

нений в организационно-управленческие технологии и процессы (подбор персонала, система мотивации, оценка эффективности деятельности и т.д.)

В заключение статьи обозначим наиболее часто встречающиеся проблемные моменты в работе тренера с заказчиком.

Со стороны заказчика:

- невозможность (неготовность, избегание) встречи с тренером (делегирование этих полномочий другим должностным лицам компании);
- заказчик не говорит о реальных проблемах (либо не знает их, либо не понимает, либо сознательно утаивает от тренера);
- заказчик дозирует (искажает, приукрашивает, сгущает) информацию;
- заказчик хочет «втиснуть» в один тренинг решение различных проблем;
- заказчик намерен решать консалтинговую задачу (например, задачу организационных изменений) тренинговыми методами;
- заказчик не желает озвучить имеющийся в компании негативный опыт проведения тренинга.

Со стороны тренера:

- неумение переводить организационно-управленческую (бизнес) проблему (задачу) в категории целей (результатов) тренинга — тренинговых изменений;
- попытка тренера «впихнуть» заказчику стандартную (типовую) программу, нежелание учитывать потребности заказчика и готовить программу под его запрос;
- небольшая компетентность тренера в актуальной (текущей) проблемной области компании.

Четкое следование положениям, закрепленным в контракте на тренинг, единое понимание тренером и заказчиком результатов тренинга и их вклада в решение организационно-управленческих и бизнес задач, корректно подготовленная и проведенная программа и грамотное посттренинговое сопровождение сделают обучение в организации тем инструментом, который позволит существенно повысить конкурентоспособность предприятия.

## РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ФУНКЦИИ КАК ОСНОВА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Н.В. Шинкевич**, канд. техн. наук, доцент  
Минский институт управления (г. Минск)

Одна из важнейших социально-экономических задач сегодня — выход экономики на инновационный путь развития и в связи с этим активизация инновационно-инвестиционной деятельности предприятий. Но инновационность — это не самоцель, а качественная характеристика хозяйственной деятельности, которая формируется при наличии соответствующих стимулов, источников и механизмов. Невысокий уровень инновационно-инвестиционной активности отечественных предприятий свидетельствует о том, что сегодня эти стимулы, источники и механизмы еще недостаточно развиты. Огромный потенциал роста эффективности, прогрессивности и динамизма заложен в предпринимательстве. Не случайно экономику развитых стран называют предпринимательской, подразумевая, что предпринимательство играет в ней роль двигателя общественного прогресса.

Принято считать, что предпринимательство неразрывно связано с частной собственностью, которая выступает как его обязательное условие, и поэтому предпринимательская активность будет прорастать на нашем «экономическом поле» через развитие малого и среднего бизнеса. Но, учитывая долю таких предприятий в реальном секторе, и то, что основные проблемы экономического развития связаны с функционированием РУПов, КУПов, АО с разной долей государства в уставном капитале, нужно посмотреть на эту проблему несколько шире, понять сущность предпринимательской функции и тенденции ее развития.

В современной экономической теории вопросу развития предпринимательской функции, ее роли в трансформационных процессах уделяется недостаточно внимания. Можно назвать лишь единичные научные издания на постсоветском пространстве, посвященные таким исследованиям. Поэтому не случайно в последние годы активно переиздаются на русском языке труды Шумпетера, Мизеса, Хайека, Кирцнера и др.

Как экономическая категория предпринимательство имеет исторический аспект. Во-первых, потому, что возникло на определенном историческом этапе, а во-вторых, его содержание трансформировалось по мере развития общественного производства. В трактовках предпринимательства в XVIII в. (Р. Контильон, А. Смит, А. Риккардо) явно выражен аспект собственности на ресурсы, позже акцентировались организаторские способности, управление, интеллектуальные способности и т. д. Разнообразие трактовок обусловлено переменой доминанты в выполняемых предпринимателем функциях в процессе эволюции рыночного хозяйства. Сегодня в качестве ведущих доминант предпринимательства признаются инновационность и общественно полезный характер, что и придает особую актуальность рассмотрению данного вопроса. Перемена доминант говорит о том, что ни одна из них не является сущностной, очевидно, имеется что-то, что остается неизменным на любом этапе.

Обратимся к экономической теории. Наиболее плодотворным с точки зрения исследования предпринимательства является анализ неравновесных состояний экономической системы, поскольку в состоянии равновесия интересы покупателей и продавцов согласованы, цены равновесны, возможности получения дополнительной выгоды исчерпаны. В состоянии равновесия и конкуренция, и предпринимательство не играют активной роли в рыночном процессе.

По мнению Л. Мизеса, признаком неравновесного состояния является широко распространенное незнание. Поведение участников рынка зависит от степени их осведомленности (неосведомленности). Поэтому решения по цене не всегда согласованы — экономическая система не равновесна. Движение системы к равновесному состоянию основано на том, что люди учатся на своем рыночном опыте. Если сегодня решения одного из участников рынка были ошибочны и он не достиг желаемого результата, то завтра он будет вынужден изменить свои решения. По мере накопления знания (уменьшения незнания) система будет предлагать все меньше возможностей к получению дополнительной выгоды, т. е. будет двигаться к состоянию равновесия. Ведущая роль в этом процессе принадлежит предпринимателю, поскольку именно он берет на себя роль открывателя новых возможностей и демонстрирует их другим участникам рынка. Вопрос о рыночных возможностях требует уточнения. И. Шумпетер полагал, что новые возможности создает сам предприниматель, используя различные новшества. В работах Л. Мизеса и его последователей высказывается мысль о том, что возможности в условиях рыночного неравновесия существуют всегда, заслуга же предпринимателя заключается в умении видеть эти возможности, воспринимать и использовать рыночную информацию. Следствием такого умения и будут разнообразные новшества, разрушающие стереотипы хозяйствования и приносящие выгоду, как самому предпринимателю, так и другим участникам рынка (прямо или косвенно). Следует согласиться с тем, что «предпринимательство заключается не в том, чтобы схватить свободную 10-долларовую купюру, лежащую в чьей-то руке, а в том, чтобы осознать, что она находится в чьей-то руке и ее можно схватить» [1]. Предпринимательская прибыль — это цена предпринимательского решения, принимаемого до покупки ресурса по одной цене и его продажи по другой, более высокой.

Таким образом, сущностная черта предпринимателя — это способность воспринимать рыночную информацию и использовать ее для организации производительного процесса с целью получения выгоды. Предпринимательская деятельность связана с принятием решений по поводу разнообразных рыночных возможностей, облакаемых в форму деловых идей и проектов. Необходимым условием предпринимательства выступает капитал, а его оборот определяет предпринимательский процесс и интерес.

**Поэтому предпринимательство как экономическая функция основано на предпринимательских решениях, обеспечивающих оборот капитала и рост его стоимости.**

Но это не значит, что собственник не может быть предпринимателем. Любой собственник ресурса может рассматриваться как предприниматель в тот момент, когда он принимает решение купить ресурс (или даже скупить весь ресурс), так как увидел в этом возможность для получения прибыли. В данном случае в одном экономическом субъекте эти две функции объединяются. Ведь можно предположить, что предприниматель «покупает» сам у себя необходимые ресурсы как у собственника. Предпринимательство, по своей сути, рисковая, непредсказуемая деятельность, направленная на преодоление сложившихся стереотипов хо-

зяйствования, это способ мышления и определенный стиль хозяйственного поведения инициативного экономического субъекта, который быстро мобилизует имеющиеся ресурсы на организацию производства в какой-либо сверхприбыльной сфере или отрасли, тем самым повышая не только прибыльность своего производства, но и ликвидируя дефицит продукции.

Следует исходить из того, что сущность предпринимательской активности заключается в получении выгоды посредством рыночного обмена, который, в свою очередь, строится на основе частной собственности на доступные ресурсы и результаты хозяйственной деятельности, т.е. ресурсы можно купить, а продукты (результаты) можно продать. Поэтому если хозяйствующие субъекты находятся в одинаковой для всех экономической среде и осуществляют свою деятельность на основе рыночного обмена, этой деятельности в принципе может быть присущ предпринимательский характер.

Выгода (экономический интерес) возникает при наличии трех условий: 1) когда имеется спрос, 2) когда имеются технологически возможные способы удовлетворения этого спроса, 3) когда поток сбережений достаточный для обеспечения необходимого капитала.

**Основная функция предпринимателя — соединить спрос, технологии и капитал вместе, проявляя инновационность, в расчете на получение выгоды в виде предпринимательской прибыли.**

Наличие у субъекта ярко выраженного стремления к поиску и реализации новых возможностей использования производственных ресурсов и получения оригинальных результатов, наилучшим образом удовлетворяющих как частные интересы самого субъекта, так и общие потребности рынка — есть проявление основных доминант современной предпринимательской функции — новаторства, инновационности и общественно-полезной направленности. В этом сегодня суть предпринимательского поведения, предпринимательского типа хозяйствования.

Ключевыми элементами, формирующими предпринимательское поведение предприятий, выступают: **субъект деятельности** (предприниматель, носитель предпринимательской функции), принимающий соответствующие решения, **объект деятельности** (товар, услуга, работа), **деятельность** (процесс принятия и реализации предпринимательского решения), **результат деятельности**, соответствующий целям субъекта.

Определение носителя предпринимательской функции на предприятии связано с выделением лиц, реально принимающих соответствующие решения. Предприниматель формулирует деловые идеи и принимает решения об их реализации с учетом оценки возможностей получения необходимых ресурсов (капитала) и рисков хозяйствования. Капитал на определенных условиях предоставляет собственник. Осуществление производительного процесса, достижение прогнозируемого результата, определяемого как цель, связано с профессиональной управленческой деятельностью, поэтому в процесс принятия решений вовлечен еще один субъект — профессиональный управленец, менеджер. Таким образом, с определенной долей абстракции можно утверждать, что предпринимательская деятельность предприятия есть результат комплекса решений трех основных экономических субъектов — предпринимателя, собственника и менеджера. Исследование различных вариантов физической персонификации этих субъектов в организации (на предприятии) показало, что предпринимательская функция возлагается на центры принятия решений, относящиеся к системе управления: Стратегический центр (центр развития), Центр производства, Центр ресурсного обеспечения, Инновационный центр, Коммерческий центр [2].

Продукты и услуги становятся объектом предпринимательской деятельности, когда удовлетворяют желания и потребности покупателя, так как без спроса на них нет их реализации и, соответственно, желаемого финансового результата. С другой стороны, их выбор зависит от возможностей производственного процесса, технологий и методов его организации. Именно здесь в значительной мере проявляется инновационная составляющая предпринимательства, которая продуцируется центрами предпринимательских решений.

Для предприятия результат, воплощающий выгоду субъекта предпринимательской деятельности, имеет три основных компонента: 1) стратегический — усиление прочности (устойчивости) положения на рынке, сохранение хозяйственной независимости; 2) коммерческий — прирост капитала за каждый цикл хозяйственного оборота и обеспечение финансовой независимости; 3) социальный — формирование социально значимого имиджа пред-

приятия, укрепление его деловой репутации, активизация интеллектуального потенциала. Взаимодействие этих компонент создает систему целей предприятия, на достижение которых ориентированы центры предпринимательских решений.

Общее стремление к росту эффективности хозяйственной деятельности, как следствие проявления предпринимательского подхода, делает мотивированным повсеместное использование методов управления в условиях риска, в которых установлена явная связь между переменными управления (продукты, затраты, уровень качества, цены, объемы производства, ресурсы, структуры), конечным результатом и средствами его достижения (таблица 1).

Таблица 1 — Методы повышения эффективности хозяйственной деятельности

Стратегический центр (центр развития)	Стратегический анализ, стратегический маркетинг, стратегическое планирование, коммерческий расчет
Инновационный центр	НИОКР, рационализация процессов производства и управления, маркетинговые исследования
Центр ресурсного обеспечения	Оптимизация запасов, логистика, управление персоналом, управление финансами
Центр производства	Управление качеством, управление затратами, производственная логистика, бюджетирование
Коммерческий центр	Формирование спроса, стимулирование сбыта, логистика

Эти методы хорошо зарекомендовали себя в предпринимательской практике, их использование в работе отечественных предприятий является необходимым с точки зрения повышения общего уровня хозяйствования, но требует создания соответствующих условий — внешних и внутренних. Таким образом, внутреннее реформирование предприятий становится целенаправленным — обеспечение их инновационного развития через реализацию предпринимательской функции.

#### Литература:

1. Кирцнер, И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 238 с.
2. Устойчивое и эффективное функционирование предприятий: проблемы и пути достижения : монография / В.И. Кудашов [и др.]. — Минск : Изд-во МИУ, 2007. — 406 с.

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНИЧЕСКИХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОХРАНЫ ТРУДА

**Я.М. Шупилов**, канд. техн. наук, доцент,

**А.А. Зеленовский**, канд. экон. наук, зав. кафедрой экономики и организации предприятий АПК

*Белорусский государственный аграрный технический университет (г. Минск)*

Инженерно-технические мероприятия по совершенствованию охраны труда направлены на улучшение социально-экономической эффективности производства, под которой понимают соотношение результатов и затрат, вызывающих социальный и экономический эффект, а под затратами — величину ресурсов, выраженных в денежной форме, которые использованы для достижения желаемого результата.

Возможный экономический эффект может включать результат совершенствования конструкторской разработки машины, технологии и организации производства, который в отдельных случаях может сопутствовать социальному эффекту.

Оценка социального эффекта проводится по сокращению заболеваемости, травматизма, текучести рабочей силы, повышению работоспособности и творческого потенциала личности, увеличению продолжительности жизни, улучшению использования трудовых ресурсов. Основные показатели технико-экономической эффективности мероприятий с исполь-