

УДК 338.102.

DOI: 10.26140/anie-2019-0804-0032

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЙ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО» И «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ»

© 2019

Ерохин Алексей Константинович, кандидат философских наук, доцент
кафедра экономики, управления и информационных технологий

*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Артеме
(692760, Россия, Артем, ул. Кооперативная, д. 6, e-mail: alker@list.ru)*

Загайнов Сергей Викторович, магистрант, департамент социальных наук

Дальневосточный федеральный университет

(690922, Россия, Владивосток, ОПС Русский, Аякс, корпус F e-mail: logos102@yandex.ru)

Аннотация. Следствием формирования концепции свободных рыночных отношений, как основы развития общества, становится отказ от системы всеобщей занятости в пользу экономической выгоды. В связи с этим, внимание привлекает изучение феномена предпринимательской активности, как одного из возможных средств реинтеграции незанятого населения в социум. Цель исследования – проанализировать понятия «предпринимательство» с помощью современных подходов и раскрыть реальное содержание предпринимательской активности как многовекторного явления, требующего многомерного анализа. Исследование проводится с помощью абстрактно-логического и сравнительного методов. Научная новизна исследования заключается в выявлении взаимосвязей предпринимательской активности с политическими, социокультурными, психологическими и другими видами активностей. Практическая значимость исследования состоит в возможности использования полученных выводов специалистами региональных, районных администраций при разработке методологических и теоретических оснований программ содействия развитию предпринимательской активности населения.

Ключевые слова: предпринимательство, социальная, активность, экономическая активность, предпринимательская активность, модели предпринимательской активности, показатели оценки активности предпринимательской среды, предпринимательское поведение, девиантность..

METHODOLOGICAL PROBLEMS OF DEFINING THE “ENTREPRENEURSHIP” AND “ENTREPRENEURIAL ACTIVITY” CONCEPTS

© 2019

Erokhin Alexey Konstantinovich, PhD in Philosophy, Associate Professor,

Department of Economics, Management and Information Technology

Vladivostok State University of Economics and Service, branch in Artyom

(692760, Russia, Artyom, Kooperativnaya St., 6, e-mail: alker@list.ru)

Zagainov Sergey Viktorovich, graduate, Department of Social Sciences

Far Eastern Federal University

(690922, Russia, Vladivostok, Ajax, building F e-mail: logos102@yandex.ru)

Abstract. The consequence for development of the free market relations concept is the rejection universal system of employment toward a favor of economic benefits. In this regard, attention is drawn to the study the phenomenon of entrepreneurial activity, as one of the possible means for reintegrating the unemployed population into society. The study targets to analyze the concepts of “entrepreneurship” using modern approaches and to reveal the real content of entrepreneurial activity as a multi-vector phenomenon that require multivariate analysis. The abstract-logical and comparative methods in this are used. The scientific novelty of the study is to identify the relationship of entrepreneurial activity with political, social cultural, psychological and other types of activities. The practical significance of the study lies in the possibility to use the results by the regional and district administrations in developing methodological and theoretical foundations of programs to promote the development of entrepreneurial activity of the population.

Keywords: entrepreneurship, social, activity, economic activity, entrepreneurial activity, models of entrepreneurial activity, indicators of assessing the activity of the business environment, entrepreneurial behavior, deviance.

ВВЕДЕНИЕ

Современное развитие общественных процессов в России обуславливает активное внедрение инноваций и нестандартных подходов к управлению решением социальных проблем. Следствием становления процессов формирования концепции свободных рыночных отношений становится отказ от системы всеобщей занятости в пользу экономической выгоды при выборе хозяйствующим субъектом количества работников, необходимых для продуктивной и конкурентной деятельности. В результате произошло высвобождение большого количества наемных работников, что ставит вопрос об адекватных методах управления реинтеграцией незанятого населения в полноценные социально-экономические отношения. В связи с этим, большое внимание привлекает изучение феномена предпринимательской активности, как одного из возможных средств реинтеграции незанятого населения в социум.

В условиях российской экономики активизация предпринимательской деятельности, как неотъемлемой составляющей рыночных отношений, приобретает все больший масштаб. Ведь, формирование благоприятной предпринимательской среды с целью стимулирования развития экономической конкуренции, обеспечение стабильности общества, культивирование чувства

собственности является одним из основных путей преодоления кризиса. К сожалению, этот процесс слишком медленный и мучительный. В значительной степени он связан с рядом объективных и субъективных причин, тормозящих его развитие и отсутствием единой концепции предпринимательства. Процесс повышения предпринимательской активности на практике осуществляется в большей степени стихийно и неуправляемо.

В зарубежной литературе феномен предпринимательства связан с изучением классических работ М.Вебера, Ф. Визера, В. Зомбарта, И. Кирцнера, Д. Мак-Клелланда, Л. Мизеса, Дж. Роттера, Ф. Хайека, Г. Шмоллера, Й. Шумпетера, Дж. Шэкли. В исследовании различных аспектов предпринимательской активности населения в условиях становления рыночной экономики в России занимались, С.Ю. Барсукова, Л.В. Бабаева, Д.П. Гавра, А.В. Безгодов, Ф.Р. Газизуллин, Л.Е. Душацкий, Т.И. Заславская, Г.П. Лапина, В.В. Радаев, Р.В. Рывкина и другие. Среди работ современного периода можно выделить труды Л.П. Буевой, Ю.А. Воробьева, И.В. Кочнева, Е.Н. Песоцкой, Е.А. Подольской, М.И. Эскиндарова, И.А. Яременко.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование базируется на анализе и синтезе проявлений предпринимательской активности, развития и

формирования во взаимосвязи с социально-экономической ситуацией. Методами исследования выступает абстрактно-логический метод и метод социального конструирования реальности.

ЭВОЛЮЦИЯ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В научной интерпретации исследуемой проблемы можно выделить три основных периода: начальный, констатирующий и современный.

Начальный или вступительный период берет свое начало в работах английского экономиста Р. Кантильона, который первым дал научное толкование предпринимателю (*entrepreneur*), как человеку, который действует в условиях риска (1725 г.). Его основными особенностями, по мнению Ю.С. Пиньковецкой являются [1]:

- поиски научного определения лица предпринимателя в экономическом разделении труда. В данном смысле важны взгляды английского политэконома XVIII века Смита, автора концепции «экономического человека», который дал толкование предпринимателю как капиталисту, который сам планирует, организует производство, распоряжается его результатами, действует рационально и с расчетом;

- анализ факторов, обуславливающих появление предпринимательских рисков, учитывая, прежде всего, процесс производства и реализации готового продукта. В этом отношении показательны труды экономистов середины XIX века (Й. Тюнена, Г. Монгольдта и др.), которые реализацию предпринимательской функции ставили в зависимость от предпринимательского дохода и фактора времени;

- рассмотрение личностной составляющей, как важного фактора развития предпринимательства и предпринимательской активности. Особенно важность этой составляющей ученые начали осознавать конце XIX века, когда предприниматели начали рассматриваться, с одной стороны, как высококвалифицированная категория участников производства, а с другой – посредники между рабочими физического труда и потребителями (Маршалл).

Констатирующий период – это период, в котором сформировался ряд мировоззренческих предпосылок к рассмотрению предпринимательства как сложного вида человеческой деятельности, которая способна влиять не только на мир производства, но и на отношения внутри общества. Этот период начинается с началом XX века и продолжался до конца 80-х годов XX века. Важными вехами этого периода являются:

- появление инновационной концепции предпринимательства Й. Шумпетера (1912 г.), которая в центр внимания поставил реализацию предпринимателем нововведений, призванных революционизировать процесс производства, вывести из состояния равновесия экономическую систему и вступления в новые черты. Такая постановка проблемы по своему содержанию была новаторской и в дальнейшей перспективе кардинально изменила взгляды на место и назначение предпринимательства в современном мире;

- понимание рядом с предпринимательством важности участия в производстве других его представителей, таких как менеджеры. В 50-60-х годах XX века это привело к широкой общественной дискуссии на фоне футурологического видения перспектив развития социальных систем. Как следствие, появление ряда концепций, в частности «революции менеджеров» Дж. Гелбрейта и др., в которых отрицалась ведущая роль в экономике традиционных предпринимателей (капиталистов-собственников) и обосновывалось нарастание реальной власти менеджеров как управленцев высокого ранга умений и квалификации в постиндустриальном обществе;

- появление ряда явлений, касающихся предпринимательства и реализации творческого потенциала человеком. Среди таких явлений - внутриорганизационное предпринимательство или антрепренерство, описанное

в 1983 году Г. Пиншотом. Под антрепренерством понималось развитие предпринимательской инициативы внутри существующего предприятия или организации.

- осознание значения малых и средних форм предпринимательства как фактора экономического развития. Такое понимание - это новое обращение к идеям Й. Шумпетера, которое произошло в 70-х годах XX века в экономически развитых странах Западной и Восточной Европы, стало возможным благодаря усилению технологической конкуренции и расширению возможностей использования нововведений венчурным предпринимательством.

Результатом развития этого периода стало осознание значения феномена предпринимательства как такового, что является неотъемлемой частью не только производственной, но и социальной составляющей общества, которое стремится к самосовершенствованию и саморазвитию.

Новейший период научной интерпретации предпринимательства, как правило, отсчитывается с конца 80-х годов XX века. Это новое понимание предпринимательства как сложного явления, функционирует и развивается в постоянно меняющихся условиях существования общества. Из числа объективных условий, которые накладывают отпечаток на дальнейшие теоретизирования по определению сущности предпринимательства, прежде всего, на себя обращают следующие:

- «... появление новых информационных технологий и Интернета, что во многих случаях ускорило процессы реализации продукции предприятий, расширило сферу запросов на предпринимательские услуги, позволило предпринимателям лучше представить как себя, так и собственные результаты труда;

- процессы политической и экономической глобализации и сближения доступа к ресурсам других стран, ускорение процессов мобильности и трудовой миграции, расширение поля для индивидуальной предпринимательской деятельности и самозанятости населения;

- трансформационные процессы, связанные с возрождением, легитимизацией предпринимательства в посткоммунистических странах. Это, в свою очередь, позволило рассматривать предпринимательство как эффективное рыночное средство экономического роста. С другой стороны, процессы общественной трансформации «подняли» комплекс социально-психологических проблем, связанных с предвзятым отношением к предпринимательству, неготовностью людей к изменениям, а также породило ряд социальных проблем, которые не соответствуют исходному духу предпринимательства («теневая экономика», «олигархичное предпринимательство» и т.д.)» [2, с. 51].

Во всем цивилизованном мире происходит отход от традиционной модели предпринимательства, ориентированной на максимальную отдачу от имеющихся у предпринимателя или его организации ресурсов, и переход к инновационной и социально-экономической модели. Последняя призвана обеспечить гармоничность отношений между предпринимательством и обществом в направлении учета взаимных интересов и сотрудничества в решении наболевших общественных проблем (охрана окружающей среды, учет потребностей и защиты потребителей, образовательное и техническое развитие и др.). К сожалению, в РФ развитие предпринимательства происходит по традиционной схеме, в которой доминирующей мотивацией является экономическая, а развитие предпринимательской активности несет в себе отпечаток разного рода социальных деформаций и экономических дисфункций.

Среди современных определений предпринимательства обращают на себя внимание следующие:

- «...предпринимательство - это профессиональная экономическая деятельность, направленная на расширение воспроизводства собственного капитала с целью получения прибыли безотносительно к конкретной сфере производства - материального или духовного» [3, с.

69];

«... предпринимательство – динамическое явление, которое меняется, проявляя свою специфику на разных этапах развития социальной и экономической систем» [4, с. 161];

«... предпринимательство – это инновационная модификация (модель) экономического поведения, ориентированная на остаточный доход, который не доступен другим стандартно действующим агентам рыночного процесса» [5, с. 492].

Основной характерный признак указанных выше определений предпринимательства – это рассмотрение его как творческой разновидности экономического поведения, что является необходимой основой достижения определенного экономического результата. Следует заметить, что пока отсутствует единая дефиниция предпринимательства, что создает определенные трудности в разработке понятийного аппарата, поисках механизмов, чтобы объясняли бы всю систему отношений и зависимостей, возникающих в процессе его реализации и функционирования.

Поэтому значимой методологической проблемой является соотнесение понятия «предпринимательская активность» с предпринимательством.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ»

Активность человека является многовекторным явлением, которое требует многомерного анализа. Принятым в психологии является анализ проявлений активности на психическом, личностном, поведенческом и социально-психологическом уровнях [7, с. 145]:

- психический уровень активности охватывает сферу функционирования человеческого организма как психофизиологической системы. В основе психической активности – динамические процессы, границы которых задаются типом нервной системы, которая проявляется в скорости, энергичности, интенсивности, и разнообразия выполняемых человеком поведенческих актов и движений;

- личностный уровень активности характеризует содержательный, функционально-смысловой компонент психического, в значительной мере определяется направленностью индивида. С личным уровнем активности, кроме направленности, тесно связана проблема отношения человека к самому себе и к окружающему его миру. Не меньшее значение в этом процессе приобретает оценка собственных возможностей, необходимость проявления той или иной активности относительно других объектов. Как следствие, активное или пассивное поведение человека во взаимодействии с реальностью;

- поведенческий уровень активности в целом охватывает внешние проявления действий человека. Позволяет провести качественную и количественную оценку действий, учитывая процесс их выполнения (интенсивность, объем взаимодействия, способ выполнения действий), а также результаты деятельности. Указанные параметры в значительной мере раскрывают формальную сторону активности. Поведенческий уровень активности в своем наиболее концентрированном проявлении – это совокупность действий и поступков, которые находят свое воплощение в целенаправленной деятельности, в познании и преобразовании окружающего мира;

- социально-психологический уровень активности намного сложнее в структурном и функциональном аспектах, чем предыдущие уровни. Предусматривает систему межличностного взаимодействия и коммуникации, взятие и выполнение функциональных ролей, распределение полномочий, лидерство и руководство и др. [8, с. 55].

Социальная активность осуществляется в различных формах, основными разновидностями которой является социально-политическая, трудовая, экономическая и культурно-развлекательная активности [9-11]. Социально-политическая (социополитическая) актив-

ность характеризует социальную сущность человека как субъекта политики, сочетающей в себе две формы бытия: внутреннюю и внешнюю, которые находятся в диалектическом единстве. Она является важным структурным элементом социальной активности, которая имеет свой собственный смысл, функции, обусловленные субъектно-объектным положением человека в системе социально-политических отношений [12. С. 58]. Она побуждает человека к деятельному целенаправленному изменению (преобразованию) окружающей социальной реальности, в основе которой система реальных потребностей и интересов социальных групп, и социума в частности.

Трудовая (производственная) активность является главным средством существования человека, определяющей формы социально-организационных конструкций, их надежность и долговечность. Это энергия, направленная на воспроизведение не только необходимых форм жизни, но и источников производительности труда. Важной составляющей трудовой активности является трудовое поведение как комплекс целенаправленных индивидуальных и групповых действий, определяющих направленность и интенсивность реализации человеческого фактора в процессе трудовой деятельности [13]. Трудовая активность, как и трудовое поведение – это сознательно регулируемый комплекс действий и поступков работника, связанных с сочетанием профессиональных возможностей и интересов с деятельностью производственной организации, производственного процесса.

Экономическая активность – это система реальных, инициативных и эффективных действий субъектов деятельности, направленных на производство того или иного товара, выполнение определенных работ или оказание услуг с целью получения определенных положительных результатов, а именно: наращивание объемов производства, привлечение дополнительных инвестиционных ресурсов, формирование оптимальной загрузки производственных мощностей, реализации принятых программ и запланированных мероприятий по развитию собственного бизнеса [14] и т.д. Д. Кикал и Л. Томас предлагают перечень критериев и показателей для оценки экономической активности (таблица 1) [15. С. 79].

Таблица 1- Критерии и показатели оценки экономической активности

№ блока	Критерий оценки	Перечень показателей
I	Организация предпринимательской деятельности (ОПД)	- количество субъектов хозяйствования - количество объектов хозяйствования, которые изменили форму собственности - количество действующих банковских структур
II	Инвестиционная активность (ИА)	- инвестиции в основной капитал - прямые иностранные инвестиции - объем банковских кредитов - введение в действие основных фондов
III	Производственная активность (ПА)	- объем промышленности в промышленности - сельском хозяйстве - в строительстве - транспорт и связи
IV	Активность потребления (АП)	- розничный товарооборот - рост реальных денежных доходов
V	Результативность деятельности (РД)	- занятость трудоспособного населения - объем экспорта товаров и услуг - объем полученной прибыли в расчете на 1-го занятого - налоговые отчисления, уплаченные субъектами хозяйствования

В первый блок вошли показатели, оценивающие активность формирования предпринимательской среды, ко второму – показатели, которые отслеживают процес-

сы формирования производственных инвестиционных ресурсов, к третьему, отражающие ситуацию в сфере формирования валового продукта в разрезе основных сегментов экономики, к четвертому, показатели оценки имеющегося и потенциального потребительского спроса на товары и услуги, в пятый – показатели, характеризующие результативность осуществления экономической деятельности субъектами хозяйствования.

Как видно из таблицы 1, первую рейтинговую позицию занял блок, реализующий потенциал предпринимательской активности. Это подтверждает важность этой сферы человеческой активности во всей системе экономических отношений. Предпринимательскую активность в экономической социологии определяют, как «... инновационное поведение, которое реализуется в экономическом секторе социальной жизни» [16, с. 101]. Присутствие инновационной компоненты сближает в определениях как предпринимательскую активность, так и предпринимательство. Рассматривая проблему соотношения этих понятий следует констатировать, что понятие «предпринимательство» является более широким по своему содержанию и предполагает активность в качестве неотъемлемой и главной составляющей.

Предпринимательская активность, в свою очередь, содержит две составляющие. С одной стороны – это деятельность как система действий, направленная на реализацию конкретной цели, с другой, – это поведение как внешнее проявление процесса включения этих действий в практическую плоскость деятельности. В отличие от деятельности поведение не подчиняется конкретно определенной цели, является ситуативной и реагирует на ситуацию.

Отдельные исследователи отождествляют предпринимательскую активность с деловой активностью. На наш взгляд, такое отождествление таит в себе определенные опасности, ведь деловая активность – это, прежде всего, экономическая деятельность, конкретизированная в виде производства того или иного товара или предоставления конкретной формы услуг. В то же время, предпринимательская активность – это комплекс широких действий и поведенческих проявлений, которые, в свою очередь, отражают личностные стремления и возможности человека в реализации своих замыслов и устремлений. Предпринимательская активность здесь вписана в систему не только производственных (результативных), но и социальных отношений.

Перспективным в анализе предпринимательской активности является многоуровневый подход, предложенный А.З. Ефименко. Он исходит из следующего анализа: атрибутивного, процессуального, деятельностного, функционального и институционального [17, с. 41].

Атрибутивный подход – это понимание предпринимательства и предпринимательской активности как совокупности определенных атрибутов, характерных только данной сфере человеческой деятельности. В качестве таких атрибутов, например, выступают риск, свобода действий, инновационность, активность и др.

Процессуальный подход – это взгляд на предпринимательскую активность как некий процесс, который является переменным во времени, имеет свои временные признаки и границы, содержательные характеристики. Характеризующие этот процесс определенные фазы развития, к которым обычно относят стадию «формирования», стадию «роста», стадию «стабилизации и зрелости» и стадию «кризиса и упадка» [18, с. 85].

Деятельностный подход объединяет взгляды исследователей на предпринимательскую активность как таковую, сопровождающий преобразовательные действия человека для достижения собственных целей. При этом ученые оперируют такими категориями как мотивация, средства действий, планирование деятельности, стратегия и тактика поведения, принятие решения, цель и др.

Функциональный подход рассматривает предпринимательство и предпринимательскую активность как

определенную функцию, смысл которой заключается в реорганизации сложившихся форм производства, создание «новых комбинаций», производство научно-исследовательских работ. Другое понимание, по мнению Ильиных С.А., дает подходы, рассматривающие предпринимательство вне времени и социальными системами, как функцию, которая способна интегрироваться не только в экономических отношениях, но и в социальные, находя там новое продолжение и воплощение (П. Друкер, В.В. Радаев и др.) [19, с. 54].

Институциональный подход – это взгляд на предпринимательство как на рыночный институт, который подвергается воздействию ряда важных политических, социо- и социокультурных факторов. В своем сочетании способны ускорять или тормозить прогресс не только предпринимательство, но и предпринимательская инициатива.

Институциональный анализ предпринимательской активности предполагает ее анализ через призму готовности привлекаться в предпринимательские структуры (предпринимательство). В данном случае такая готовность выступает интегрированным показателем отношения к предпринимательству, в значительной мере определяется расположением населения к рыночным преобразованиям и свободным формам экономической деятельности [20]. Структурные составляющие предпринимательской активности на основе проведенного анализа представлены нами на рисунке 1.



Рисунок 1 - Структурные составляющие предпринимательской активности

В аспекте исследуемой проблемы следует отметить и другие подходы к анализу предпринимательской активности, выделенные в отечественной литературе. Так, например, Л.А. Бурганова на основе систематизации исследований в области предпринимательства считает целесообразным говорить о социально-экономическом, социально-психологическом и социокультурном подходах [21, с. 77].

Социально-экономический подход направлен на комплексное исследование явлений в обществе с учетом экономических и социальных особенностей и факторов, касающихся выработки различных форм предпринимательской инициативы и активности субъектов хозяйствования или групп людей, вовлеченных в экономическую сферу деятельности. Данный анализ в основном направлен на исследование проявлений экономического поведения в переходном обществе [22, с. 91], практик самозанятости [23, с. 41], мотивов и человеческих ресурсов предпринимательства [24, с. 115], инновационного развития предпринимательства и поисков социально-адекватного менеджмента [25, с. 1577].

Социально-психологический подход предполагает исследование проблем создания и деятельности предпринимательских организаций, функционирующих на

принципах самоорганизации, совместной работы, лидерства и становления индивидуальной инициативы. Среди наиболее важных проблем этого подхода является анализ предпринимательского менеджмента [26, с. 34], организация совместной деятельности и управления [27, с. 41], построение эффективных стилей лидерства [28, с. 75].

Социокультурный подход – это анализ особенностей воспроизводства традиций предпринимательства, его ценностей, культуры в обществе. Среди наиболее важных исследовательских проблем здесь существуют проблемы культурной трансформации и развития предпринимательства [29, с. 137], становление бизнес-культуры и анализ предпринимательской идеологии [30, с. 424].

Совершенно иной взгляд по анализу предпринимательской активности предлагает А.Т. Алиев [31, с. 56]. По его мнению, всесторонний анализ предпринимательской активности должен учитывать:

- психологические основы поведения предпринимателей;
- компетентность, наличие определенных профессиональных и деловых способностей у людей, задействованных в предпринимательстве;
- факторы, способствующие развитию нововведений и инноваций;
- внешние экономические условия реализации предпринимательства.

Отдельная исследовательская проблема – это определение основных проявлений предпринимательской активности. В экономической социологии принятым является описание проявлений предпринимательской активности через призму типовых моделей предпринимательской поведения. В частности, А.А. Абалакин [31, с. 78] предлагает ряд таких моделей, которые можно соотнести с предпринимательской активностью: инвестиционную, организационную, посредническую, аквизиционную, коммерческую, конъюнктурно-игровую, консалтинговую.

Инвестиционная модель базируется на организации и внедрении венчурных инвестиционных проектов, реализуемых собственниками на основе собственных или привлеченных капиталов по своему усмотрению и риск.

Инвенторная модель характеризует поведение производителя и владельца инновационных продуктов, которые самостоятельно их предлагают на рынке, передавая их на контрактной или иной основе другим субъектам рыночного процесса.

Организационная модель описывает действия участников рынка, которые внедряют инновационные методы интеграции человеческих ресурсов и объединяют их с целью максимизации эффекта от решения нестандартных задач управления.

Модель посредничества предусматривает интеграцию экономических интересов различных агентов рыночного процесса и получение на этой основе дополнительных выгод, возникающих в результате нестандартных арбитражных операций.

Модель приобретения характеризуется действиями субъектов рынка; различными способами они устанавливают контроль над экономическими ресурсами других собственников с целью концентрации их в своих руках, а затем запускают их в предпринимательский оборот.

Коммерческая модель направлена на создание новых нестандартных каналов обмена (купли-продажи) различных товаров, услуг, информации, позволяющих увеличить их прибыль от оборота.

Модель конъюнктурной игры основана на венчурных методах объединения цены и другой конфиденциальной информации с целью получения различных, в том числе экономических, преимуществ по сравнению с другими агентами рыночного процесса.

Модель консалтинга предоставляет профессиональную поддержку различным субъектам предпринимательского поведения по широкому кругу вопросов эко-

номической деятельности. Мы полагаем, что эта модель наименее ориентирована на наличие активного компонента в предпринимательской деятельности, а скорее та, что сопровождает процесс рыночных преобразований [33, с. 56].

На наш взгляд, предпринимательская активность в состоянии приобретать две основные разновидности: конструктивную и неконструктивную. Первый уровень предусматривает проявление предпринимательской активности, направленной на развитие и сотрудничество, на реализацию общечеловеческих ценностей, которые гармонично сочетают стремление человека своими действиями внести элемент творчества в систему социально-экономических взаимодействий. Другой диапазон предпринимательской активности – это деятельность и поведение, непредсказуемое по своим последствиям и тесно связанное с проблемой социальной патологии и девиантного поведения. В первом случае, речь в основном идет о социальной дезорганизации в кризисном обществе. В значительной степени социальность патологий обусловлена внешними (экологическими) факторами, которые часто обусловлены проблемами аномии, которая означает ситуацию, при которой общественные нормы теряют влияние на поведение индивида. В данном случае, предпринимательская активность как социальная патология – это в известной степени отклонение реальных ее проявлений от определенного образцового эталона. В этих взаимоотношениях – это известное в социологии соотношение понятий нормы и патологии (Э. Дюркгейм). С другой стороны, крайние деструктивные, негативные проявления предпринимательской активности могут быть объяснены сетевым анализом, который интерпретирует социальную реальность через процесс взаимодействия непосредственных актеров или субъектов деятельности. В данной ситуации социальные патологии является результатом деформаций, возникающих в коммуникативном процессе и непосредственно влияют на всю систему отношений как в формальной, так и неформальной организации [34, с. 112].

В предпринимательской активности, предел девиантности и девиантности в действиях является достаточно гибкой, если считать, что предприниматели по своей природе призваны нарушать устоявшиеся нормы в силу инновационного характера своей экономической деятельности. В значительной степени социальные патологии и девиантность связаны с таким видом предпринимательской активности как неформальная экономическая активность, проявления которой существуют в любом обществе, но их значение измеряется сферой их применения и объемами распространения. Такая активность включает две составляющие: теневую и нестандартизированную в экономике. Первая составляющая считается разрушительной и патогенной для экономики страны и имеет более глубокий эффект на уровне сознания индивидов. Включая нелегальную экономику или деятельность, которая по определенным причинам запрещена законодательством, а также скрытую деятельность, предполагающую деятельность официально зарегистрированных предприятий, которые прибегают к незаконным операциям, сокрытию налогов, сознательному нарушению правил экспорта / импорта, оказание услуг другого качества и др. Нестандартная экономика включает социальные практики и виды деятельности, официальной регистрации которых государство не требует, например, работа на приусадебных и арендных земельных участках, «соседская помощь», самозанятость, мелкая коммерция, репетиторство. Исходя из нестандартизированной экономики, ей свойственны меньше девиантность или ее отсутствие, что обусловлено перераспределением предпринимательской активности на решение локальных проблем отдельных личностей или целевых групп людей с целью получения дополнительного прироста, а не стремительного обогащения. Часто такая нестандартная активность является ис-

ходным пунктом в развитии конструктивных образцов предпринимательства (создание собственной фирмы) в производстве товаров и оказании услуг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сегодня открыт диапазон для теоретизирования о месте предпринимательства в современном обществе. Это создает динамическое научно-практическое поле для того, чтобы по-новому осмыслить содержание предпринимательской функции, исходя из преодоления тех мифов и предрассудков, мешающих или создающих барьеры для реальной оценки ситуации. Еще один очень важный аспект – это раскрытие реального содержания и проявлений предпринимательской активности, которая сегодня рассматривается как один из важных факторов, характеризующих природу предпринимательства.

Таким образом, предпринимательская активность – это, прежде всего, деятельно-поведенческое предпринимательство, направленное на реализацию его реально-конкретных целей для достижения экономического и соответствующего социального эффекта. Вплетаясь и являясь основной составляющей предпринимательства, предпринимательская активность реализует его инновационную природу, функционально поддерживая тонус действий и обеспечивая получение конкретного результата.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пиньковецкая Ю.С. Государственное регулирование и поддержка развития предпринимательства. М.: Русайнс, 2015. 244 с.
2. Момотова О.Н., Кибальникова О.Н. Развитие социального предпринимательства в Ставропольском крае: монография. Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2016. 139 с.
3. Кошелева Е.Г. Мониторинг предпринимательской активности: теоретико-методологический подход // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. 2018. № 1. С. 68-78.
4. Козырева П.М., Смирнов А.И. Предпринимательская активность в контексте задач инновационной модернизации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2018. № 806. С. 158-177.
5. Мысаченко В.И., Тимофеев М.И., Решетов К.Ю., Жеребцов В.И., Комаров В.Ю. О причинах низкой предпринимательской активности // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2 (91). С. 491-494.
6. Филина О.В., Сорокина К.В., Новаковская А.В. Роль институциональных факторов в развитии предпринимательской активности // Горизонты экономики. 2018. № 2 (42). С. 29-34.
7. Предпринимательство / А.Н. Романов [и др.]. 5-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 689 с.
8. Рубан Д.А. Концентрация региональной активности малых предприятий в условиях инфляции // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. 2018. Т. 17. № 1. С. 52-70.
9. Вишняков А.И. Психологические особенности трудовой мотивации и ее взаимосвязь с ценностными ориентациями сотрудников медицинских учреждений // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 3 (16). С. 245-248.
10. Иванова Т.Н. Формирование социально-трудовой траектории как составной части системы социально-трудовой мобильности молодежи // Балтийский гуманитарный журнал. 2015. № 2 (11). С. 57-59.
11. Иванова Т.Н. Система принципов современного социально-трудового пространства // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. № 2 (11). С. 137-140.
12. Попов Д.С., Хромова А.С. Эволюция инструментов государственного регулирования предпринимательской активности // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 1. С. 56-65.
13. Петросянец Д.В. Институциональные преобразования предпринимательской среды в современной России // Гуманитарные науки. 2018. № 3. С. 11-18.
14. Тютюкина Е.Б., Абдикеев Н.М., Оболенская Л.В. Факторы, препятствующие инновационной активности российского предпринимательства: региональный аспект // Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 8. Т. 1. С. 3-13.
15. Кикал Дж., Томас Л. Социальное предпринимательство: миссия – сделать мир лучше. М.: Альпина Паблишер, 2016. 304 с.
16. Малое и среднее предпринимательство. Повышение роли в инновационных преобразованиях российской экономики: монография / Т.А. Дуброва [и др.]. М.: Дашков и К, 2016. С. 231 с.
17. Ефименко А.З. Социология управления. Ч. 2. М.: Московский государственный строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. 160 с.
18. Земцова Л.В. Основы предпринимательства. Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. 57 с.
19. Ильиных С.А. Социология управления Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. 180 с.

20. Куликова Е.И. Проблемы улучшения предпринимательской среды в России // Экономика и предпринимательство. 2016. № 12. Ч. 2. С. 350-353.
21. Бурганова Л.А. Социология управления. 2-е изд. Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016. 160 с.
22. Борнштейн Д. Как изменить мир: социальное предпринимательство и сила новых идей. М.: Альпина Паблишер, 2016. 487 с.
23. Бондаревский А.В. Общество и бизнес: трудности взаимопонимания // Информация–Коммуникация–Общество. 2018. Т. 1. С. 39-46.
24. Белозор Ф.И. Социология управления 2-е изд. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. 559 с.
25. Глухих, П.Л. Региональные факторы предпринимательского поведения домохозяйств // Региональная экономика: теория и практика. 2018. Т. 16. № 8 (455). С. 1576-1590.
26. Буждалина О.Б. Развитие государственной финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства в условиях экономической неопределенности: монография. М.: Дашков и К, 2015. 86 с.
27. Ларионов Г.В. Интегрированный товар в инновационно-кредитном предпринимательстве: монография. М.: Дашков и К, 2015. 176 с.
28. Методология мониторинга развития малого предпринимательства в регионах России: монография / Т.А. Дуброва [и др.]. М.: Дашков и К, 2015. 248 с.
29. Месхи Б.Б. Управление социальными рисками модернизационных процессов // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7. № 2. С. 135-147.
30. Моттаева А.Б. Концепция регулирования труда в России для развития экономической активности предпринимательских структур // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2 (91). С. 422-429.
31. Предпринимательство / А.Т. Алиев [и др.]. М.: Дашков и К, 2015. 191 с.
32. Предпринимательство в России. Теория, проблемы, перспективы: коллективная монография / А.А. Абалакин [и др.]. М.: Научный консультант, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2017. 262 с.
33. Предпринимательство и бизнес. Финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития: монография / Т.А. Полгар [и др.]. М.: Дашков и К, 2016. 710 с.
34. Чурашкина А.В. Сущность и методические подходы к оценке предпринимательской активности // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 4. С. 1239-1252.

Статья поступила в редакцию 25.09.2019

Статья принята к публикации 27.11.2019