

РАЗДЕЛ I. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

doi 10.17072/1994-9960-2021-3-223-237

JEL Code L26

УДК 338, ББК 65.290

© Тарануха Ю.В., 2021

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРИРОДА, СОДЕРЖАНИЕ И СУЩНОСТЬ****Юрий Васильевич Тарануха**ORCID ID: [0000-0002-7578-874X](https://orcid.org/0000-0002-7578-874X), Researcher ID: [N-1417-2013](https://orcid.org/N-1417-2013), e-mail: Yu.taranukha@mail.ruМосковский государственный университет имени М.В. Ломоносова
(Россия, 119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, строение 46)

В настоящее время предпринимательству уделяется особое внимание в связи с тем, что в нем стало принято видеть фактически бесплатный и неограниченный фактор экономического роста. Между тем вопрос о его природе, содержании и сущности так и остается нерешенным. Это ведет не только к неправильному пониманию работы механизма предпринимательства и особенностей поведения предпринимателей, но и к ошибкам в экономической политике в отношении предпринимательства, в частности, связанным с завышенными ожиданиями относительно ориентации предпринимателей на решение общественных задач. Проблема усугубляется еще и тем, что в научной литературе постулируется как минимум три подхода к его анализу: как экономической категории, как метода хозяйствования и как типа экономического мышления. Каждый из них имеет право на существование в силу многогранности самого явления – предпринимательства. Задачей настоящей статьи является исследование предпринимательства как экономической категории. Это обусловлено тем, что два других аспекта анализа могут быть правильно освещены только в том случае, если опираются на подлинную природу явления. Основываясь на принципах системно-эволюционного подхода, автор показывает неразрывную связь предпринимательства с развитием обмена и рыночного хозяйства. При этом обосновано положение о том, что многообразие трактовок предпринимательства является следствием не только эволюции самого предпринимательства, но и применения неверной методологии его анализа. Новизна подхода заключается в том, что в статье предпринимательство исследовано в качестве особого типа хозяйственного поведения. На этом основании сделан обоснованный вывод о том, что содержание предпринимательства состоит в завоевании конкурентных преимуществ, а его сущность – в «ненасильственном приобретательстве», то есть приумножении собственности посредством осуществления рыночных операций. Понимание природы предпринимательства как результата развития процесса обмена и одновременно генератора рыночных изменений создает плодотворные перспективы для исследований в области эволюции форм обмена, а также форм и методов осуществления предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательство, теория предпринимательства, трактовки предпринимательства, природа предпринимательства, содержание предпринимательства, сущность предпринимательства, носитель предпринимательства, системно-эволюционный подход, новаторство, новатор.

Для цитирования:

Тарануха Ю.В. Предпринимательство: природа, содержание и сущность // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика». 2021. Том 16. № 3. С. 223–237. doi: 10.17072/1994-9960-2021-3-223-237

ENTREPRENEURSHIP: NATURE, CONTENT, AND ESSENCE**Yury V. Taranukha**ORCID ID: [0000-0002-7578-874X](https://orcid.org/0000-0002-7578-874X), Researcher ID: [N-1417-2013](https://orcid.org/N-1417-2013), e-mail: Yu.taranukha@mail.ru

Lomonosov Moscow State University (bld. 46, 1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia)

In recent times, entrepreneurship is given a special attention to as entrepreneurship is customarily seen to be a virtually free and unlimited factor of economic growth. Meanwhile, the question of its nature, content, and essence remains unresolved. This leads not only to a misunderstanding of the entrepreneurship mechanism and the behavior of entrepreneurs, but also to mistakes in economic policy in relation to entrepreneurship, in particular, associated with over-expectations regarding the entrepreneurs' focus on social needs. The problem is aggravated by the fact that scientific literature claims that there are at least three approaches to entrepreneurship analysis: 1) entrepreneurship as an economic category, 2) as a management method, and 3) as a type of economic mindset. Each approach has its right to exist due to the versatility of the entrepreneurship phenomenon itself. The aim of this article is to study entrepreneurship as an economic category. This is driven by the fact that the other two aspects of the analysis can be appropriately described only if they are derived from the true nature of the phenomenon. Having the principles of the system-evolutionary approach in mind, the author shows the inextricable connection between entrepreneurship and the development of exchange and market economy. At the same time, it is proven that the variety of approaches to entrepreneurship stems both from the evolution of entrepreneurship itself and from wrong exploitation of its analysis methodology. This approach is novel because the article looks at entrepreneurship as a special type of business behavior. This gives a substantial conclusion that the content side of entrepreneurship is the conquest of competitive advantages, while its essence means "non-violent acquisition", i.e. accumulation of property through market transactions. Understanding the nature of entrepreneurship as a result of exchange process and a market change agent gives promising prospects for studies in the area of evolution of exchange forms and the forms and methods of entrepreneurship existence.

Keywords: entrepreneurship, theory of entrepreneurship, interpretation of entrepreneurship, nature of entrepreneurship, content of entrepreneurship, essence of entrepreneurship, entrepreneurship agent, system-evolutionary approach, innovation, innovator.

For citation:

Taranukha Y.V. Entrepreneurship: Nature, content, and essence. *Perm University Herald. Economy*, 2021, vol. 16, no. 3, pp. 223–237. doi: 10.17072/1994-9960-2021-3-223-237

ВВЕДЕНИЕ

Предпринимательство имеет многовековую историю [1]. Но эпохой его господства стали индустриальная и постиндустриальная экономика, где его стали считать едва ли не определяющим фактором производства¹, возможно и необоснованно². В настоящее время при-

нято считать, что именно предпринимательство является источником прогресса [4; 5], и рассматривать его в качестве источника повышения конкурентоспособности и развития экономики [6]. Однако история экономического развития мирового сообщества указывает на то, что предпринимательство играло и играет разную роль в социально-экономическом прогрессе в зависимости от уровня развития производительных сил и общественных условий. Поэтому, не стремясь умалять роли предпринимательства в экономике, мы, тем не менее, считаем ошиб-

¹ «Каждый индивид обладает одним или двумя видами ресурсов: 1) факторы производства, которые могут быть проданы на рынке; 2) ресурсы предпринимателей, с которыми нельзя поступить таким образом, но которые можно использовать, объединив с факторами прочих видов для производства продуктов на продажу» [2, с. 201–202].

² Хотя данное положение стало общепринятым и получило распространение во всех учебниках по экономике, оно имеет ту слабую сторону, что предпринимательство как функция не отвечает требованиям, необходимым для

определения «производственного фактора» – однородности и делимости [3, с. 425].

кой видеть в нем некую подвижническую деятельность или саму производительную силу, а тем более сводить его сущность к обеспечению экономического роста [7, с. 82]. Ведь неслучайно в различные исторические периоды оно получало разную общественную оценку – от «греховной деятельности» до своеобразного творчества, выражающегося в способности «увидеть и применить открывшиеся на рынке возможности» [8].

Несмотря на высокую оценку роли и значения предпринимательской деятельности в современной постиндустриальной экономике, вопросы, связанные с пониманием его природы, содержания и сущности, остаются нерешенными. Возможно, кому-то они могут показаться формальными. Однако в действительности их нерешенность становится препятствием не только для адекватного описания этой сферы человеческой деятельности, но и для разработки результативной экономической политики, что влечет за собой негативные последствия практического характера.

В предпринимательстве Р. Контильон, А. Смит, Д. Рикардо, Ф. Найт видели связанную с риском деятельность по арбитражированию ресурсов. Ж.-Б. Сэй и Дж.С. Милль рассматривали предпринимателя как организатора производства, а А. Маршалл, К. Менгер, Л. Вальрас, Ф. Визер, Д.Б. Кларк и Дж.Р. Хикс – как управляющего, который комбинирует производственные факторы с целью оптимизации производственного процесса по издержкам¹. В конце XX века стала господствовать идея Й. Шумпетера² о том, что предпринимательство – это новаторская деятельность, получившая впоследствии статус преобразовательной (Л. Мизес, Ф. Хайек) и координирующей силы (Р. Коуз,

О. Уильямсон, Д. Норт). В настоящее время содержание предпринимательства сужено до деятельности, связанной с созданием новых предприятий [11, с. 9], трактуемой в качестве главной формы проявления шумпетерианского новаторства.

Многообразие трактовок предпринимательства можно объяснить многоплановой природой самого явления [12]. Обнаруживая себя в виде разных аспектов хозяйственной деятельности, оно может анализироваться с различных позиций, что объективно порождает основания для разных его трактовок [13; 14]. Единственное, что в принципе неприемлемо, – это определение природы, содержания и сущности предпринимательства на основе взглядов самих предпринимателей, как это иногда делают [15]. Между тем причина не только в многогранности самого предпринимательства, но и в ошибочности методологического подхода к его изучению, суть которой состоит в том, что предпринимательство обычно анализируется в качестве особого вида человеческой деятельности, а не как явление, отражающее специфику хозяйственного поведения агентов рынка. Цель настоящего исследования заключается в том, чтобы исправить указанный недочет и показать специфику предпринимательства как особого типа хозяйственного поведения, в рамках которого деятельность предпринимателя может проявляться самыми разными сторонами и принимать разные формы. Решение этой задачи не может быть достигнуто путем выделения отличительных черт предпринимательской деятельности и сопоставления их по значимости, так как эти черты с разной интенсивностью проявляются во времени, что делает предпринимательство аморфной, неуловимой субстанцией. Ее решение требует погружения в глубины природы данного явления, что позволяет установить причины его возникновения, а также сущностные характеристики, определяющие закономерности его функционирования и развития.

¹ «Функция эта сама по себе не связана с трудом, ни с собственностью на капитал; она состоит целиком в установлении и поддержании эффективных взаимодействий между факторами производства» [9, с. 447].

² «...Функция предпринимателей заключается в том, чтобы реформировать или революционизировать производство, используя изобретения, или, в более общем смысле, используя новые технологические решения для выпуска новых товаров или производства старых товаров новым способом, открывая новые источники сырья и материалов или новые рынки, реорганизуя отрасль и т.д.» [10, с. 183].

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательство может анализироваться с разных сторон. Оно может изучаться с позиции методов хозяйствования. Другое его особое значение – тип экономического поведения. Соответственно, предпринимательство можно исследовать как экономическую категорию. Именно эта сторона предпринимательства станет объектом нашего анализа. Это обусловлено, во-первых, тем, что второй и особенно третий подходы предполагают подключение к анализу других дисциплин, а во-вторых, тем, что эти аспекты предпринимательства могут быть правильно освещены только в том случае, если опираются на экономическую, подлинную природу явления, то есть в рамках решения проблемы с позиций первого подхода.

Исходным методологическим приемом нашего анализа станет отделение предпринимательства как явления экономической жизни, где оно представляется в виде особого типа рыночного поведения, от той повседневной деятельности, которая выполняется каждым предпринимателем. Именно смешение этих качественно принципиально разных его сторон стало причиной неверного понимания природы предпринимательства и, как следствие, множества его трактовок. Как это нередко бывает в экономической теории, «за деревьями не увидели леса», в том смысле, что внешнее и потому легко обнаруживаемое было принято за скрытое внутреннее содержание. Поэтому, фактически, анализировалось не само явление как таковое, а его функциональная сторона – к каким последствиям оно приводит, или, хуже того, в фокусе оказывалось исследование специфики функций, выполняемых субъектами предпринимательства, что приводило к абсолютной субъективизации этого явления. Хотя, казалось бы, очевидно то обстоятельство, что сами по себе разнообразие и многоплановость предпринимательской деятельности указывают на необходимость поиска чего-то общего для всех ее проявлений, что и делает предпринимательство чем-то сущим. Другими словами, для всех видов и форм, а также способов осуществления этой

деятельности должно быть что-то общее – общая база.

Несомненно одно: предпринимательство – это явление хозяйственной жизни. Поэтому его следует рассматривать именно с этих позиций. Чем оно отличается от всех других видов хозяйственной деятельности? Это на самом деле не так уж и трудно обнаружить. Его отличительной стороной является непрерывное осуществление обменных операций. Причем, как показал К. Маркс, даже в том случае, когда предпринимательство представляется и осуществляется как производственная деятельность, в действительности, то есть по своей сути, оно есть не что иное, как процесс купли ради продажи [16]. Это говорит о том, что если рассматривать предпринимательство как экономическую категорию, характеризующую его в качестве особого типа поведения, то оно идентифицирует себя именно в обмене. Причем в нашем случае, в отличие от логики проведенного К. Марксом анализа, не потому, что его целью является приумножение богатства, а по причине той роли, которую играет обмен в природе самого предпринимательства. Здесь следует указать на ряд обстоятельств: во-первых, обмен выступает исходным и конечным пунктами осуществляемой предпринимателем деятельности – без обмена нет и самого предпринимательства; во-вторых, именно в процессе обмена предприниматель усматривает источник возможной выгоды, выступающей его мотивом и оценкой успеха предпринятой им инициативы; в-третьих, столкновение в процессе обмена интересов предпринимателей делает эту деятельность состязательной; в-четвертых, неизбежные перемены в условиях обмена модифицируют поведение предпринимателя¹.

Рассматривая предпринимательство в указанном ключе, можем сразу сделать вывод о том, что предпринимательство – историческая категория, возникновение и развитие которой обусловлено развитием обмена и рыночного хозяйства. Другими словами, предпринимательство – это продукт разви-

¹ Тарануха Ю.В. Содержание и формы предпринимательства // Курс экономической теории / под ред. А.В. Сидоровича. Гл. 44. М.: ДиС, 1997. С. 488.

тия рыночного хозяйства. Такой вывод может показаться банальным. На самом деле он позволяет понять не только природу предпринимательства, но и специфику функций, выполняемых предпринимателем, а самое главное – понять логику трансформации, то есть развития самого явления, а соответственно, и тех функций, которые связаны с его реализацией. Например, именно с этих позиций не представляет труда объяснить причины активного проникновения в настоящее время предпринимательства в непредпринимательские сферы деятельности, такие как образование и социальная помощь.

Очевидно, что между предпринимательством и рыночным хозяйством существует тесная связь. Даже культура предпринимательства есть непосредственное следствие условий его деятельности [17, с. 873–890]. Вместе с тем связь эта не односторонняя. Само предпринимательство оказывает весьма активное воздействие на окружающую среду. И если рыночная экономика выступает в отношении предпринимательства генератором его изменений – масштаба, сфер деятельности, форм и функций, то трансформация предпринимательства по отношению к окружающей его среде играет роль акселератора наметившихся изменений. Из этого не следует, что эффект обратной связи проявляется исключительно как следствие пассивного приспособления к изменениям окружения. Однако это свидетельствует о том, что преобразовательная функция предпринимательства по своей сути есть приспособительный процесс. Приспособительный в том смысле, что является следствием реагирования предпринимателя на условия реализации им своих целей.

Исследуя предпринимательство с этих позиций, легко понять, что присущие ему такие признаки, как риск, инициатива, комбинирование производственных факторов и новаторство, – это всего лишь проявления различных аспектов предпринимательской деятельности, но никак не отражение его сущностных характеристик. При этом крайне важно понимать, что указанные признаки отражают не особенности человеческой натуры, как считает Й. Шумпетер, а

специфику экономической природы самого предпринимательства, то есть имеют обезличенное происхождение. Мы, естественно, можем обнаружить примеры разных типов поведения у разных предпринимателей, свидетельствующие о влиянии субъективных качеств. Однако это указывает лишь на то, что проявление присущих предпринимательству признаков обусловлено характером личности, то есть личностными качествами каждого отдельного предпринимателя.

Нет сомнений в том, что есть люди более и менее инициативные по своей натуре. Однако когда речь идет о предпринимательской инициативе, неизбежно обусловленной материальной ответственностью, она выступает отнюдь не следствием личностных свойств предпринимателя, а следствием его убежденности в лучшем знании и понимании сложившихся рыночных условий – «времени и места», которое и побуждает к действиям, направленным на то, чтобы обратить возникшую на рынке неопределенность в собственную выгоду. Соответственно, и риск, который при этом берет на себя предприниматель, – отнюдь не следствие его склонности или несклонности к риску. Все дело в величине вероятного дохода, который может быть получен в результате предпринятой инициативы. Ведь неслучайно можно наблюдать довольно жесткую связь между величиной потенциальной прибыли и степенью риска, на которую готов пойти предприниматель. Чем больше прибыль, тем выше готовность принять на себя риск. Поэтому не склонность к самосовершенствованию, как стало модным считать на рубеже тысячелетий, а жажда «ненасильственного приобретения», говоря словами В. Зомбарта, движет предпринимателем. Аналогичный ракурс рассуждений касается и новаторства.

Новаторский и творческий потенциал в немалой степени зависят от личностных качеств человека. Однако это сфера психоанализа. Что касается предпринимательства, то здесь новаторство – непосредственное следствие заключенного в нем составительного характера: выигрывает тот, кто превзойдет других. Новаторство – хотя и высокорискованный, но зато многообещающий путь к за-

воеванию превосходства в конкурентном поле. Даже Й. Шумпетер, связывавший инновационную инициативу с личностными качествами, в конечном счете согласился с тем, что предприниматель – это прежде всего успешный хозяйственник, а не изобретатель. Да и само понятие «нововведение» неслучайно трактуется Организацией экономического сотрудничества и развития как «новое приложение научных и технических знаний, приводящее к успеху на рынке» [18].

Главный вывод состоит в том, что все эти качества всегда присутствуют в предпринимательстве и оно не мыслимо без любого из них. Вся разница заключается в том, что проявляется каждое из них в разные исторические периоды с разной интенсивностью. Разве попытка Колумба попасть в Индию западным путем не было новаторством? Вне всякого сомнения. Потому, что был уже известный восточный маршрут. Но почему так долго пришлось ему убеждать королеву Испании выделить средства, необходимые для осуществления выдвинутой им инициативы? Да потому, что на первом плане был риск потери этих средств. И выигрывал тот, для кого этот риск оказывался оправданным. В настоящее время риск тоже высок, но предприниматель знает, что он может защититься от риска, а само главное осведомлен о том, что не рисковать – значит проиграть. Таким образом, что делает предприниматель и куда направляет свои усилия в каждый конкретный момент времени – зависит от специфики окружающей среды [19]. Игнорирование этого обстоятельства при выявлении природы предпринимательства превратилось в ту методологическую ошибку, которая вызвала, во-первых, неверное понимание природы предпринимательства, а во-вторых, различия в его трактовке. Вместе с тем и само развитие предпринимательства в не меньшей мере стало причиной «волнообразного» [20, с. 273–275] постижения его содержания и сущности.

Вплоть до Нового времени торговля была главной сферой приложения предпринимательства, а арбитражирование, обусловленное стремлением выиграть на разнице рыночных цен, стало его олицетворением. Отсюда определение предпринимательства

как стяжательной, связанной с риском деятельности (Р. Кантильон), хотя и направленной на удовлетворение общественных потребностей (А. Смит). С приходом промышленной стадии капитализма с его массовым производством, где конкурентный выигрыш определялся способностью к оптимизации по издержкам, в фокусе деятельности предпринимателя, естественно, становится комбинирование факторов производства. В условиях динамичных перемен в конкурентной среде, то есть в рыночном спросе и предложении, в постиндустриальном обществе ни игра на ценах, ни даже комбинирование факторов производства уже не обеспечивают завоевание превосходства. На данном этапе требуется не приспособление к изменяющейся среде, а навык преобразования окружающей среды к собственной выгоде. Здесь уже мало заметить неудовлетворенную потребность и реализовать ее. Требуется создание новых потребностей. В этой ситуации новаторство логично выдвигается на первый план.

Очевидность указанных связей не вызывает необходимости особых доказательств того, что предпринимательская деятельность и отражающие ее исторически определенную особенность признаки меняются по мере развития рыночного хозяйства. Проблема в другом. Могут ли эти перемены рассматриваться в качестве изменений в содержательной стороне и сущностной характеристике предпринимательства? Если исходить из положения, согласно которому с развитием меняется содержательная сторона предпринимательства, что, как правило, служило отправным пунктом анализа для исследователей раньше, да и в настоящее время предстает наиболее распространенным подходом, то предпринимательство как явление утратит генетическую целостность, распавшись на отдельные специфические виды производственной или коммерческой деятельности. Исчезает объединяющая всех их поведенческая закономерность – стремление к извлечению выгод.

Примерно то же самое будет происходить при выделении рутинной и новаторской деятельности, как это сделал Й. Шумпетер. Хотя достаточно очевидно,

что не может быть и не бывает новаторства без рутинной деятельности, при выполнении которой и происходит накопление знаний и навыков, создающих потенциал новаторских возможностей у предпринимателя. При этом само предпринимательство не только субъективизируется, но и превращается в своеобразный неуловимый фантом: сегодня предприниматель, а завтра нет, или наоборот. Можно, конечно, пытаться провести границу между предпринимательством и бизнесом, относя первое явление к новаторской деятельности, а второе – к рутинной. Но здесь возникает главный вопрос: «А чем принципиально отличается поведение бизнесмена от предпринимателя»? Оказывается, ничем, так как и тот, и другой, действуя в качестве хозяйствующих субъектов, озадачены исключительно поиском выгоды. Даже Й. Шумпетер вынужден был признать, что в конечном счете новатор тоже стремится к получению прибыли [10, с. 157].

Иного рода проблема возникает, когда содержание предпринимательства связывают с выполняемыми предпринимателем функциями. Мало того, что это ведет к субъективизации явления, которое уже представляется не особым типом хозяйственного, точнее рыночного, поведения, а превращается в совокупность личностей, осуществляющих разнообразные, а потому несравнимые, виды деятельности. Включение личностного признака в предпринимательство [10, с. 184; 2, с. 202] приводит к тому, что оно превращается в этикопсихологический феномен, лишаясь экономического содержания. А значит, не может служить способом идентификации существенных черт предпринимательства.

Таким образом, при анализе экономических явлений акцент должен быть сделан не на личностных качествах лиц и не на специфике выполняемых ими функций. В фокусе должна находиться внутренняя природа самого явления. Примером этого может служить методологический подход К. Маркса. В «Капитале», говоря о предпринимательской функции, он провел четкое разграничение между личностью предпринимателя и предпринимательством как экономическим явлением. При этом К. Маркс под-

черкнул, что главная предпринимательская функция состоит в приращении капитала и обуславливается той формой существования капитала, где он представляется в виде капитала-собственности. И реализуется она в процессе движения капитальной стоимости. Задача предпринимателя, олицетворяющего капитал-функцию, заключается в том, чтобы воплотить в реальность цель, поставленную капиталом-собственностью [16, с. 342–343]. Именно такой методологический подход, по нашему мнению, способен помочь обнаружить подлинную природу, содержание и сущность предпринимательства как экономического явления.

ПОБУДИТЕЛЬНЫЙ МОТИВ И ЦЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Высказанной еще А. Смитом идее о том, что предпринимательство способствует удовлетворению общественных потребностей, возразить трудно. Но не лишне будет задаться вопросом: является ли это целью предпринимателя? Вряд ли предприниматель согласится принять на себя имущественный риск из благотворительных побуждений, действуя в конкурентной среде, которая требует формирования источника не только для вознаграждения предпринимателя, но и для развития самого предпринимательства. Это является достаточным основанием для того, чтобы связать *побудительный мотив* предпринимателя со стремлением к извлечению материальной выгоды, которая может принимать разные формы. Следует, однако, подчеркнуть, что извлекаемая предпринимателем выгода обладает рядом особенностей. Одна из отличительных особенностей заключается в том, что предпринимательский доход, в какой-бы форме он ни материализовался, обретен в процессе рыночного обмена. Вторая особенность состоит в том, что этот доход является результатом более эффективного по сравнению со средним уровнем использования производственных факторов. Это, конечно, не означает, что источником дохода предпринимателя выступает рыночный обмен. В данном случае природа источника самого дохода не имеет значения. При этом указанные особенности позволяют

говорить о том, что предпринимательский доход должен иметь не рентный характер. Хотя, как показал У. Баумоль, на практике предпринимательство может быть не только производительным, но и непроизводительным, и даже хищническим [21].

Мейнстрим современной экономической теории определяет цель рыночных агентов в терминах максимизации. Для предпринимателя это означает стремление к максимизации прибыли, выступающей его долгосрочной целью. Следовательно, может ли предприниматель выступать в роли максимизатора? Неполнота рыночной информации и ограниченность когнитивных способностей человека делают решение поставленной задачи невозможным. Однако, на наш взгляд, суть проблемы не в этом. Даже если бы мы могли обеспечить все условия, необходимые для максимизирующего поведения, задача не была бы решена. Но не по причине информационных и когнитивных ограничений, а потому, что она не может стоять в сфере предпринимательской деятельности. Это обусловлено двойственностью задачи, которую вынуждены решать предприниматели. И дело здесь вовсе не в расщеплении предпринимательской функции. Причина совершенно иного рода – внутренняя противоречивость самого предпринимательства, предполагающего реализацию двух функциональных задач одновременно.

С одной стороны, исполняя функцию собственника, предприниматель должен стремиться к достижению максимальной отдачи от используемых ресурсов, показателем чего служит прибыль. С другой стороны, он выступает в роли менеджера, первоочередной задачей которого является укрепление устойчивости предприятия, зависящей от множества внешних, неподконтрольных предпринимателю факторов. Предприниматель не может себе позволить игнорировать их и объективно будет генерировать целевые ориентиры с учетом внешних воздействий. В данной связи уместно привести мнение Дж.М. Кейнса, который, говоря о содержательной стороне предпринимательства, видел ее не в новаторстве и рационализме, а в способности правильно оценить развитие макроэкономической ситуации [22, с. 98–99].

Это говорит о том, что он не может позволить себе максимизирующее поведение, так как оно неизбежно ведет к недостижению других целей, что чревато утратой устойчивости бизнеса.

В условиях изменчивой среды предприниматель будет занят поиском компромисса между желаемым и возможным. В такой ситуации реализация целевой функции тяготеет к той форме, которая выражается в степени удовлетворенности полученным результатом, соотносимым с целевыми ориентирами кратко-, средне- и долгосрочного характера. Противостоит максимизирующему поведению предпринимателя и рассеивание предпринимательской функции, вызывающее целевые противоречия среди заинтересованных сторон. Поэтому современное предпринимательство, если, конечно, не касаться его малых форм, одновременно реализует целую совокупность иерархически организованных целей, исключающих возможности для применения принципов максимизации. Однако из этого определенно не следует, что присущая предпринимательству мотивационная противоречивость оказывается нерешенной. Она находит свое разрешение в форме приумножения собственности. Обоснованность такого вывода объясняется тем, что собственники, например акционеры, могут пойти на ограничение размера дивидендов в текущем периоде, ожидая приращения своей собственности в будущем за счет роста курсовой стоимости акций, благодаря капитализации части прибыли, полученной в текущем периоде. «...Капитал, – утверждал Й. Шумпетер, – есть не что иное, как рычаг, позволяющий предпринимателю получать в свое полное распоряжение нужные ему конкретные блага, не что иное, как средство, дающее предпринимателю использовать эти блага для достижения новых целей, а также ориентировать производство в новое направление» [23, с. 231].

Сказанное не означает, что присущее предпринимательству «ненасильственное приобретательство» растворяется в той иерархии целей, которая возникает перед предпринимателем. Специфика предпринимательства в том и состоит, что реализация

всей совокупности управленческих целей предполагает обязательное выполнение одного условия – достижения уровня доходности, удовлетворяющего участников предпринимательского пула. Данное обстоятельство обусловлено несколькими причинами. Первая из них – это необходимость вознаграждения собственников активов. Вторая причина связана с контролирующей функцией рынка, перемещающей ресурсы к тем предпринимателям, которые способны обеспечить их лучшее применение. Третья причина – чистый доход генерирует возможности для развития бизнеса. Наконец, размер дохода служит оценкой успеха предпринимателя и одновременно выступает психологическим стимулом для него. Поэтому доход всегда занимает приоритетное место в иерархии предпринимательских целей, даже если он не фиксируется в этом качестве.

В настоящее время часто можно столкнуться с рассуждениями о том, что целевая функция современного предпринимательства связана с удовлетворением комплекса потребностей [24, с. 47]. Согласиться с таким пониманием целевой функции предпринимательства нельзя. Во-первых, сам факт того, что современное предпринимательство возможно только путем реализации комплекса потребностей, не является доказательством. Это лишь фиксирует то обстоятельство, что осуществление предпринимательства требует многостороннего и гибкого подхода к реализации цели, но ничего не говорит о самой цели. Одним словом, удовлетворение комплекса потребностей – это средство, а не цель. Во-вторых, нельзя упускать из виду внутреннюю противоречивость самой цели. Экономистам хорошо известна проблема «принципал-агент», отражающая суть противоречивости современного предпринимательства, характерной чертой которого является отделение собственности от управления. И важно не то, что в этом случае неизбежно проявление оппортунизма с любой из заинтересованных сторон, а то, что менеджмент, осуществляющий текущие предпринимательские функции, не может игнорировать интересов собственников, ориентированных на получение дохода. Как бы ни были управленцы защищены совре-

менным корпоративным законодательством, в конечном счете, их будущее находится в руках собственников. Поэтому уровень доходности всегда находится среди приоритетов менеджмента. С одной стороны, на это указывает практика. С другой стороны, имеется и теоретическое обоснование такого поведения менеджмента [25, с. 274–275]. Показательно и то, что даже японские корпорации, отличавшиеся спецификой в этом отношении, постепенно начали двигаться в направлении большего учета интересов инвесторов при принятии решений [26, с. 84–85]. Внутренняя противоречивость самого предпринимательства делает противоречивой и систему его целевых ориентиров, а значит, и положение предпринимателя, вынужденного искать компромисс между разнохарактерными целями, стратегически ориентируясь на достижение приемлемого уровня дохода.

Вывод заключается в том, что множественность и разнообразность предпринимательских целей – это внешняя, видимая сторона предпринимательства, маскирующая его подлинную цель и сущность. В действительности, то непреходящее, что порождает предпринимательскую активность, и то, к чему стремится предприниматель, – это прибыль. Причем прибыль – это не просто целевой императив предпринимательства. Это сущностный, то есть неотъемлемый и идентифицирующий его признак. Когда хозяйственная деятельность не направлена на извлечение прибыли, она перестает быть предпринимательской¹. Вместе с тем, несмотря на значимость целевой функции для понимания природы предпринимательства, последняя требует раскрытия тех его характеристик, которые определяют устойчивость этого явления, то есть воспроизводимость таких его черт, которые присущи ему независимо от исторического этапа, сферы дея-

¹ Это не означает, что некоммерческие организации, не ставящие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли, перестают быть предпринимательскими структурами. Во-первых, они могут получать прибыль, но не могут присваивать ее в форме дохода. Во-вторых, прибыль может принимать разные формы, в том числе не денежные, и потому может присваиваться не напрямую, а косвенно.

тельности и формы существования. Другими словами, речь идет об анализе содержания и сущности предпринимательства.

СОДЕРЖАНИЕ И СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Содержательная сторона явления – это совокупность признаков, отражающих его состояние в разнообразных условиях. Поэтому предпринимательство нельзя приравнять ни к какому из его свойств, в том числе и к такому, казалось бы, универсальному признаку, как способность принимать решения и рисковать, как думают некоторые¹. Каждое свойство (признак), несомненно, отражает одну из сторон содержания явления, но не выражает его как таковое. Более того, содержание не может быть выражено в виде даже полной совокупности свойственных ему признаков. Следовательно, предпринимательство можно охарактеризовать путем перечисления присущих ему характерных черт, но это не будет означать выражения его содержательной стороны. Это будет характеристика явления с разных сторон. Сама содержательная сторона найдет выражение в характеристике, которая будет синтезировать в себе все без исключения признаки данного явления.

Что касается предпринимательства, трактуемого как особый тип рыночного поведения, то для него синтезирующей характеристикой выступает способность предпринимателя рефлексировать на изменения окружающей среды, в чем он видит вероятный источник выгод. В данном случае крайне важно понимать, что этот источник заключен не в способностях предпринимателя комбинировать факторы производства или в уровне новаторской активности, а в процессе рыночного обмена, который позволяет легально преобразовать имеющееся функциональные превосходства в материализованную выгоду, например в прибыль. Вне обмена превосходства, в чем бы они ни выражались и какими бы значительными они ни были, не могут быть реализованы и

тем более не могут найти свое воплощение в виде результата, который можно присвоить. Отсюда и само предпринимательство становится невозможным, так как оно теряет смысл. В патриархальной экономике ее участники, несомненно, обладали различными способностями, но это не создавало для них преимуществ. Равно как и на необитаемом острове, например, у Робинзона Крузо не было возможности продемонстрировать свои возможные предпринимательские преимущества, так как все продукты доставались ему ровно в соответствии с затратами труда. Предпринимательство же – ненасильственный, то есть не связанный ни с принуждением, ни с обманом, способ перераспределения выгод в пользу тех, кто производит с более низкими затратами. Механизмом для него выступает рыночный обмен, решающий указанную задачу посредством ценового механизма. Что еще раз подтверждает рыночную природу предпринимательства и его неотъемлемую связь с рыночным обменом.

Суть приведенных рассуждений заключается в том, что содержательная сторона предпринимательства неразрывно связана с реагированием на возможности, открывающиеся в процессе постоянно изменяющейся рыночной неопределенности. Но поскольку реализация этих возможностей осуществляется в условиях состязательности, то есть при наличии конкурентной борьбы, то синтетический содержательный момент предпринимательской деятельности сведется к завоеванию конкурентных преимуществ. Именно в этом состоит содержание предпринимательства. Оно же отражает специфику предпринимательства как типа хозяйственного поведения, которое связано с борьбой за лучшие условия хозяйствования. Это позволяет сделать вывод о том, что *содержание предпринимательства сводится к завоеванию и удержанию конкурентных преимуществ* как фактора, обуславливающего достижение предпринимательских целей.

Сущность явления – это такое его внутреннее состояние, в котором выражено в единстве все многообразие его свойств. Явления экономической жизни, связанные с

¹ Черданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства. 11-е изд., стер. М.: Академия, 2013. С. 7.

поведенческими аспектами, всегда ориентированы на реализацию материального интереса. Поэтому их сущность раскрывается посредством установления целевой функции и способа ее достижения. С этих позиций *сущность предпринимательства* может быть выражена посредством его определения как типа рыночного поведения, направленного на завоевание конкурентных преимуществ с целью извлечения дохода и приумножения собственности. Следовательно, один из важнейших выводов заключается в том, что, являясь по своей природе состязательной деятельностью, подлинное предпринимательство, то есть отвечающее собственному содержанию и сущности, возможно только в конкурентных условиях. Всякое ослабление этих условий ведет к деградации предпринимательства, причем и как типа поведения, принимающего рентабельную направленность, и как функции, утрачивающей внутренние стимулы к поиску преимуществ, а значит, утрате таких качеств, как инициативность и инновационность.

Другой вывод связан с пониманием того обстоятельства, что получение предпринимателем выгод должно быть следствием завоеванных конкурентных преимуществ. Он указывает на то, что рыночная деятельность вне конкурентных условий, то есть не опирающаяся на состязание предпринимателей в преимуществах, лишена предпринимательского содержания, а значит, и присущих ему свойств – инициативы, стремления к поиску эффективных способов применения ресурсов и новаторства. Предпринимательство вне конкурентной среды – это лишь внешняя форма, лишенная внутреннего содержания. Такое предпринимательство равнозначно феодальным усилиям по сбору оброка, главные усилия которого направлены на охрану своих сеньориальных прав. Поэтому при разработке политики поддержки предпринимательства в первую очередь должно учитываться указанное соображение, а усилия должны направляться на развертывание и активизацию конкурентной борьбы на товарных рынках.

Поскольку поведение предпринимателя «...сводится к тому, что для своего выживания предпринимателю необходимо предвосхитить соперников-конкурентов в степени приспособления к окружающей среде или в степени ее преобразования в свою пользу» [20, с. 179], то не означает ли это, что состязательная среда, в которой действует предприниматель, способствует отбору и накоплению «совершенных видов» предпринимателей? Правильный ответ обусловлен правильным пониманием природы самой конкуренции. Возьмем, к примеру, новаторскую деятельность. Она хотя и видимая, но формальная сторона конкурентной борьбы. Суть ее, напротив, не проявляется на поверхности и не столь благообразна. Она состоит в том, что любая конкурентная борьба в качестве своего результата имеет создание монопольных, хоть и временных, условий хозяйствования для победителей. А это ведет к нарушению равенства условий для соперников, что угрожает устранением самой конкуренции. Вывод состоит в том, что конкуренция – это не *perpetuum mobile* предпринимательства. Более того, она сама нуждается в поддержке. Это справедливо еще и потому, что среда, в которой осуществляется предпринимательство, сама по себе представляет непростую проблему [27].

Особое место в теории предпринимательства занимает вопрос о его носителе. Может показаться, что его решение лежит на поверхности и связано с особенностями трактовки предпринимательства. Когда его содержательная сторона связывается с риском, то носителем выступают собственники, а когда с комбинированием – управленцы. Наконец, как считается сегодня, носителем инновационного предпринимательства выступают новаторы. Ошибка такого подхода состоит в том, что решение вопроса о сущности предпринимательства связывается с функциональными ролями предпринимателя. В действительности его решение лежит в иной плоскости, так как он вызван причиной совершенно иного характера, а именно с рассеянием предпринимательской функции.

Принимая во внимание тот факт, что носитель предпринимательства – это субъект, обеспечивающий реализацию присутствующих предпринимательству функций, если пучок прав собственности концентрируется у собственника, то именно он и является непосредственным носителем предпринимательства. Но если права по принятию решений рассеяны среди лиц, представляющих разные этажи управленческой иерархии, то в этом случае его носителем становится организация.

Когда права собственности рассредоточены по разным уровням управления, предпринимательская функция становится рассеянной. Очевидно, что при такой ситуации для ее реализации на первое место выдвигается необходимость в консолидации этой функции. Подключение к выполнению предпринимательской функции как можно большего числа из имеющих отношение к ее реализации превращается в главный фактор обеспечения эффективного предпринимательства, которое превращается в удел коллективной деятельности [28, с. 182–190]. Как следствие, *носителем современного предпринимательства становится организация*. Из этого, однако, не следует, что перемена в носителе предпринимательства приводит к изменению его содержания, как полагал Дж.К. Гэлбрейт [29, Гл. III]. Нам представляется данный вывод ошибочным или, как минимум, преждевременным. Ведь несмотря ни на что, определяющие пучки прав (организация и ликвидация предприятия, постановка целей, право окончательного контроля, право на остаточный доход) сохраняются у собственника. Меняется способ осуществления предпринимательства, но не его суть. Несмотря на смену обличья предпринимателя, само предпринимательство остается деятельностью, которая «реализует в управлении интересы собственника» [30, с. 8], а рассредоточение прав собственности по уровням управления не свидетельствует об ослаблении связи предпринимательства с институтом собственности, как полагают некоторые исследователи феномена предпринимательства [24, с. 42–43].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ показывает, что предпринимательство, не смотря на всю свою многогранность, является особым типом рыночного поведения, которое направлено на завоевание конкурентных преимуществ, составляющее содержательную сторону любой формы предпринимательской деятельности, осуществляемой в любой сфере экономики. При не меньшей многогранности проявлений целевой функции предпринимательства, подлинной, стратегической целью любого предпринимателя является прибыль, служащая оценкой его успеха, мерой эффективности использования ресурсов и источником экономического развития. Это приводит к выводу о том, что сущностная сторона предпринимательства состоит в приумножении собственности, которая является способом этого приумножения посредством осуществления рыночных операций.

Приращение нового знания в ходе исследования состоит в том, что предложенный автором подход позволяет не только раскрыть подлинную природу предпринимательства как экономической категории, то есть как явления экономической жизни, но и показать причины, обуславливающие его существование и развитие. Диалектика этого процесса обусловлена тем, что, являясь следствием развития обмена и рыночного хозяйства, предпринимательство само становится генератором рыночных изменений, проявляющихся в формировании и развитии новых форм и способов обмена, возникновении новых рынков. В этой связи исследование механизмов взаимообусловленности развития рыночных отношений и эволюции предпринимательства становится одним из наиболее перспективных направлений исследования. В качестве возможных результатов будущих исследований можно отметить такие, как прогнозирование изменений в технологиях рыночного взаимодействия и возникновения новых форм обмена, лучшее понимание перспектив различных форм осуществления предпринимательства и появления новых форм бизнеса, а также новых методов его ведения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм. Т. 2. Игры обмена. М.: Прогресс, 1988. 672 с.
2. Хикс Дж.Р. Стоимость и капитал. М.: Прогресс, 1993. 488 с.
3. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М.: Дело, 1994. 687 с.
4. *Dejardin M.* Entrepreneurship and economic growth: an obvious conjunction? An Introductory Survey to Specific Topics. November 2000. URL: <https://econwpa.ub.uni-muenchen.de/econ-wp/dev/papers/0110/0110010.pdf> (дата обращения: 15.06.2021).
5. *Naude W.* Entrepreneurship in economic development. Research Paper № 2008/20. March 2008. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/6379935.pdf> (15.06.2021).
6. *Lazonick W.* Entrepreneurial ventures and the developmental state. Lessons from the advanced economies. UN University. World Institution for development economics research Discussion Paper № 2008/01. 44 p.
7. *Грахов А.А., Грахова Е.А.* Сущность, формы и сферы предпринимательства в России XXI века // Вестник науки Сибири. 2017. № 2 (25). С. 80–93.
8. *Кирицнер И.* Конкуренция и предпринимательство. Челябинск: Социум. 2010. 272 с.
9. *Кларк Д.Б.* Распределение богатства. М.: Экономика, 1992. 368 с.
10. *Шумпетер Й.* Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995. 540 с.
11. *Рейнольдс П.Д.* Исследование создания предприятий: выявление причин возникновения новых компаний // Доклады к XV Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества: пер. с англ.; Москва, 1–4 апр. 2014 г. / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 36 с.
12. *Fayolle A.* Entrepreneurship and new value creation. The Dynamic of the entrepreneurial process. Cambridge. University press, 2007. 247 p. doi: [10.1017/CBO9780511488689](https://doi.org/10.1017/CBO9780511488689).
13. *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship. A second movements in entrepreneurship book / Ed. by D. Hjorth, C. Steyaert.* Edward Elgar Publishing Limited, 2004. 328 p.
14. *Чепуренко А.Ю., Яковлев А.А.* Теория предпринимательства: важность контекста // Российский журнал менеджмента. 2013. Т. 11, № 2. С. 51–60.
15. *Рубин Ю.* Основы предпринимательства. М.: ИД «Синергия», 2020. 518 с.
16. *Маркс К.* Капитал. Т. I. // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. Т. 23. М.: Политиздат, 1961. 907 с.
17. *Извеков А.И., Завьялова Е.К., Посохова С.Т.* Свобода как основополагающий принцип культуры предпринимательства // Российское предпринимательство. 2019. Т. 20, № 4. С. 873–890. doi: [10.18334/rp.20.4.40533](https://doi.org/10.18334/rp.20.4.40533).
18. *Новая технология и организационные структуры / под ред. Й. Пиннингса, А. Бьюитандама.* М.: Экономика, 1990. 268 с.
19. *Беляева Т.В., Богатырева К.А.* Национальная культура и предпринимательство: обзор литературы и направления будущих исследований // Российский журнал менеджмента. 2018. № 16 (2). С. 273–294. doi: [10.21638/spbu18.2018.206](https://doi.org/10.21638/spbu18.2018.206).
20. *Штайльманн К.* Новая философия бизнеса. М.; Берлин, 1998. Т. II. 390 с.
21. *Vauntol W.J.* Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98, № 5, Part 1. P. 893–921.
22. *Кейнс Дж.М.* Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978. 496 с.
23. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 440 с.
24. *Колесникова Л.* Предпринимательство: от «максимизации прибыли» к синергии социально-экономических систем // Вопросы экономики. 2001. № 10. С. 40–54.
25. *Современная экономическая мысль / под ред. С. Вайнтрауба.* М.: Прогресс, 1981. 816 с.
26. *Целищев И.* Японская фирма на пути к новой модели // Мировая экономика и международные экономические отношения. 2001. № 9. С. 81–89.
27. *Перфильев С.В., Авилкина С.В.* К вопросу об определении понятия «предпринимательская среда» // Российское предпринимательство. 2019. Т. 20, № 2. С. 559–574. doi: [10.18334/rp.20.2.39964](https://doi.org/10.18334/rp.20.2.39964).
28. *Варнеке Х.-Ю.* Революция в предпринимательской культуре. М.: Наука/Интерпериодика, 1999. 280 с.
29. *Гэлбрейт Дж.К.* Новое индустриальное общество. М.: Прогресс, 1969. 574 с.
30. *Аузан А.* Собственность и предпринимательство // Экономическая газета. 1989. № 31.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Юрий Васильевич Тарануха – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры политической экономики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (Россия, 119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 46; e-mail: Yu.taranukha@mail.ru).

REFERENCES

1. Braudel F. *Material'naya tsivilizatsiya, ekonomika i kapitalizm. T. 2. Iгры obmena* [Material civilization, economy and capitalism. Vol. 2. Games of exchanges]. Moscow, Progress Publ., 1988. 672 p. (In Russian).
2. Hicks J.R. *Stoimost' i kapital* [Value and capital]. Moscow, Progress Publ., 1993. 488 p. (In Russian).
3. Blaug M. *Ekonomicheskaya mysl' v retrospektive* [Economic theory in retrospect]. Moscow, Delo Publ., 1994. 687 p. (In Russian).
4. Dejardin M. *Entrepreneurship and economic growth: An obvious conjunction? An Introductory Survey to Specific Topics*. November 2000. Available at: <https://econwpa.ub.uni-muenchen.de/econwp/dev/papers/0110/0110010.pdf> (accessed 15.06.2021).
5. Naude W. *Entrepreneurship in economic development*. Research Paper no. 2008/20. March 2008. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/6379935.pdf> (accessed 15.06.2021).
6. Lazonick W. *Entrepreneurial ventures and the developmental state. Lessons from the advanced economies*. UN University. World Institute for Development Economics Research. Discussion Paper no. 2008/01. 44 p.
7. Grakhov A.A., Grakhova E.A. Sushchnost', formy i sfery predprinimatel'stva v Rossii XXI veka [Essence, forms and spheres of entrepreneurship in Russia of XXI century]. *Vestnik nauki Sibiri* [Siberian Journal of Science], 2017, no. 2 (25), pp. 80–93. (In Russian).
8. Kirzner I. *Konkurentsia i predprinimatel'stvo* [Competition and entrepreneurship]. Chelyabinsk, Sotsium Publ., 2010. 272 p. (In Russian).
9. Clark D.B. *Raspredelenie bogatstva* [The distribution of wealth]. Moscow, Ekonomika Publ., 1992. 368 p. (In Russian).
10. Schumpeter I. *Kapitalizm, sotsializm i demokratiya* [Capitalism, socialism and democracy]. Moscow, Ekonomika Publ., 1995. 540 p. (In Russian).
11. Reynolds P.D. *Issledovanie sozdaniya predpriyatii: vyyavlenie prichin vozniknoveniya novykh kompanii: Dokl. k XV Apr. mezhdunar.nauch. konf. po problemam razvitiya ekonomiki i obshchestva, Moskva, 1–4 apr. 2014 g. Per. s angl.; Nats. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki»* [Analysis of enterprise establishment: Reasons for new enterprises: Report for XV April International Scientific Conference in Economy and Society Development, Moscow, 1-4 April, 2014. Translated from English: National Research Institute “Higher School of Economics”]. Moscow, Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki Publ., 2014. 36 p. (In Russian).
12. Fayolle A. *Entrepreneurship and new value creation. The Dynamic of the entrepreneurial process*. Cambridge, University press, 2007. 247 p. doi: [10.1017/CBO9780511488689](https://doi.org/10.1017/CBO9780511488689).
13. *Narrative and discursive approaches in entrepreneurship. A second movements in entrepreneurship book*. Ed. by D. Hjorth, C. Steyaert. Edward Elgar Publishing Limited, 2004. 328 p.
14. Chepurenko A.Yu., Yakovlev A.A. Teoriya predprinimatel'stva: vazhnost' konteksta [A theory of entrepreneurship: The importance of context]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta* [Russian Management Journal], 2013, vol. 11, no. 2, pp. 51–60. (In Russian).
15. Rubin Yu. *Osnovy predprinimatel'stva* [Basics of Entrepreneurship]. Moscow, ID «Sinergiya» Publ., 2020. 518 p. (In Russian).
16. Marx K. *Kapital. T. I. // Marks K., Engel's F. Sobr. soch. T. 23* [Capital. Vol. 1 // Marx K., Engels, F. Collection of works, vol. 23]. Moscow, Politizdat Publ., 1961. 907 p. (In Russian).
17. Izvekov A.I., Zav'yalova E.K., Posokhova S.T. Svoboda kak osnovopolagayushchii printsip kultury predprinimatel'stva [Freedom as a fundamental principle of the business culture]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2019, vol. 20, no. 4, pp. 873–890. (In Russian). doi: [10.18334/rp.20.4.40533](https://doi.org/10.18334/rp.20.4.40533).
18. *Novaya tekhnologiya i organizatsionnye struktury. Pod red. I. Pennings, A. Buitendam* [New technology as organizational innovation. Ed. by J. Pennings, A. Buitendam]. Moscow, Ekonomika Publ., 1990. 268 p. (In Russian).

19. Belyaeva T.V., Bogatyreva K.A. Natsional'naya kul'tura i predprinimatel'stvo: obzor literatury i napravleniya budushchikh issledovaniy [National culture and Entrepreneurship: Literature review and further research directions]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta* [Russian Management Journal], 2018, no. 16 (2), pp. 273–294. (In Russian). doi: [10.21638/spbu18.2018.206](https://doi.org/10.21638/spbu18.2018.206).
20. Steilmann K. *Novaya filosofiya biznesa* [New philosophy of business]. Moscow-Berlin, 1998. Vol. II. 390 p. (In Russian).
21. Baumol W.J. Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*, 1990, vol. 98, no. 5, part 1, pp. 893–921.
22. Keynes J.M. *Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg* [The general theory of employment, interest and money]. Moscow, Progress Publ., 1978. 496 p. (In Russian).
23. Schumpeter J. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [Theory of economic development]. Moscow, Progress, 1982. 440 p. (In Russian).
24. Kolesnikova L. Predprinimatel'stvo: ot «maksimizatsii pribyli» k sinergii sotsial'no-ekonomicheskikh sistem [Entrepreneurship: From profit maximization to synergy of socio-economic systems]. *Voprosy ekonomiki* [Issues of Economy], 2001, no. 10, pp. 40–54. (In Russian).
25. *Sovremennaya ekonomicheskaya mysl'*. Pod red. S. Vaintrauba [Modern economic thought. Ed. by S. Weintraub]. Moscow, Progress Publ., 1981. 816 p. (In Russian).
26. Tselishev I. Yaponskaya firma na puti k novoi modeli [Japanese firm on the way to a new model]. *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye ekonomicheskie otnosheniya* [World Economy and International Relationships], 2001, no. 9, pp. 81–89. (In Russian).
27. Perfil'ev S.V., Avilkina S.V. K voprosu ob opredeleniya ponyatiya «predprinimatel'skaya sreda» [To the question of the definition “entrepreneurial environment”]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2019, vol. 20, no. 2, pp. 559–574. (In Russian). doi: [10.18334/rp.20.2.39964](https://doi.org/10.18334/rp.20.2.39964).
28. Varneke Kh.-Yu. *Revolyutsiya v predprinimatel'skoi kul'ture* [Revolution in entrepreneurial culture]. Moscow, Nauka. Interperiodika Publ., 1999. 280 p. (In Russian).
29. Galbraith J.K. *Novoe industrial'noe obshchestvo* [The New Industrial State]. Moscow, Progress Publ., 1969. 574 p. (In Russian).
30. Auzan A. Sobstvennost' i predprinimatel'stvo [Ownership and entrepreneurship]. *Ekonomicheskaya gazeta* [Economic Newspaper], 1989, no. 31. (In Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Yury Vasilievich Taranukha – Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor at the Department of Political Economy, Lomonosov Moscow State University (46, Leninskiye Gory 1 st., Moscow, 119991, Russia; e-mail: Yu.taranukha@mail.ru).

Статья поступила в редакцию 13.09.2021, принята к печати 18.10.2021

Received September 13, 2021; accepted October 18, 2021