

СОЗИДАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательство представляет собой *особый* вид хозяйственной деятельности. С одной стороны, это творческая деятельность человека, связанная с созданием новых благ. С другой стороны, это инновационная деятельность, направленная на внедрение новых идей в общественное производство. В основе диалектики предпринимательства лежит двойственный характер всей хозяйственной деятельности человека: во-первых, она представляет собой идеальную мыслительную деятельность, направленную на производство знаний; во-вторых, она представляет собой предметную практику, связанную с внедрением и применением получаемых знаний в производстве.

Именно этой двойственностью и обусловлена необходимость разводить такие понятия, как *творческий потенциал* предпринимателя и *инновационный потенциал* предпринимательства. Под творческим потенциалом подразумевается способность производить новые идеи, знания, представления в виде общественно полезных благ. Он связан с переводом общего потока информации в новые знания, их освоением и усвоением.

Творческий потенциал предпринимателя аккумулирует его способности и детерминирует исследовательскую природу получения новых знаний. В этом смысле предприниматель всегда выступает как исследователь, первопроходец. Описывая творческий потенциал исследователя, иногда отождествляют этот потенциал с научно-техническим потенциалом¹. Это не совсем точно, поскольку техническая составляющая свидетельствует о прикладном характере полученных знаний, умениях и навыках исследователя эти знания применять. С другой стороны, совершенно правомерно отмечается взаимосвязь понятий *творческого потенциала* и *человеческого капитала*, поскольку последний включает в свою структуру не только знания, но и навыки, умения². Однако творческий потенциал представляет собой вполне самостоятельную и самодостаточную компоненту в структуре личностного потенциала и может быть изучен как самостоятельное явление (феномен) экономики. Так, изобретатель (автор) часто выступает именно как творческая личность, а не как субъект технического или хозяйственного процесса. Не умея капитализировать свое изобретение (ноу-хау), он продает его другим хозяйствующим субъектам, которые, собственно, и есть предприниматели. Известно, что со времен Р. Кантильона предпринимателями назывались люди, становившиеся *собственниками* нового изобретения или нового предприятия. А. Смит также широко употреблял понятие *undertaker* в смысле «собственник предприятия»³. Однако

НОВОЖИЛОВ АЛЕКСАНДР ЕВГРАФОВИЧ — директор представительства УрГУ в Нижнем Тагиле.

© Новожилов А. Е., 2006

возникает вопрос о том, является ли исследователь, автор также предпринимателем? Творческий потенциал исследователя, на наш взгляд, выступает лишь общим условием новаторской деятельности. Осуществляя идеальную деятельность, исследователь, не способный капитализировать свое изобретение, не становится предпринимателем, поскольку перестает быть собственником собственного изобретения. Он получает паушальные платежи или роялти в качестве вознаграждения за свой творческий потенциал, но *отчуждает* собственное изобретение, превращаясь в обычного продавца, а не предпринимателя.

Согласно Ж. Б. Сью, с XIX века считается, что предприниматель является носителем нового экономического поведения. Что же нового можно обнаружить в продаже изобретения? Иное дело, его капитализация, освоение в процессе общественного производства. Здесь происходит превращение *потенциально* полезного блага в *реально* общественно полезное. Именно в этом состоит первое основание инновационной деятельности, связанной с переводом потенциального в действительное. Но одного этого основания недостаточно для признания внедренца в качестве предпринимателя. Вторым основанием инновационной деятельности, а следовательно и предпринимательства, является *управление*, осуществляемое таким хозяйствующим субъектом, который самостоятельно решает все основные вопросы хозяйственного освоения нового продукта (образца).

Вплоть до исследований Й. Шумпетера считалось, что предпринимательство неразрывно связано с менеджментом (управлением предприятием) и игнорировалось то обстоятельство, что предприятие — *свое*, а значит, в основе предпринимательства лежит *управление собственной деятельностью*. То, что предприниматель нацелен на осуществление реформ, инноваций, модернизации, усовершенствований, отнюдь не всегда означает, что он ограничивается только тем, что привлекает к этому других. Прежде всего, он лично самоопределяется, осуществляет самооценку и саморегулирование собственной инновационной деятельности. Таким образом, инновационная деятельность детерминирована не только менеджерскими способностями личности, т. е. способностями направлять других людей на реализацию поставленных задач, но также способностями к личностному самоуправлению, т. е. способностями направлять самого себя в нужном направлении и добиваться собственных целей. И здесь уместно отметить, что не *невидимая рука* божественного проведения, согласно А. Смиту, движет экономикой и обращает эгоизм или расчетливость предпринимателя во благо людям, а именно в способность личности самостоятельно координировать свои интересы с интересами других людей (потребителей, посредников, представителей контактных аудиторий и т. д.). Сегодня признается, что еще со времен «глубокой догадки Р. Кантильона (касающейся разделения функций предпринимателя и функций управления. — А. Н.) практически мог бы следовать вывод о возможности двух типов предпринимательства и предпринимателей: а) со слившимися функциями; б) с отдельными функциями»⁴. Действительно, оказывается, что не обязательно быть собственником предприятия или конкретного ноу-хау для того, чтобы выступать в сфере хозяйственных взаимоотношений как предприниматель. Но нельзя не обладать

способностями к соответствующему типу управления для того, чтобы быть предпринимателем по существу. Однако до самого последнего времени такого вывода сделано не было.

Наемный менеджер способен в равной степени быть собственником средств производства и выступать в качестве предпринимателя. В XX веке отделение капитала как *собственности* от капитала как *функции* приняло едва ли не универсальный характер. О «революции управляющих», постепенно становившихся собственниками вслед за прежними отцами-основателями еще в середине XX века писал Дж. К. Гелбрэйт. Монополия на управление госимуществом очевидным образом превратила прежних советских чиновников в новых собственников посредством приватизации. Эти примеры свидетельствуют о том, что определенным образом организованная система управления (менеджмент) в состоянии сделать менеджера собственником. Но вот из собственника сделать человека предпринимателем может только развитие *управления собственным делом* как комплексом способностей к эффективной капитализации факторов производства, объектов собственности, ноу-хау.

В связи с этим можно согласиться с выводом о том, что «инновационный потенциал — категория более емкая, характеризующая превращение знаний, интеллектуальных продуктов в инновации во всех сферах жизнедеятельности общества»⁵. И здесь особое значение приобретают те гуманитарные, социальные, производственные, коммерческие технологии, которыми пользуется хозяйствующий субъект. Сами создатели новых благ часто просто не способны эффективно их реализовать массовому потребителю. Но предприниматель нацелен на получение максимальной *выгоды*, которая «раскладывается» на такие составляющие, как предпринимательская прибыль и общественная полезность. Пытаясь комбинировать различные сочетания этих составляющих, предприниматель также изобретает различные способы внедрения, апробирует уже имеющиеся технологии, усовершенствует их, создает новые. Комбинирование различных факторов в процессе капитализации благ и составляет смысл предпринимательства как инновационной деятельности. Отождествление инновационной и творческой деятельности ведет к смешению понятий «производить» и «предпринимать», «управлять». Это тем более было бы неверно, если учесть принципы, которые официальная теория менеджмента «закладывает» в процессе управления. Последний строится на принципах специализации и разделения труда, рационализации и гедонизма. Достаточно вспомнить двенадцать принципов менеджмента Х. Эмерсона:

- четко сформулированные идеалы и цели организации;
- здравый смысл в принятии решений;
- привлечение экспертов по принимаемым решениям;
- дисциплина в работе;
- честность в ведении дел;
- прямой, адекватный и постоянный учет;
- диспетчеризация (календарное планирование);
- использование стандартов и графиков;

- стандартизация условий;
- стандартизация операций;
- стандартные инструкции;
- вознаграждение за эффективный труд.

В этом перечне принципов научного менеджмента ни один не является атрибутом творчества. Творчество всегда спонтанно, интуитивно, нерационалистично, недисциплинированно, нестандартно. Оно часто не поддается здравому смыслу.

В литературе встречаются попытки объяснить творчество как некую форму менеджмента с позиций сугубо психологического анализа (Э. де Боно). Например, предлагается разложить мышление творческого работника на определенные способы и выделить определенные типы творческого мышления⁶. Используя все способы мышления в мозговой атаке, производственный коллектив будто бы способен родить идею, создать ноу-хау. Однако творчество всегда является индивидуальной деятельностью. Коллективизм лишь создает благоприятные условия для него.

Именно поэтому творчество не совпадает с инновационностью, а предпринимательство — с творчеством. Творчество является определенным этапом в процессе общественного разделения труда, точно так же, как и само предпринимательство. Попытки отождествлять предпринимателя и творца, предпринимателя и менеджера контрпродуктивны. Но они имеют место потому, что некоторые характеристики творца, предпринимателя и управленца являются общими. Так, А. Маршалл в книге «Элементы экономики промышленности» (1892) утверждал, что «самоуверенность и готовность быстро реагировать на изменения окружающей среды» являются характеристиками менеджеров. Но с таким же успехом эти свойства можно отнести и к творцам (изобретателям, ученым, композиторам, художникам и т. д.), и к предпринимателям (организаторам производства, создателям компаний, индивидуальным посредникам и т. д.).

Наличие таких транзитивных характеристик создает возможности для объединения в одном физическом лице творца, предпринимателя и управленца. Подобная конвергенция характеристик способствует тому, что творческий потенциал перерастает в инновационный потенциал личности, а трудовой потенциал личности в целом расширяет свои масштабы до возможностей подлинного социального творчества. Однако для такой конвергенции необходимы определенные *внешние* условия, которые детерминируют генезис предпринимательства в любой стране независимо от конкретно-исторических условий ее развития. Политика, экономика, культура составляют наиболее общие детерминанты такого генезиса, без учета которых инновационный характер экономики утрачивается. Точно так же может быть утрачен и инновационный характер политики, культуры, когда традиционализм превращается в консерватизм, и никакая модернизация систем становится невозможной. Для предотвращения возникновения таких внешних условий необходимо иметь в виду, что только в общем поле взаимодействия указанных детерминант происходит конвергенция творчества в инновационность, идеальной творческой деятельности в материально-предметную практику.

Схематически такое общее поле, наиболее благоприятное для указанных «превращений», можно обозначить следующим образом (см. рис. 1).

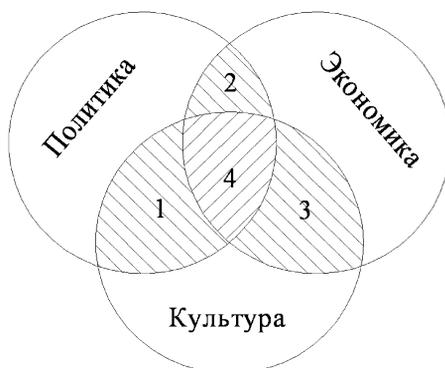


Рис. 1. Поле конвергенции творчества в инновационность:
 1, 2, 3 — пограничные состояния среды (системы);
 4 — органичное состояние среды (системы)

Из рис. 1 следует, что масштаб поля, наиболее благоприятного для конвергенции характеристик творчества и инновации, предпринимательства и управления, управления и саморегулирования, достаточно узкий, локальный. Вместе с тем именно в нем возникает и развивается качественно новый тип предпринимательства — *венчурное*, или рисковое, предпринимательство, к сфере которого относятся, как правило, малые и средние предприятия, занятые научными исследованиями, инженерными разработками, созданием и внедрением нововведений, в том числе и по заказам крупных фирм и государственных организаций. В последние десятилетия в мире и в нашей стране получила достаточное развитие и такая форма поддержки и поощрения развития венчурного предпринимательства, как «инкубаторы» новых фирм, создаваемых местными и региональными органами власти при финансовой поддержке корпораций, университетов, ассоциаций и других структур. Следует согласиться с мнением о том, что в Уральском федеральном округе, который представляет собой фактически старопромышленный регион с исторически сложившейся отраслевой структурой, инновационные процессы существенно замедленны. И причинами этого является недостаточность бюджетного финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), отсутствие необходимых законодательных актов, регулирующих данные проблемы, разрушение материальной базы научно-технического потенциала⁷.

Представляется, что развитие «инкубаторов» выгодно всем, поскольку основные функции таких структур состоят в проведении квалифицированной экспертизы изобретений, ноу-хау, обучении предпринимателей, изыскании источников финансирования новых проектов, развитии венчурного предпринимательства.

Однако ясно, что учить предпринимательству или творчеству зрелого человека гораздо сложнее, чем развивать задатки у молодых людей, поэтому особое значение в современных условиях для развития инновационного потенциала приобретает *вузовское предпринимательство*.

Производство знаний в системе вузовского образования вполне может стать начальной фазой в формировании инновационного потенциала будущего предпринимателя, если такие знания вырабатываются самостоятельно, путем научного поиска, лабораторных исследований и иными способами, вполне доступными для студентов. Оригинальность и уникальность подобных знаний, создавая труднопреодолимые барьеры на пути их замены или имитации, позволяет рассматривать эти знания в качестве основного ресурса, обеспечивающего конкурентоспособность формирующегося специалиста на рынке труда и в сфере бизнеса. Привлечение студентов к НИОКР, в сферу вузовской науки ценно прежде всего не тем, что возникает возможность получения дополнительного дохода (хотя этот фактор играет немаловажную роль в научной активности учащихся), а тем, что развивает управление производителя нового знания, способствует формированию в характере и деятельности исследователя таких свойств, как самоконтроль, мотивация, саморегулирование, самоотдача, самостоятельность, самоуверенность, самодисциплина, самосознание, и ведет к тому, что будущий специалист изначально, уже на стадии обучения в вузе, лично определяется со своими интересами и приоритетами, способами и мотивами, регламентирующими его инновационную деятельность. Дальнейшее управление уже в сфере самостоятельной практики будет происходить в таком случае быстрее и эффективнее, чем если бы студенту пришлось после окончания вуза по существу заново открывать для себя все эти стороны творческой деятельности.

Поскольку цели системы образования оказывают стойкое влияние на социальные и профессиональные характеристики личности, вовлеченной в учебный процесс, на мышление и сознание будущих специалистов, необходим четкий контроль таких целей со стороны государства и соответствующее финансовое (бюджетное) их обеспечение. Когда вуз ориентирован исключительно на профессиональные задачи и игнорирует гуманитарное образование и роль воспитания, выпускник по определению не может быть удачным предпринимателем именно потому, что его творческий потенциал искусственно занижен, заужен, зажат профессионализацией образования в этом вузе. В условиях рыночной экономики инновационный потенциал (способность внедрять и капитализировать новые идеи) и творческий потенциал (способность создавать необходимые и обладающие высокой общественной полезностью для общества идеи) детерминирован определенной системой ценностных ориентаций работника. Если такая система не соответствует общественным ценностям, она не способствует развитию предпринимательства. В ситуации, когда подобная система соответствует общественной, она выступает катализатором созидательного потенциала в предпринимательстве. Как культура предпринимательства, такая система ценностей расширяет поле возможных альтернатив для выбора решений, идей, проектов. Она определяет масштаб

значимости различных человеческих стремлений, потребностей, желаний. Она способствует формированию у человека объемного, *латерального*, по Э. де Боно, мышления, т. е. «мышления внутрь», способствующего расширению способностей к управлению и ведущего к интенсификации хозяйственной практики. В таком значении культура становится базовым фактором, детерминирующим инновационный потенциал предпринимателя. Тем самым экономика индустриального, проходя в своей эволюции фазы экономики постиндустриального и информационного общества, постепенно превращается в экономику культурного общества, в котором основные ее параметры определяются не конкретным уровнем концентрации производства или централизации капитала, не сложившимся стихийно уровнем развития информационных сетей или сферы услуг, а подлинными целями и объективными интересами самих людей. Как система ценностей, культура выступает в качестве своеобразного условия производства и обмена, распределения и потребления благ.

Снижение или консервирование на низком уровне культурного развития объективно ведет к снижению творческого и инновационного потенциала, что негативно сказывается на профессиональном уровне деятельности любого работника, а тем более самого предпринимателя. Низкий уровень профессионализма обусловлен низким уровнем культурного развития человека. Низкое качество товаров и услуг в конечном счете объясняется разрушением ценностных основ их производства и потребления. Для предотвращения данной ситуации в процессе вузовского предпринимательства необходимо формировать следующие способности:

- мотивационно-творческую активность и направленность;
- интеллектуально-логические способности;
- интеллектуально-эвристические способности;
- мировоззренческие принципы мышления и сознания;
- способности к личностному самоуправлению;
- коммуникативно-творческие способности;
- технологические способности к применению, апробации и внедрению получаемых знаний.

Данная схема позволяет постоянно соотносить творческий и инновационный потенциал будущего специалиста, развивая их не по отдельности, не изолированно друг от друга, а в кооперации и интеграции, как единое целое, экономя время и силы человека. Соединение в структуре одного объекта обучения и воспитания творческого и инновационного потенциала обусловлено тем, что в качестве учащегося выступают не разные личности человека, а одна цельная личность учащегося, которая должна развиваться как целостная социальная реальность.

До сих пор нет сколько-нибудь развернутого перечня тех свойств предпринимателя, которые следовало бы учитывать при анализе его инновационного и творческого потенциала. Так, в структуре трудового потенциала работника выделяется до 86 характеристик, из которых к качествам, характеризующим отношение человека к самому себе, относятся лишь 6 свойств:

- самокритичность;

- требовательность к себе;
- стремление к саморазвитию;
- чувство собственного достоинства;
- уверенность в себе;
- самоотверженность⁸.

При этом ни одно из названных свойств не раскрывается в содержательном смысле, а их значение, место, роль в системе инновационности и креативности вообще не рассматриваются. Поэтому перед экономистом стоит серьезная задача — выявить те свойства личности, которые, будучи капитализированы, обеспечивают ей творчество и инновационность, позволяют превращаться в личность предпринимательского типа, а в конечном счете наиболее полно удовлетворять экономические интересы и потребности.

И здесь следует признать, что одной из наиболее трудных проблем на пути решения этой задачи является формирование чувства ценности и кругозора⁹. Для такого формирования необходимо, чтобы ценность обладала конкретным выражением, была отражена в конкретных параметрах. Для предпринимателя важно не то, что ценность признается им и окружающими его людьми как благо, а сколько эта ценность стоит, сколько она может стоить и сколько она может дать выгоды. Экономизация отвлеченных философских категорий в структуре экономического сознания как раз и отличает предпринимателя от всех других людей: там, где простой человек просто наслаждается благом, предприниматель пытается определить степень такого наслаждения.

Блага обладают полезностью, но только оценка делает ваши вещи экономически ценными, а экономическая ценность выражается в цене. Исходя из этого, предприниматель и осуществляет инновацию, т. е. рассматривает благо как ценность, выражаемую ценой, и капитализирует его, т. е. внедряет в производство, вкладывает в это дело средства и планирует извлечение выгоды. Творческий характер этого процесса связан не с созданием того блага, которое предприниматель осваивает, капитализирует, внедряет, раскручивает, а с организацией процесса такого внедрения, капитализации, освоения. И здесь становится очевидным, что предпринимательство как инновационная деятельность вторично по отношению к творчеству как к способности человека, что предпринимательство прежде всего обслуживает то, что уже создано. В этом и заключается общественно полезный характер предпринимательства.

В связи с этим можно предложить определенную модель инновационного процесса, который детерминирован творчеством и представляет собой некий комплекс (см. рис. 2).

Идея рассматривать инновационный процесс как циклический принадлежит Н. Басадуру (Канада) и развивается Э. Брукинг (Великобритания)¹⁰. Он состоит из восьми этапов и охватывает четыре фазы, каждая из которых играет важную роль в инновационном процессе. Инновационный процесс представляется в виде колеса, постоянное движение которого обеспечивает жизнеспособность хозяйствующих субъектов.



Рис. 2. Модель инновационного процесса

Важно, что в каждой фазе изначально присутствует потенциал, который затем реализуется, актуализируется. Так, в фазе генерирования, или зарождения, идеи, с помощью которой запускается инновационное колесо, изначально присутствует творческий потенциал субъекта, который в процессе своей актуализации это самое инновационное колесо запускает, приводит в движение. Замысел, т. е. творческий потенциал, без внедрения, т. е. без запуска, так и остается потенциалом, а запуск без замысла — простой сублимацией. Мышление как способ формирования творческого потенциала в этом квадранте включает в себя выявление проблемы и поиск фактов. Идеальная деятельность затем переходит в предметную деятельность в виде создания базы данных, начального проектирования.

Вторая фаза инновационного колеса также двойственна, содержит как творческий потенциал, так и организационную процессуальность. Концептуализация осуществляется мышлением в форме рассмотрения различных вариантов решения задачи, объединения новых идей в общий план, нахождения точек зрения, помогающих описанию проблемы. Процессуальность мыслительной деятельности в предметно-вещественной практике оформляется в виде программ, планов, производственных заданий.

Третья фаза инновационного колеса связана с оптимизацией, т. е. выбором лучшего варианта решения проблемы, наиболее перспективного способа достижения поставленной задачи. Связанная с абстрактным мышлением, такая оптимизация также имеет свою процессуальность, оформляется в форме инструкций, норм, правил.

Последняя фаза инновационного процесса — исполнение. Оно завершает цикл инновации и также имеет двойственный характер. Креативность исполнения связана с мыслительной деятельностью хозяйствующего субъекта, который детализи-

зирует будущий процесс реализации замысла. Процессуальность самого исполнения замысла связана с дисциплиной, порядком, графиком, которых должны придерживаться исполнитель и его окружение.

Творческий потенциал и инновационный потенциал сливаются воедино и функционируют как созидательный потенциал предпринимателя. Но диалектика их взаимосвязи такова, что отождествлять их нельзя. Творческий потенциал может быть и не реализован, а процессуальность может оказаться и не творческой. Тем не менее это имманентные друг другу стороны диалектического единства, каковым выступает созидательный потенциал предпринимателя. Связано это с трудовой природой обеих сторон личностного потенциала. В основе творчества (помимо таланта и вдохновения, чувств и эмоций, которыми занимаются психологи) лежит творческий характер труда. В основе инновационного потенциала (помимо тех же психофизиологических характеристик) лежит также труд. Творческий характер первого потенциала ведет к тому, что труд в сфере внедрения, капитализации не может оставаться рутинным, он перерастает также в творческий. Из этого следует, что и процесс капитализации блага, его внедрения также может оказывать созидательное воздействие на само благо. Предприниматель во многих случаях *не просто* реализует созданное кем-то благо, но добавляет к нему и часть собственного творческого труда, т. е. улучшает, усовершенствует его (благо). Новые технологии в процессе их освоения адаптируются, упрощаются, варьируются. Тем самым на основе капитализации продукта творчества возникает услуга, т. е. общественно полезное действие, которое улучшает сам творческий продукт. И это связано с управлением, т. е. самостоятельным определением целей, задач, порядка, характера и форм капитализации, реализации, продвижения продукта к массовому потребителю. Простой продавец или заготовитель, реализатор или снабженец не являются предпринимателями в силу отсутствия инновационного характера в их деятельности. Инновационность, таким образом, выступает продолжением творчества, его экономизированным вариантом, *превращенной формой*, определенной социально-организованной практикой.

Это — та самая жилка, которую часто обнаруживают в себе люди, но которую следует развивать точно так же, как и талант. Творческие способности требуют такого же труда, как и организаторские способности. А. Маршалл рассматривал организаторские способности человека как самостоятельный фактор производства, на который приходится определенная часть дохода. Вознаграждение за организаторские способности обусловлено тем, что такие способности ведут к инновации, оптимизируют мышление и деятельность хозяйствующих субъектов. «Экономисту необходимо воображение особенно для того, чтобы реализовать свои идеалы. Но больше всего он должен обладать осторожностью и сдержанностью, чтобы отстаивание идеалов не обгоняло его представления о будущем»¹¹. Воображение, сдержанность и осторожность являются основой инновационного процесса точно так же, как энтузиазм, талант и воображение выступают основой творчества. Воображение является тем самым транзитивным основанием, которое объединяет творчество и инновационность в единое, органичное целое. Когда предпринима-

телю не хватает воображения, он утрачивает способность к инновации и перестает быть предпринимателем.

Фактор собственности в предпринимательстве, таким образом, является лишь формальным, выступает как социальное оформление сущности инновационной деятельности. «Права собственности как таковые вовсе не были предметом поклонения для великих мыслителей, которые создали экономическую науку»¹², — указывал А. Маршалл. Нет никаких оснований считать собственность ключевым фактором предпринимательства, инновационности и творчества. Это означает, что развернувшаяся в последние десятилетия в нашей стране приватизация, разрастание института частной собственности вплоть до тотальных масштабов, до своеобразной ее монополии, отнюдь не ведет автоматически к развитию предпринимательства и инновационности.

Порожденные формы конкуренции вовсе не являются стимулом экономического прогресса, поскольку носят недобросовестный характер. Когда П. Б. Струве в начале XX века рассматривал характер конкуренции в условиях развития российского капитализма, он совершенно правильно обращал внимание на то обстоятельство, что частная собственность *сама по себе*, конкуренция *сама по себе*, взятые отвлеченно от человека, не являются благом. Формулируя свою *теорию человеческой годности*, этот исследователь впервые ввел в экономический лексикон понятия добросовестной и недобросовестной конкуренции¹³. Полагая, что институты частной собственности и конкуренция могут быть благом только в случае, если они годны для человека, а сам человек годен для хозяйства, т. е. обладает совестью, трудолюбием и воображением, П. Б. Струве пришел к идее создания *телеологического государства*, которое отличается от всех иных форм государства тем, что заботится не о формах, а о самом человеке, не о правах собственности, а об объективных интересах всех людей. «Нужно, чтобы создался в стране такой экономический простор, при котором *все* чувствовали, что им находится место на “пиру жизни”»¹⁴, — указывал автор Манифеста РСДРП и будущий основатель кадетской партии.

Достойное место человек может занять лишь в том случае, когда он обладает необходимым потенциалом и возможностями для его реализации. Это — сущностная сторона предпринимательской деятельности. Собственность и конкуренция — ее формальная сторона. Можно и нужно заниматься совершенствованием форм собственности или способов ведения конкуренции, но при этом следует всегда иметь в виду, что «совершенство формы есть преимущество падающих эпох»¹⁵.

Однако творческий потенциал должен быть не только оценен с экономической стороны, но и задействован. В противном случае он не будет представлять никакой экономической ценности. Его включение в хозяйственный процесс осуществляется через обновление самого хозяйственного процесса, через изменение технологии осуществления такого процесса. По словам Г. Форда, «предприниматели терпят неудачи из-за того, что, предпочитая наезженную колею, не могут заставить себя пойти на перемены»¹⁶. Из этого суждения видно, что для осуществления инновационного процесса и включения в него творческого потенциала человеку не-

обходима *воля*. Являясь способностью личности принимать и осуществлять необходимые для нее решения, воля выступает основой экономической свободы именно потому, что детерминирует ее как осознанную необходимость. Неосознанность необходимости обновления ведет к неудаче. Экономика обновления как раз и основана на такой волевой способности предпринимателя осуществлять перевод замысла в реальность, креативности в практическое творчество. Для оценки данного перевода можно использовать самые различные эконометрические показатели. Так, еще в 80-е годы XX века был предложен показатель НИР-мультипликатора, который выражал отношение объема вложений в НИР, требуемого для развития продукции, к объему инвестиционного капитала, необходимого для производства и продажи этого продукта¹⁷.

Если умножить НИР-мультипликатор на отдачу от НИР, то получается объем прибыли на инвестиционный капитал. Однако в нашей литературе этот показатель был подвергнут сомнению по той причине, что основания рекомендовать его в качестве показателя инновационности, определяемого через соотношение затрат, для оценки отдачи этих затрат (причем в обратном отношении) во многом представлялись неясными (В. И. Данилов-Данильян).

Так, если предприниматель затрачивает 1 млн руб. на создание продукции в виде замысла, проекта, идеи, а для ее освоения и производства с последующей реализацией необходимы будут 9 млн. руб., то НИР-мультипликатор оказывается равным 0,1. Чем ниже будет значение мультипликатора, тем ниже окажется и прибыль.

Следовательно, возникает необходимость экономии на инновационном процессе и в повышении самого творческого потенциала. Проще говоря, хотелось бы, осуществляя по минимуму затраты на производство и сбыт новой продукции, иметь такой ее вариант, который был бы наименее капиталоемким, энергоемким, материалоемким и т. д. Тем самым речь идет о дальнейшей интенсификации экономики, но уже не за счет обычной экономии ресурсов, а за счет наращиваний творческого потенциала такого продукта. В данном случае параметрами такого творческого потенциала нового продукта выступают не только технические его характеристики, но и эстетические параметры (оформление, упаковка, дизайн), а также его транзитивность (адаптированность, эргономичность) и транспарентность (адекватность, аутентичность) тем запросам, которые предъявляет или даже может еще только предъявить в процессе его потребления потребитель. Известны предпочтения людей приобретать товары и услуги, которые быстро не стареют, не выходят из моды уже на следующий месяц, не девальвируются морально в условиях быстрого обновления ассортимента. Творческий потенциал, таким образом, продлевает жизнь продукта и, будучи перенесен в него, материализован в нем, осуществлен в конкретном товаре или услуге, позволяет по-максимуму удовлетворить потребности клиентов. Осознание не только технологических, но и моральных, эстетических и этических пределов новых товаров и технологий позволяет предпринимателю самостоятельно планировать алгоритм и объемы производства и выстраивать инновационный процесс в контексте оптимальных затрат на его осуществление.

В отличие от процесса формирования творческого потенциала, во многом иррационального, импульсивного и спонтанного, инновационный процесс поддается рационализации и оптимизации благодаря способностям предпринимателя осуществлять управление. В этой связи убедительными представляются слова Дж. Б. Куинна о том, что «обновление следует воспринимать — и соответственно управлять им — как то, чем оно в действительности и является — живой, в чем-то случайный процесс взаимного обучения, увязывающий мировую сеть источников знания с хрупкой непредсказуемостью спроса конечных потребителей»¹⁸.

В этом суждении важно не то, что существует хрупкая непредсказуемость потребителей, а то, что обновлением необходимо управлять в целях преодоления такой непредсказуемости. Ключ к инновационной эффективности, таким образом, лежит в сфере эффективного предпринимательского управления, *объектом* которого выступает инновационный процесс, а *предметом* — творческий потенциал предпринимателя. Будучи перенесен в процесс, а затем и в товар, такой потенциал и составляет подлинный смысл обновления производства.

Для успешного опредмечивания, актуализации творческого потенциала предпринимателя посредством инновационного процесса необходима также *социальная ответственность* самого предпринимателя. Вне такой ответственности воля может выступать контрпродуктивным компонентом деятельности, поскольку сама по себе она лишь мобилизует усилия предпринимателя, но не определяет его ценностные ориентации, аксиологию его деятельности. Отмечая значение ответственности в процессе инновационной деятельности, Р. Уотермен еще в начале 80-х годов XX века писал: «Одна из главных причин, по которой компании не обновляются, заключается в том, что работники не осознали своей ответственности за обновление. Основная причина — наше отношение к роли босса»¹⁹. В самом деле, быть руководителем, начальником, лидером, менеджером свойственно предпринимателю. Но далеко не каждый из них способен принимать на себя ответственность за обновление. Часто такая ответственность перекладывается на креативного директора или руководителя творческой группы. Результат — отчуждение творчества от хозяйственной практики и разорение, банкротство, несостоятельность предприятия. Только в случае принятия лично на себя ответственности за обновление, за инновационный характер хозяйственного процесса руководитель выступает предпринимателем в подлинном смысле и значении этого слова. Выдвигая своеобразную поведенческую модель формирования такой ответственности в виде двенадцати шагов (дорожка шагов), Р. Уотермен фактически предлагал превратить не только руководителей предприятия, но и наемных работников в предпринимателей. Наемные работники не владеют предприятием, но, с точки зрения американского исследователя, вполне могут выступать как предприниматели: «Необходимо было бы принудить наших работников мыслить категориями принятия на себя риска, предприимчивости и независимых действий в противоположность следованию правилам, предписаниям и апробированным методам. Критерием стала гибкость, а не предсказуемость»²⁰.

В то время как предприниматель как лидер обращает все эти требования на

себя, предприниматель как менеджер обращает все эти требования на других, т. е. занимается менеджментом. Две грани инновационного процесса сливаются в органическом синтезе на основе общих ценностных ориентаций предпринимателя, на почве единых мировоззренческих установок субъектов хозяйственной деятельности. Лишь в случае органического синтеза личностных и публичных аксиологических предикатов, внутренних и внешних оснований самой деятельности предприниматель способен достичь максимального публичного и личностного, общественного и индивидуального успеха. Творческий потенциал предпринимателя в максимально полной мере актуализируется в его инновационной практике только в случае самоидентификации его самого с его окружением — работниками, персоналом, кадрами, коллективом — и только в ситуации системного сочетания, координации и согласования интересов всех участников инновационного процесса. Сам предприниматель не может навязать собственную волю наемным работникам без того, чтобы не потерять в эффективности актуализации творческого потенциала на практике. Навязывание исключает предпринимательство в той же степени, в которой само предпринимательство не соответствует принуждению и насилью. Только как осознанная ответственность всех и каждого — предпринимателя и работников — за обновление, инновационность, актуализацию творческого замысла предпринимательская деятельность становится созидательной. В двух последних своих качествах она неизбежно растрчивает свой творческий потенциал и превращается в деградацию производства, напоминающую *суженное* воспроизводство, о котором когда-то писал К. Маркс.

¹ См.: Новоселов С. А. Развитие технического творчества в учреждении профессионального образования: Системный подход. Екатеринбург, 1997.

² См.: Волкова Т. И. Воспроизводство творческого потенциала науки. Екатеринбург, 2004. С. 20.

³ См.: Маршев В. И. История управленческой мысли. М., 2005. С. 212.

⁴ Там же. С. 213.

⁵ Волкова Т. И. Воспроизводство творческого потенциала науки. Екатеринбург, 2004. С. 19.

⁶ См.: Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Ключ к успеху в новом тысячелетии: Пер. с англ. СПб., 2001. С. 227–228.

⁷ См.: Суховой А. Ф. Стратегия инновационного развития в контексте социально-экономических преобразований // Экономика и культура: Межвуз. сб. Екатеринбург, 2003. С. 204–219.

⁸ См.: Шаталова Н. И. Трудовой потенциал работника. М., 2003. С. 396.

⁹ См.: Уотермен Р. Фактор обновления: Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании: Пер. с англ. М., 1998. С. 248.

¹⁰ См.: Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Ключ к успеху в новом тысячелетии. С. 229–238.

¹¹ Маршалл А. Принципы экономической науки: Пер. с англ.: В 3 т. М., 1993. Т. 1. С. 104.

¹² Там же. С. 106.

¹³ См.: Стожко К. П. Экономический гуманизм в России. Очерки истории русской социально-экономической мысли и общественно-политических движений (конец XIX — начало XX в.). Екатеринбург, 1995. С. 238–278.

¹⁴ Струве П. Б. Великая Россия. Из размышлений о проблеме русского могущества // Вопр. философии. 1992. № 12. С. 70.

¹⁵ Розанов В. В. Эмбрионы // Русская философия. Конец XIX — начало XX вв.: Антология. СПб., 1993. С. 166.

¹⁶ Цит. по: *Фостер Р.* Обновление производства: атакующие выигрывают: Пер. с англ. М., 1987. С. 95.

¹⁷ См.: Там же. С. 151–153.

¹⁸ Цит. по: *Фостер Р.* Обновление производства. С. 210.

¹⁹ *Уотермен Р.* Фактор обновления: Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. С. 116.

²⁰ Там же. С. 120.