreneurial and managerial activity; we reveal their common signs and differences and determine methodical approaches through the quantitative assessment of entrepreneurial and managerial activity.

KEYWORDS: entrepreneurship, management, activity, innovation, assessment

JEL Classification: L26, M11, M21, O31

Received: 27.03.2018 / **Published:** 30.04.2018

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers

For correspondence: Churashkina A.V. [myla.tka@mail.ru]

CITATION:

Churashkina A.V. (2018) Suschnost i metodicheskie podkhody k otsenke predprinimatelskoy aktivnosti [Essence and methodical approaches to the assessment of entrepreneurial activity]. Rossiyskoye predprinimatelstvo. 19. (4). – 1239-1252. doi: 10.18334/rp.19.4.39005

активность – это характеристика процесса, в отличие от деятельности, отображаемой результатом, достигаемым благодаря предпринимательской активности. Поэтому представляется правомерным, что при оценке предпринимательской активности все чаще используются показатели, характеризующие интенсивность взаимодействий (действий). В частности, исследуя экономические аспекты предпринимательства Д. А. Стасюк под предпринимательской активностью понимает «свойство деятельности субъектов предпринимательства, определяющее интенсивность предпринимательских действий и взаимодействия предпринимательской фирмы с внутренним и внешним окружением» [5] (*Stasyuk, 2008*).

Следующим аспектом изучения предпринимательской активности является описание субъекта предпринимательской активности. Важно подчеркнуть, что наемные работники и, прежде всего, менеджеры, также являются потенциальными и зачастую реальными носителями предпринимательской активности. «В случае, когда пучок правомочий в отношении принятия решений сконцентрирован у собственника, то непосредственным носителем предпринимательства будет он. Когда же такой пучок рассредоточен по разным уровням управления и реализация предпринимательской функции становится возможной только при условии мобилизации усилий всего коллектива, тогда предпринимательство становится делом коллективной деятельности, носителем которой выступает коммерческая организация» [2] (*Asaul, Voynarenko, Erofeev, 2004*). Далее авторы отмечают: «Созданное предприятие нуждается в профессиональном управлении им. Если предприниматель сам выполняет эти функции, то он выступает в качестве менеджера. Чаще всего предприниматель выполняет функции технического руководителя, а руководство предприятием передается профессиональным, наемным менеджерам» [2].

В данном случае в несколько завуалированной форме подтверждается двойственность функций, реализуемых предпринимателем: собственно предпринимательской и управленческой. Подобный дуализм функций характерен и для менеджеров, что связано с отмеченным выше рассредоточением предпринимательских функций. Введение в анализ проблематики циклического развития позволяет сделать предположение, что на различных этапах жизненного цикла компаний соотношение «объема» реализуемых предпринимательских и управленческих функций меняется. В более широком плане это означает получение ответа на вопрос: происходит ли на этапах жизненного цикла трансформация предпринимательских структур в традиционные

ОБ АВТОРЕ:

Чурашкина Анна Владимировна, старший преподаватель кафедры экономики и менеджмента [myla.tka@mail.ru]

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Чурашкина А.В. Сущность и методические подходы к оценке предпринимательской активности // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 4. – С. 1239-1252. doi: [10.18334/rp.19.4.39005](https://doi.org/10.18334/rp.19.4.39005)

бизнес-структуры, с соответствующим замещением предпринимательских функций управленческими. В этой же плоскости находятся вопросы, связанные с выявлением общих признаков и принципиальных различий предпринимательских структур и бизнес-структур. Тем более что существуют однозначные и достаточно жесткие позиции специалистов по данному вопросу: «Предпринимательство отличается от бизнеса только одним существенным свойством – новаторством, приводящим к нарушению рыночного равновесия» [2].

Предпринимательские структуры и бизнес-структуры в чистом виде существуют лишь теоретически. В реальной действительности их отнесение к той или иной группе определяется не наличием (отсутствием) соответствующих свойств, функций или иных признаков, а их доминированием. На практике достаточно сложно найти бизнес-структуры, которые в той или иной форме не реализуют те или иные новшества: технологические, организационные, продуктовые, маркетинговые и др. Как отмечает П. Давидссон: «Можно легко доказать, что ни одно рыночное действие не бывает полностью лишено новизны. Например, когда ежедневная газета совершает полностью ожидаемые и рутинные действия по выпуску нового номера и распространению его по подписчикам и обычным точкам продаж, то речь идет о *новом* выпуске, а не о продаже вчерашней газеты. Конкуренты точно так же в силу привычки все равно ее прочтут, и нельзя исключить того, что некоторая часть содержания вдохновит конкурентов на публикации в их следующем выпуске чего-то такого, чего они иначе бы не напечатали. Другими словами, мы смогли обнаружить элемент «конкурентного поведения, который является двигателем рыночного процесса», в данных рутинных действиях» [12] (Davidsson, 2014). С другой стороны, любая инновационная предпринимательская структура реализует традиционные и в значительной степени рутинные функции. Более того, зачастую весьма затруднительно идентифицировать собственно реализуемые функции с точки зрения их отнесения к предпринимательским или управленческим видам. Конкретные формы проявления данных функций столь многообразны, что всегда находится определенная их часть, имеющая общие признаки. Это также затрудняет решение обозначенных выше задач.

Что же касается трансформации или замещения предпринимательской и управленческой функций на этапах жизненного цикла предпринимательской структуры, то в данном случае целесообразно обратиться к известным работам И. Адизеса [1] (Adizes, 2007), в которых со всей очевидностью доказываются закономерности трансформации предпринимательских и управленческих ролей по этапам жизненного цикла компаний. Несмотря на то, что И. Адизес в процессе проведения анализа отдельно не выделял предпринимательские структуры, вполне очевидно, что выявленные им закономерности распространяются на сферу предпринимательства. Суть этих закономерностей в преломлении к рассматриваемым проблемам заключается в том, что на более поздних этапах жизненного цикла компаний они, утрачивая предпринимательскую составляющую, в большей степени приобретают черты бизнес-структур.

Для ранних этапов становления предприятия вполне объяснимо доминирование предпринимательской активности, в силу особенностей целей, преследуемых предприятием, имеющих рыночную направленность, а также по причине слабой организационной структурированности предприятия. Последнее выражается, прежде всего, в отсутствии или слабой развитости организационной структуры управления предприятием. На более поздних стадиях развития, как правило, формируется система управления предприятием, предполагающая, в частности, оформление, а в дальнейшем и бюрократизацию организационных структур управления предприятием, внедрение методов и технологий и инструментов управления. Одновременно актуализируются вопросы планирования, (в том числе стратегического), организации, мотивации и контроля. Все это в совокупности приводит к замещению предпринимательской активности управленческими процедурами. Однако и в этом случае «невозможно определить момент, с которого заканчивается «вход на рынок» и начинается «продолжительное рутинное использование»¹ [12].

Таким образом, между предпринимательскими структурами и бизнес-структурами и, соответственно, между предпринимательскими и управленческими функциями отсутствуют четкие границы и в процессе развития компаний меняется их соотношение. Это подтверждает возможность и необходимость введения в анализ понятия управленческой активности. Рассмотрение предпринимательской активности в отрыве от управленческой активности в принципе не может дать достаточно полную картину, характеризующую деятельность субъекта предпринимательства.

Одно из принципиальных отличий предпринимательской и управленческой активности заключается в различии сфер их реализации. Предпринимательская активность предполагает исследование рыночных возможностей, комбинирование факторов внешней среды, мониторинг спроса и предложения, анализ тенденций в развитии конкуренции, формирование инновационных идей, предложение новых стандартов потребления и др. То есть основной сферой «приложения» предпринимательской активности является внешняя среда предпринимательской структуры или в общем случае – рынок. И, напротив, средой осуществления управленческой активности выступает, как правило, внутренняя среда организации (гипотеза).

Существует позиция, имеющая определенные основания и заключающаяся в том, что внутренняя среда организации также является сферой приложения предпринимательской активности. Представляется, что основанием для данного утверждения является размытость границ между предприятием и рынком, что подтверждается проникновением рыночных механизмов функционирования во внутреннюю среду предприятия. Аутсорсинг, аутстаффинг, центры прибылей, внутренние тендеры, внутренние цены, внутренний рынок труда, внутренний маркетинг, внутреннее пред-

¹ Давидссон П. Исследуя предпринимательство: Учебное пособие / Пер. с англ. Под науч. Ред. А.Ю. Чепуренко, О.И. Образцовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

принимательство (интрапренерство) – вот далеко не полный перечень инструментов, функционирующих во внутренней среде компаний и имеющих признаки рыночных отношений. Это, с одной стороны, свидетельствует в пользу утверждения о существовании предпринимательской активности, реализуемой во внутренней среде компании. Не случайно отмечается: «Для современного предприятия недостаточно, чтобы предпринимательские задачи стояли только перед высшим руководством. Очень важно, чтобы предпринимательское руководство осуществлялось на всех уровнях управления и исполнения. Это необходимо не только для поиска новых предпринимательских идей, но и для их реализации. Таким образом, само предприятие должно стать единым предпринимательским центром» [14] (*Chistyakov, 2017*). Но, с другой стороны, просматривается квазирыночный характер перечисленных выше инструментов. Кроме того, не следует забывать о принципиальном различии между предпринимательской структурой и рынком. Ресурсы на рынке распределяются на основе ценовых механизмов, а внутри предприятия – преимущественно на основе директивного управления. Поэтому утверждение о тождественности предпринимательской деятельности на рынке и командного распределения ресурсов является чрезмерно смелым. Исходя из этого еще раз подтверждаем гипотезу о том, что предпринимательская активность проявляется на рынке, а управленческая – во внутренней среде предпринимательской структуры.

Однако и данный подход не отображает всю сложность взаимосвязей предпринимательской и управленческой активности. Как уже отмечалось выше, предпринимательская активность – сложное явление, важнейшим признаком которого является инновационный характер. Предпринимательская активность в этом смысле обеспечивает генерацию, распространение, организационное сопровождение инноваций. Следует предположить, что не вся деятельность предпринимателя на рынке связана с осуществлением инновационной функции. Достаточно вспомнить традиционно выделяемые в литературе предпринимательские функции: общеэкономическая, инновационная, ресурсная, организаторская, социальная и политическая.

Значительная часть времени предпринимателя связана с реализацией так называемых рутин, напрямую не связанных с инновационной деятельностью. Вполне очевидно, что и управленческая активность внутри предприятия связана со значительной управленческой рутинной. Поэтому для определения истинной предпринимательской и управленческой активности необходима их структуризация с учетом выделения в деятельности предпринимателя и менеджера инновационной составляющей. Решаемая ли эта задача разделения деятельности менеджера и предпринимателя на рутинную и инновационную на практике? Тем более что существующие в настоящее время системы учета, в том числе и управленческого учета, не настроены на решение этой задачи. В данном случае требуются целенаправленные исследовательские работы по обследованию деятельности предпринимателей и менеджеров. Но даже и в этом случае существуют сложно преодолимые методические трудности, касающи-

еся, в частности, отнесения тех или иных действий предпринимателей и менеджеров к инновационным или рутинным. Уместным в данном случае является обозначение позиции П. Друкера, касающейся проблемы сочетания инновационной и рутинной деятельности менеджерами компаний. «... Люди, отвечающие за уже налаженное дело, склонны откладывать любые новаторские действия «до лучших времен» (которые, между прочим, могут и не наступить). Что бы ни делали менеджеры (а за последние 30–40 лет они перепробовали самые разные механизмы поощрения новаторства), им так и не удалось отвлечь существующие подразделения от расширения, модификации и усовершенствования уже налаженных направлений бизнеса» [8] (*Druker, 2006*).

В целом соглашаясь с позицией П. Друкера о необходимости освобождения менеджеров от текущих дел и их выведения в проектные структуры, реализующие инновационные проекты, отметим и еще одну точку зрения признанного гуру в области стратегического менеджмента М. Портера. «В своем большинстве инновации оказываются достаточно простыми и небольшими, основанными скорее на накоплении незначительных улучшений и достижений, чем на едином, крупном технологическом прорыве» [9] (*Porter, 2005*). Именно многообразии инноваций (технологических, организационных, управленческих и др.), различии их масштабов и степени новизны предопределяют разнообразие сочетаний инновационной предпринимательской и инновационной управленческой активности менеджеров и предпринимателей, а также организационных форм их реализации. В одних случаях сочетание инновационной предпринимательской и инновационной управленческой активности одним субъектом может быть оправданным, в других – нецелесообразным. Существуют варианты с выделением проектных структур как организационных форм поддержки инновационного предпринимательства, и возможны ситуации совмещения управленческих и инновационных функций без изменения организационных структур управления. Среди прочих факторов, оказывающих влияние на сочетание инновационной предпринимательской и инновационной управленческой активности, следует выделить: размер предпринимательских структур (малые, средние, крупные); организационно-правовые формы их функционирования; структура собственников капитала; менталитет предпринимателя и менеджера и др.

Без риска нет дохода

Следующий вопрос, требующий осмысления, связан с пониманием того, является ли деятельность, осуществляемая менеджером на рынке, предпринимательской или управленческой? В частности, участие менеджера в так называемом комбинировании факторов производства на рынке может быть отнесено к разновидности предпринимательской активности или же это проявление управленческой активности? Другая ситуация: является ли пост контрактная деятельность, связанная с отслеживанием менеджером выполнения условий договора на поставку материальных ресурсов, необходимых для реализации некоторой инновационной идеи, управленческой? Или же

она вновь может быть отнесена к разновидности предпринимательской активности, инновационной предпринимательской активности? По нашему мнению, строго аргументированные и однозначные ответы на данные вопросы отсутствуют.

До сих пор нами еще не было дано развернутое определение как предпринимательской, так и управленческой активности. Связано это с тем, что не были определены целевые детерминации данных видов активности. Прежде чем ввести в анализ фактор цели, обратим внимание еще на один отличительный признак предпринимательской и управленческой активности. Речь идет об отличии в характере взаимодействий в процессах реализации управленческой и предпринимательской активности. Основу внутрифирменной управленческой активности составляют регулируемые управляющей подсистемой взаимодействия. Напротив, предпринимательская активность генерируется субъектом предпринимательства и ее основу составляют саморегулируемые взаимодействия с элементами внешней среды. Вертикальность управленческих отношений во внутренней среде предпринимательской структуры, основанных на преимущественно административном распределении ресурсов, и горизонтальность предпринимательских отношений на рынке, основанных на ценовых, контрактных механизмах распределения ресурсов, являются основаниями различий в характере анализируемых взаимодействий. В то же время возникает еще один проблемный вопрос. Если признавать активность менеджера на рынке предпринимательской, то является ли она саморегулируемой? Скорее всего, в определенной мере, ибо функция контроля со стороны предпринимателя – собственника в этом случае, безусловно, присутствует.

Дополнительными характеристиками различий предпринимательской и управленческой активности являются параметры их рисков и ответственности. В целом соглашаясь с мнением о том, что предпринимательство основано на принятии соответствующим субъектом рисков имущественной ответственности, отметим также ряд возникающих при этом вопросов. Если исходить из позиции существования предпринимательской активности внутри предпринимательской структуры, то каковым будет ответ на вопрос о наличии и характере возникающих при этом предпринимательских рисках и соответствующей имущественной ответственности. Следующая проблемная ситуация: если исходить из возможности осуществления менеджером предпринимательской активности на рынке, то каковым будет ответ на аналогичный вопрос о наличии и характере возникающих при этом предпринимательских рисках и имущественной ответственности. Очевидно, что риски и ответственность предпринимателя по его внутрифирменным действиям существенно отличаются от рисков и имущественной ответственности при осуществлении рыночных транзакций. Риски и характер ответственности менеджера как наемного работника связаны с несколько иными аспектами, особенно в тех случаях, когда менеджеры не выступают в качестве совладельцев собственности предпринимательских структур и которым зачастую свойственно оппортунистическое поведение. Сокращение заработной платы, понижение в должности, увольнение и др. – вот типичные случаи возникающих рисков для менеджера в про-

цессе реализации им управленческих или предпринимательских функций. И в этой связи возникает общий вопрос: является ли в таком случае управленческая активность менеджера, проявляемая во внутренней среде предпринимательской структуры или во внешней среде, истинно предпринимательской? Не вдаваясь в юридические тонкости рисков и ответственности, вновь отметим размытость и нечеткость границ между рисками и имущественной ответственностью предпринимателя и менеджера в процессе их деятельности на рынке или во внутренней среде предпринимательской структуры.

Общепризнанной является позиция, согласно которой главной целью предпринимательских структур является получение прибыли. В этой связи уместен вопрос об источниках прибыли. М. Кастельс пишет: «Добавленная стоимость создается главным образом инновацией как в процессах, так и в продуктах» [10] (*Kastels, 2000*). Проблема формирования прибыли предпринимательских структур связана с вопросами формирования конкурентных преимуществ, традиционно подразделяемых в научной литературе на внутренние и внешние. Ж.-Ж. Ламбен отмечает: «Конкурентное преимущество является «внутренним», если оно базируется на превосходстве фирмы в отношении издержек производства, менеджмента фирмы или товара, которое создает «ценность для изготовителя», позволяющую добиться себестоимости меньшей, чем у конкурента. Внутреннее конкурентное преимущество – это следствие более высокой «производительности», которая обеспечивает фирме большую устойчивость к снижению цены продаж, навязываемому рынком или конкуренцией» [11] (*Lamben, 2006*). В первом приближении просматривается ведущая роль инновационной управленческой активности в создании внутренних конкурентных преимуществ. Однако решение проблемы снижения себестоимости не в полном объеме зависит от менеджмента организации. Поиск новых поставщиков, например, или оптимизация логистических моделей как факторов снижения себестоимости предполагают реализацию на рынке предпринимательской активности.

«Внешнее конкурентное преимущество обеспечивает фирму повышенной *рыночной властью*. Оно может принудить рынок согласиться платить более высокую цену, чем у приоритетного конкурента, который не имеет соответствующего отличительного качества». [11]. В качестве отличительных инновационных характеристик Ж.-Ж. Ламбен выделяет следующие: «Они построены по другому принципу, они проще, они быстрее или совершеннее» [11].

При формировании внешнего конкурентного преимущества как еще одного источника прибыли просматривается ведущая роль предпринимательства, демонстрирующего главный его признак – продвижение на рынок нового продукта или услуги. С другой стороны, игнорировать значительную роль инновационного менеджмента в создании внешних конкурентных преимуществ также не правомочно.

В стратегическом менеджменте вопросы формирования внутренних и внешних конкурентных преимуществ связаны, как известно, с использованием стратегий,

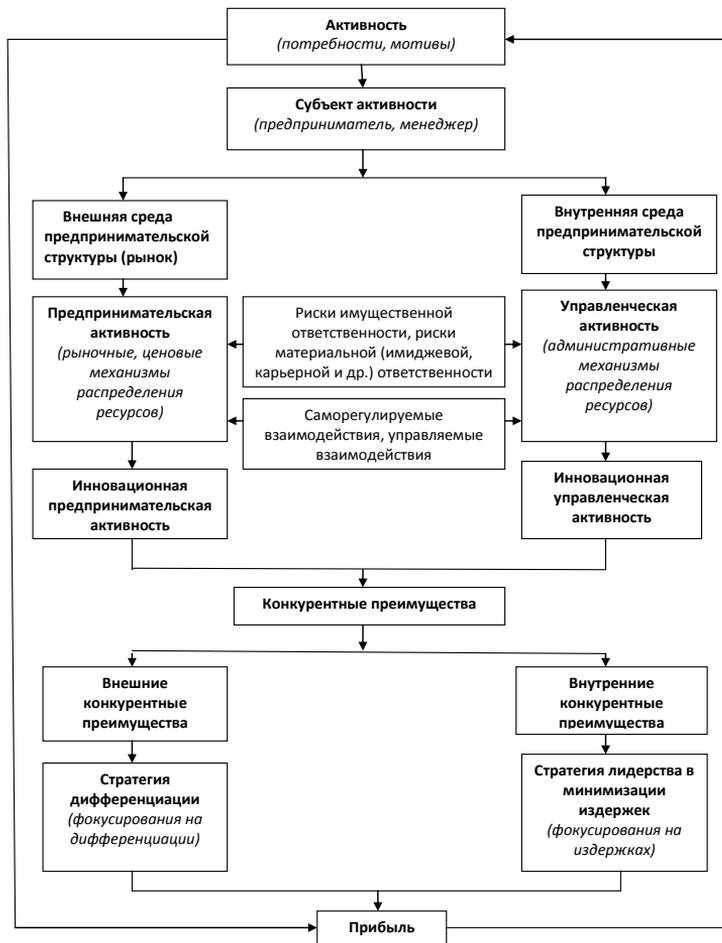


Рисунок. Алгоритм раскрытия понятий «предпринимательская активность», «управленческая активность»

Источник: составлено автором

соответственно, лидерства в минимизации издержек (фокусировании на издержках) и дифференциации (фокусировании на дифференциации).

Таким образом, отсутствие четких границ между рынком и предпринимательской структурой, бизнес-структурой и предпринимательской структурой, размытость признаков управленческой и предпринимательской активности, в том числе в части принятия рисков имущественной и материальной ответственности, совмещение предпринимательских и управленческих функций в одном субъекте, сложности выделения в составе предпринимательской (управленческой) активности инновационной состав-

ляющей не отменяют в принципе возможности построения моделей для качественного изучения данных взаимосвязей. Если же рассматривать возможности их количественного описания, то становится очевидной трудность решения данной задачи.

Основным способом, позволяющим разработать некоторые реалистичные методические подходы по количественной оценке предпринимательской и управленческой активности, является модельное упрощение анализируемых взаимосвязей.

Это, в свою очередь, требует расстановки определенных акцентов при раскрытии содержания дефиниций предпринимательской и управленческой активности. Содержание алгоритма раскрытия понятий управленческой и предпринимательской активности (*рис.*) с учетом определенного модельного упрощения заключается в следующем:

1. Источником активности выступают потребности и мотивы субъекта активности.
2. Субъектами активности в предпринимательских структурах являются собственно предприниматель и менеджеры.
3. В составе активности целесообразно выделять предпринимательскую активность и управленческую активность.
4. Предприниматель и менеджер являются одновременно носителями предпринимательской и управленческой активности.
5. Основным критерием отнесения активности к предпринимательскому или управленческому их виду принимается параметр «сфера реализации»: внешняя среда предпринимательской структуры (рынок) или внутренняя среда предпринимательской структуры.
6. Активность, проявляющуюся на рынке, следует считать предпринимательской; активность, реализуемую во внутренней среде предпринимательской структуры – управленческой.
7. Предпринимательская активность основана на рыночных (ценовых) механизмах распределения ресурсов, управленческая активность – на административных механизмах распределения ресурсов.
8. Управленческая активность регулируется управленческой подсистемой, предпринимательская активность основана на принципах самоорганизации (самоуправления).
9. Предпринимательская активность связана с возникновением рисков имущественной ответственности, управленческая активность сопровождается рисками материальной (имиджевой, карьерной и др.) ответственности.
10. В составе предпринимательской и управленческой активности целесообразно выделять их инновационные компоненты.
11. Инновационная предпринимательская активность и инновационная управленческая активность направлены на формирование, соответственно, внешних и внутренних конкурентных преимуществ.
12. Создание внешних конкурентных преимуществ предполагает реализацию стратегии дифференциации, либо фокусированной стратегии дифференциации; формиро-

вание внутренних конкурентных преимуществ основано на использовании стратегии лидерства в минимизации издержек либо стратегии фокусирования на издержках.

13. Целевой детерминацией субъектов предпринимательской и управленческой активности выступает прибыль как результат наличия у предпринимательской структуры внешних и (или) внутренних конкурентных преимуществ.

На этой основе появляется возможность сформулировать следующие определения предпринимательской и управленческой активности:

– предпринимательская активность – это свойство субъекта предпринимательства, отражающее интенсивность его взаимодействия с элементами внешней среды, основанного на принципах саморегулирования, принятия рисков имущественной ответственности и направленного на удовлетворение потребностей (мотивов) и получение прибыли, связанной с наличием у предпринимательской структуры внутренних и (или) внешних конкурентных преимуществ, формируемых в процессе реализации стратегий, соответственно, лидерства в минимизации издержек (фокусирования на издержках) и дифференциации (фокусирования на дифференциации);

– управленческая активность – это свойство субъекта предпринимательства, отражающее интенсивность его взаимодействия с элементами внутренней среды, основанного на принципах управления, принятия рисков материальной (имиджевой, карьерной и др.) ответственности и направленного на удовлетворение потребностей (мотивов) и получение прибыли, связанной с наличием у предпринимательской структуры внутренних и (или) внешних конкурентных преимуществ, формируемых в процессе реализации стратегий, соответственно, лидерства в минимизации издержек (фокусирования на издержках) и дифференциации (фокусирования на дифференциации).

Единственной дефиницией, оставшейся без рассмотрения в предложенных определениях предпринимательской и управленческой активности, является понятие интенсивности. Интенсивность (от лат. *inten-sio* – напряжение, усиление; англ. *intensity / intensiveness*; нем. *Intensitat*) – количество труда, выполняемого человеком в единицу времени, характеризующееся количеством действий, их сложностью, быстротой выполнения, энергозатратами. В интересующих нас аспектах под интенсивностью следует понимать количество определенных действий, совершаемых в единицу времени. При этом выстраивается некоторая логическая последовательность: активность раскрывается через действия, а интенсивность – через количество этих действий. Из этого следует, что активность может варьироваться по степени (уровню) интенсивности, например, высокой, умеренной (средней), низкой.

Заключение

В предлагаемых выше определениях предпринимательской и управленческой активности просматриваются варианты решения задачи их количественной оценки по разнообразным критериям: по степени достижения целей; по степени удовлетворения потребностей и мотивов; по интенсивности взаимодействий. Принятие иссле-

дователем того или иного подхода к оценке предпринимательской и управленческой активности определяется, прежде всего, целями и задачами исследования. Исходя из этого дальнейшие наши научные изыскания будут направлены на изучение взаимодействий субъекта предпринимательства с элементами внешней и внутренней среды и их интенсивности. Данная проблематика не получила в соответствующей литературе должного описания. Поэтому обоснование новых подходов к оценке предпринимательской и управленческой активности в дополнение к существующим позволит расширить перечень внутрифирменных инструментов управления данным фактором развития предпринимательских структур. В целом материалы данной статьи являются продолжением ранее опубликованной работы в журнале «Экономика и предпринимательство» [13] (Churashkina, 2017).

Прикладное значение рассмотренных в статье вопросов заключается в содействии формированию систематизированных взглядов предпринимателей и менеджеров на проблемы предпринимательской и управленческой активности с учетом рассредоточения предпринимательских и менеджерских функций в предпринимательской структуре. Это в свою очередь позволит расширить их представления о целях, задачах, методах стратегического и оперативного управления, бюджетирования, управленческого учета, совершенствования мотивационных механизмов, оценки эффективности деятельности отдельных сотрудников и предпринимательской структуры в целом.

ИСТОЧНИКИ:

1. Адизес И.К. Идеальный руководитель: Почему им нельзя стать и что из этого следует. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
2. Асаул А.Н., Войнаренко М.П., Ерофеев П.Ю. Организация предпринимательской деятельности: Учебник. – СПб.: Гуманистика, 2004.
3. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Новое издательство, 2007.
4. Становление нового российского предпринимательства (социальный аспект) / Под ред. В.В. Радаева. – М.: Наука, 1993.
5. Стасюк Д.А. Предпринимательская активность иностранных фирм в российской экономике: на примере нефинансового сектора: Автореферат дис. канд. экон. наук. – М.: 2008. – 24 с.
6. Уильямсон О.Д. Логика экономической организации. – М.: Дело, 2001.
7. Phildic. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.phildic.ru/aktivnost/>.
8. Питер Ф. Друкер Энциклопедия менеджмента / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2006.
9. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2005.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. / Под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
11. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. / Под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2006.
12. Давидссон П. Исследуя предпринимательство: Учебное пособие / Пер. с англ. / Под

науч. ред. А.Ю. Чепуренко, О.И. Образцовой. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

13. Чурашкина А.В. Предпринимательская и управленческая активности: содержание и взаимосвязи // Экономика и предпринимательство, 2017. – № 12-1(89-1).
14. Чистяков М.И. Теория и практика управления фирмой // Экономика, 2017. – № 3.

REFERENCES:

- Stanovlenie novogo rossiyskogo predprinimatelstva (sotsialnyy aspekt) [The emergence of a new Russian entrepreneurship (social aspect)] (1993). М.: Nauka. (in Russian).
- Adizes I.K. (2007). Idealnyy rukovoditel: Pochemu im nelzya stat i chto iz etogo sleduet [The ideal leader: Why you can not become and what that means] М.: Alpina Biznes Buks. (in Russian).
- Asaul A.N., Voynarenko M.P., Erofeev P.Yu. (2004). Organizatsiya predprinimatelskoy deyatelnosti [Organization of business activities] SPb.: «Gumanistika». (in Russian).
- Chistyakov M.I. (2017). Teoriya i praktika upravleniya firmoy [Theory and practice of company management]. Economics. (3). (in Russian).
- Churashkina A.V. (2017). Predprinimatelskaya i upravlencheskaya aktivnosti: sodержanie i vzaimosvyazi [Entrepreneurial and managerial activities: content and relationships]. Journal of Economy and Entrepreneurship. (12-1(89-1)). (in Russian).
- Davidsson P. (2014). Issleduya predprinimatelstvo [Researching Entrepreneurship] М.: Izd. Dom Vysshey shkoly ekonomiki. (in Russian).
- Kastels M. (2000). Informatsionnaya epokha: ekonomika, obschestvo i kultura [The Information Age: Economy, Society, and Culture.] М.: GU VShE. (in Russian).
- Kouz R. (2007). Firma, rynek i pravo [Firm, market and law] М.: Novoe izdatelstvo. (in Russian).
- Lamben Zh.-Zh. (2006). Menedzhment, orientirovanny na rynek [Market-Driven Management: Strategic and Operational Marketing] SPb.: Piter. (in Russian).
- Phildic. Retrieved from <https://www.phildic.ru/aktivnost/>
- Piter F. Druker (2006). Entsiklopediya menedzhmenta [The Practice of Management] М.: Vilyams. (in Russian).
- Porter M. (2005). Konkurentsiya [Competition] М.: Vilyams. (in Russian).
- Stasyuk D.A. (2008). Predprinimatelskaya aktivnost inostrannyh firm v rossiyskoy ekonomike: na primere nefinansovogo sektora [Entrepreneurial activity of foreign firms in the Russian economy: by the example of the non-financial sector] М. (in Russian).
- Uilyamson O.D. (2001). Logika ekonomicheskoy organizatsii [The logic of economic organization] М.: Delo. (in Russian).