

УДК 338.2

Предпринимательская деятельность как фактор развития экономики в условиях трансформации бизнес-технологий

Мурзагалина Гульназ Миннуловна

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Бухгалтерский учет и аудит»,
Башкирский государственный университет (Стерлитамакский филиал),
450076, Российская Федерация, Уфа, ул. Заки Валиди, 32;
e-mail: gulnazmur@yandex.ru

Аннотация

Решающую роль в эффективном функционировании рыночной экономики играет предпринимательская деятельность. Ее характерными чертами является: организационно-хозяйственное новаторство, инициативный поиск и нахождение новых, более эффективных способов использования факторов производства, гибкость, постоянная самообновляемость, готовность идти на риск. Это самостоятельная производственная, коммерческая, финансовая и посредническая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств и имущества с целью получения от нее наиболее выгодных результатов – прибыли. По мнению автора, каждой организации должен быть разработан перечень мероприятий по повышению уровня культуры предпринимательства как важного фактора управления. Общий алгоритм предлагается следующий: методологическая и организационная подготовка – инвентаризация (учет) объектов культуры – аттестация (измерение) уровня культуры – комплексная оценка резервов повышения уровня экономической культуры – работа по реализации резервов. Понимание культуры предпринимательства в организации имеет огромное значение для формирования развития национальной экономики в целом. А отсутствие такой культуры способствует росту затрат и ошибкам в управлении предприятиями. Это приводит к банкротству предприятий ввиду незнания культурной среды деловых партнеров и неумения осуществлять торговые и иные сделки.

Для цитирования в научных исследованиях

Мурзагалина Г.М. Предпринимательская деятельность как фактор развития экономики в условиях трансформации бизнес-технологий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2018. Том 8. № 10А. С. 144-156.

Ключевые слова

Экономика, предпринимательство, бизнес-технологии, предпринимательская культура, предпринимательская деятельность.

Введение

Решающую роль в эффективном функционировании рыночной экономики играет предпринимательская деятельность. Ее характерными чертами является: организационно-хозяйственное новаторство, инициативный поиск и нахождение новых, более эффективных способов использования факторов производства, гибкость, постоянная самообновляемость, готовность идти на риск. Это самостоятельная производственная, коммерческая, финансовая и посредническая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств и имущества с целью получения от нее наиболее выгодных результатов – прибыли.

Сегодня в числе национальных приоритетов, как справедливо отметил президент РФ Путин В.В., находится свобода предпринимательства как парадигма экономической политики, способная успешно преодолеть деструктивную политику сдерживания нашей страны со стороны западных партнеров, путем ускорения темпов экономического роста. Обеспечить это возможно путем выработки общего понимания и формирования общественного консенсуса по поводу значимости предпринимательской деятельности [Ашмарина, Кандрашина, Шведова, 2015].

Речь в данном случае идет о «конструктивной» предпринимательской деятельности. Последняя ничего общего не имеет с воровством или обманом. Другое дело, что при этом могут быть элементы хитрости и игры. Представители «теневой» экономики тоже «делают» деньги, но это уже не конструктивное предпринимательство, поскольку такого рода деятельность связана с нарушением законодательства той или иной страны.

В недалеком прошлом в сознании людей преобладали негативные оценки предпринимательской деятельности, связанной с получением прибыли. Но, несомненно, и другое – конструктивное предпринимательство связано с оказанием услуг и удовлетворением общественных потребностей. Говоря иначе, речь идет о полезном для окружающих людей труде.

Человеческая деятельность, которую сегодня называют предпринимательской, имеет столь же длительную историю, как и развитие частной собственности и рынка. Она началась с того момента, как люди получили право самостоятельно распоряжаться принадлежащими им орудиями и предметами труда. При этом, естественно, предпринимательская деятельность развивалась от примитивных до современных форм (партнерство, кооперативы и др.) [Лутфуллин, 2010].

Основная часть

Довольно подробно об этом говорится в работе М.Н. Барышникова «История делового мира России». По его мнению, наша страна в этом плане имеет богатое наследие, игравшее важную роль в формировании культурных и иных традиций в жизни людей.

Деловой мир – это, прежде всего, предприниматели, которые были выходцами из разных социальных групп (крестьян, купечества, мещан, дворян и духовенства). На их количественный состав влияли разные факторы: субъективные и объективные (товарный спрос, условия предпринимательской деятельности, ее правила и нормы). Особенно большая роль выпадала на долю субъективных факторов (и прежде всего из-за низкой покупательской способности крестьянства, составлявшего громадное большинство населения страны).

В современных условиях под предпринимательской деятельностью понимается инициативная, самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая на свой страх и риск (и обязательно имеющая государственную регистрацию). Такое определение дается этой деятельности Гражданским Кодексом РФ. Но в жизни ее мотивы определяются не только желанием обогатиться. В основе большинства побудительных мотивов лежит удовлетворение своего «я»: желание оставить память о себе, достичь признания в обществе, получить удовлетворение от самого акта созидания, стремление реализовать на практике какое-то новшество.

По большому счету, можно выделить два фактора успешного развития предпринимательской деятельности (рис.1). Они, одновременно, дополняют друг друга и имеют свою специфику.



Рисунок 1 – Факторы успешного развития предпринимательской деятельности [Попова, 2006].

Общий смысл предпринимательства сводится к открытию собственного дела. Этому предшествует «три момента»: отказ от прежней карьеры и готовность изменить свой образ жизни; убеждение в том, что иметь собственное дело – занятие престижное и достойное; уверенность в том, что создать такое дело вполне реально [Дамари, 1993].

Все это и определяет наличие желания заниматься предпринимательской деятельностью.

Можно выделить пять предпринимательских качеств характера. Суть их состоит в следующем [Лутфуллин, Ган, 2013]:

1. Целеустремленность. Это означает: устремленность в будущее, самодостаточность, оптимизм, ориентация на успех (результативность), энергичность, трудолюбие, самоуверенность;

2. Независимость (любовь к необычным поступкам, стремление работать в одиночку, нежелание следовать чьим-то указаниям);

3. Творческий подход (новаторство, воображение, многосторонние интересы, интуиция, любовь к новшествам и изменениям в жизни);

4. Стремление к риску (умение действовать в условиях неполной информации, принимать решения, точно оценивать свои возможности, вероятные доходы и расходы, ставить перед собой достижимые цели);

5. Решительность и настойчивость (не верить в судьбу, склонность к самоуверенности, уравнивать результаты с усилиями по их достижению).

При наличии таких качеств можно серьезно относиться к наличию желания заниматься предпринимательской деятельностью. Оно непосредственно связано с так называемой «субъективной экономической жертвенностью», имеющей прямой выход на теневую сторону данной личности.

Наличие (или отсутствие) субъективной экономической жертвенности позволяет ответить на вопрос «кто может стать предпринимателем?». Но кроме него есть еще один, не менее важный, вопрос. Он формируется следующим образом: «Как можно стать предпринимателем и открыть свое собственное дело?».

Речь в данном случае идет о наличии возможностей, определенных тремя составными частями (рис.2). И прежде всего, это «реальное представление деятельности».

Тот, кто решил стать предпринимателем, проходит через определенные этапы реализации своего проекта: поиск бизнес-идеи, оценка ее жизнеспособности и т.д. (табл. 1). Естественно, перед ним встает задача организации собственного дела, создания предприятия. Это может быть осуществлено через покупку уже существующего, учреждение совместного (в союзе с другими физическими или юридическими лицами) или создание нового предприятия. Последний путь, как уже отмечалось, связан с наличием новой (оригинальной) идеи.

Видение основных препятствий. Это следующая (вторая) составная часть «наличия возможностей» быть предпринимателем. Изучена она очень поверхностно, однако значимость ее трудно переоценить.

Любой начинающий предприниматель сталкивается с рядом препятствий, затрудняющих его выход на тот или иной рынок.

Во-первых, они созданы законодательными организациями. Во-вторых, порождены неравномерностью информации (обосновавшиеся компании обладают сведениями, не доступными для входящих предприятий, что позволяет первым сохранять свои позиции на рынке). В-третьих, вызваны сравнительными преимуществами закрепившихся предприятий (они долгое время могут поддерживать цены ниже средней стоимости производства и сбыта).

Таблица 1 – Характеристика этапов предпринимательской деятельности

Этапы	Решаемые задачи
Появление бизнес-идеи	Поиск идеи Генерирование идеи Формулирование целей
Определение жизнеспособности идеи	Прояснение идеи Выяснение потребностей потенциальных клиентов Апробация идеи Выяснение соответствия цены и качества (свойств) продукции для потребителей Изучение рынка и конкурентов

Этапы	Решаемые задачи
Определение масштабов деятельности	Сегментация рынка (потенциальные потребители, их количество) Определение путей выхода на рынок Оценка минимальных масштабов своей деятельности Расчет количества необходимых ресурсов Оценка потребности в финансовых средствах
Переговоры и договора	Разработка бизнес-плана Переговоры с заказчиками, поставщиками, банками, инвестиционными компаниями, владельцами средств производства Заключение договоров
Рождение предприятия	Регистрация предприятия Организация работы

Некоторые авторы справедливо говорят об организационных структурах предпринимательского типа [там же].

Этот тип организаций, по мнению авторов данной работы, позволяет:

- активизировать деятельность организаций, повысить их эффективность;
- придать организациям гибкость, усилив способность быстро и адекватно реагировать на изменения внешней среды;
- создать основу для инициативного творческого подхода сотрудников к выполнению стоящих перед ними задач;
- повысить качество управления путем совершенствования основных управленческих функций и создания на этой основе эффективных организационных структур;
- создать нормальный психологический климат в организациях;
- формировать предпосылки для внедрения системы частичного самофинансирования организаций.

В работе «Культура и безопасность предпринимательской деятельности» авторы уделяют внимание конструктивному предпринимательству, по их мнению, это есть форма выражения конкретного в абстрактном.

Оно, в отличие от традиционного понимания предпринимательства (бизнеса) как любой деятельности, приносящей доход (прибыль), имеет четкие содержательные и целевые ограничения. Например, отношения собственности вообще в рыночных условиях должны быть выражены и реализованы конкретными формами собственности и хозяйствования, имеющими конкретную внутреннюю структуру, количественные и качественные границы.

При раскрытии этого положения представляется целесообразным введение в научный оборот особой научной категории, теоретического положения, определяющего характер соотношения, сочетания целей и задач, форм и методов предпринимательской деятельности, например, сочетания специфических экономических интересов предпринимателя, коллектива, которым он руководит, а также экономических потребностей общества или локального рынка.

Получение конструктивным предпринимателем предпринимательской прибыли, должно находиться в логической зависимости от обеспечения интересов коллектива и общества (рис. 2).



Рисунок 2 – Логическая зависимость получение прибыли

Следует, в связи с этим, полагать, что степень или уровень конструктивного предпринимательства, равно как и предпринимательской культуры, находится в прямой зависимости от степени удовлетворения потребностей всех субъектов общества. Причем сущность конструктивного предпринимательства раскрывается именно в рациональном и эффективном сочетании и взаимообеспечении целей всех указанных уровней: предпринимателя, коллектива, общества. Другими словами, увеличение присвоения предпринимателем индивидуального дохода (прибыли) должно происходить на основе максимизации удовлетворения потребностей коллектива и общества.

Как было отмечено ранее, важнейшую роль в подъеме экономики в трансформации призвано сыграть предпринимательство и его персонифицированный носитель – предприниматель. Являясь одним из главных факторов производства, предпринимательство в то же время представляет собой определенный тип хозяйственного поведения людей.

Предприниматель – это особая производительная сила, субъект и фактор производства, который определяется не по принципу принадлежности, а по принципу типа поведения. Само предпринимательство определяется как система отношений по поводу особым образом организованной системы хозяйствования [Мурзагалина, 2017].

Предприниматель определяется как субъект поиска и реализации возможностей в генерировании и освоении новаторских идей, освоении качественно новых технологий, осуществлении нововведений и овладении перспективными формами развития производства, новых сфер приложения капитала. Предприниматель не только повышает прибыльность своего производства, но и ликвидирует дефицит продукции, повышает уровень культуры в окружающей его действительности. Он – активное движущее начало в условиях рыночной неопределенности. «Он имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем и не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им» [Смит, 1997].

Говоря иначе, экономику любой страны, в том числе и малый и средний бизнес, «может спасти только возрождение и мобилизация личной инициативы человека, вызываемой его стремлением к личной выгоде» [Леонтьев, 1991].

Основными необходимыми условиями активизации предпринимательской деятельности предпринимателя в условиях рыночной экономики являются следующие [Попова, Пряхин, Лутфуллин, 2005]:

– создание для всех участников рынка равных прав и предоставление полной экономической свободы;

- недопустимость вмешательства органов государственной власти в предпринимательскую деятельность (за исключением законодательно оговоренных случаев);
- рыночно-конкурентный режим хозяйствования;
- наличие соответствующей рыночной инфраструктуры;
- свободный доступ к ресурсам, кредитам, информации;
- получение помощи со стороны государства.

Все это во многом определяет культуру предпринимательства.

Новое общественное устройство в бизнесе на основе повышения культуры предпринимательства должно использовать последние достижения в части применения современных бизнес-технологий (напр, проектное управление, Rapid Foresight, SMART, Soft-skills и пр.). И здесь применение современных бизнес-технологий (напр., по выстраиванию деловых и межличностных коммуникаций) еще более наглядно демонстрирует свою значимость.

В многочисленных публикациях, посвященных бизнес-технологиям, можно проследить, что авторы к ним относят известные франчайзинг, лизинг, аутсорсинг, факторинг. Это известные технологии, имеющие масштабное применение. Однако, многие из них применяются, когда предприятия созданы, предпринимательские связи уже установлены и бизнес развивается. То есть эти технологии создают новые перспективы.

Как и любая другая форма деятельности социума, бизнес-технологии подвержены влиянию общего прогресса и технических новшеств. К новейшим успешно применяемым современным технологиям можно отнести краудсорсинг, краудфандинг и др.

Ведя речь о современной трансформации бизнес-технологий и их влиянии на развитие экономику целых государств нельзя не отметить следующий факт. Парадокс заключается в том, что подходы и методы, используемые еще в 90-х гг. XX столетия такими зарубежными компаниями как IBM, Ford, Kodak (системный подход, реинжиниринг, бизнес-процессов, ситуативное управление) для повышения конкурентоспособности бизнеса, оптимизации деятельности и развития бизнес-технологий российские специалисты теории и практики считают инновационными для отечественных предприятий до сих пор [Хаммер, 2011].

Отчасти ответ на этот вопрос находится в заложенных ранее бизнес-процессах. Осуществление бизнес-процессов состоит из совокупности функций и операций, предполагающих непосредственное выполнение работ в соответствии с определенной технологией. По сути, бизнес-процессы являются объектами управления и существуют в системе функцией планирования, организации, мотивации, контроля и регулирования. Управление бизнес-процессом предполагает планирование деятельности, контроль хода выполнения и фактических показателей с плановыми и т.д.

В этих условиях весьма трудно представить перевод из формата тотального контроля и согласований всех действий на рельсы доверительного управления.

Доверительность в бизнесе – очень субъективная вещь и побуждает к субъективности в поведении (по-другому говоря, поведение одного партнера может сильно отличаться от поведения другого в той или иной ситуации).

На основании вышеизложенного нами предлагается следующая авторская трактовка: «Бизнес-технологии — это совокупность приемов и методов, основанных на принципах доверительности, инновационных когнитивных решениях, способствующих формированию и развитию предпринимательской активности» [Мурзагалина, 2017].

Нужно обратить внимание, что зачастую при выстраивании взаимоотношений руководители (возможно, на основе ультрасубъективности) принимают на себя форму взаимоотношений определенную другими (зачастую попросту копируя поведение других) и тем самым теряют широту взглядов и глубину интересов (ограничиваются разовыми контрактами и т.д.).

Нежелательность (а, зачастую, и опасность) такого поведения в бизнесе в том, что после первых впечатлений придет действительное понимание о деловых и профессиональных качествах партнера и взаимоотношениях с ним. Под пониманием мы имеем в виду способность делать точные прогнозы (с той или иной долей достоверности) о вашем бизнес-партнере в определенных сферах.

Было бы неплохо иметь некую своеобразную шкалу о способности прогнозировать поведение своего партнера. Но, как показывает практика, всегда найдется какой-то пробел, на который вы не сможете найти ответ. По-другому говоря, мы понимаем, что не знаем своего потенциального бизнес-партнера в этой области. И зачастую сделать это не просто.

В этой связи, на наш взгляд, интересным является математическая интерпретация, представленный центром научного сотрудничества «Свет науки» при фонде поддержки и развития молодежи «Кадровый резерв» (г. Москва). Данный центр на протяжении нескольких лет занимается научными исследованиями в рамках госконтрактов в различных отраслях (включая, и исследования формирования и развития культуры предпринимательства) на территории разных субъектов РФ.

В части определения возможных партнерских взаимоотношений в предпринимательской деятельности между потенциальными бизнес-партнерами на основе доверительности предлагается следующая формула:

$$\left(P_{\Sigma_B(A;B)} > P_{\Sigma_Y^-(A;B)} \right) \rightarrow \infty(t) \quad (1)$$

где Σ_B - сумма выгод;

Σ_Y - сумма ущерба;

A; B – элементы;

P – вероятность;

∞_t – неопределенный период времени.

Формулировка звучит так: «В период неопределенности при прочих равных известных параметрах вероятность средней величины суммы выгод двух элементов во взаимосвязанной и взаимообусловленной системе для сохранения баланса должна быть выше вероятности средней величины суммы их ущерба».

Под «выгодами» или «ущербом» – подразумевается не только материальная и финансовая составляющая, а то, что каждый бизнес-партнер рассчитывает в будущем на долгосрочные деловые взаимоотношения со своими партнерами.

Сделаем пояснение вышеуказанной формулировки: «В период неопределенности (то есть мы не знаем, как будет происходить дальнейшее сотрудничество и какой определен временной лаг) при прочих равных известных параметрах (это когда про каждого бизнес-партнера собрано максимум доступной информации – начиная от личных данных вплоть до количества успешно

выполненных проектов под его руководством) вероятность (то есть возможность развития дальнейших событий) средней величины (а не отдельно взятого факта или события из взаимоотношений партнеров в бизнес-сообществе) суммы выгод двух элементов (имеется в виду как минимум двух сторон – «агент» и «принципал») во взаимосвязанной («Мы хотим работать с вами!») и взаимообусловленной («Мы можем работать с вами!») системе (минимум двух элементов) для сохранения баланса (соблюдение интересов всех сторон участников бизнес-процесса) должна быть выше средней величины суммы их ущерба» (другими словами говоря: «Как нам выгоднее – (оптимальнее, рациональнее, полезнее и т.п.) с ними или без них?»).

По мнению Ашмариной С.И., Кандрашиной Е.А., Анпилова С.М.: «Партнеры – участники предпринимательской сети стремятся полнее использовать возможности получения синергетического эффекта взаимодействия в рамках цепочки создания ценности, что позволяет, в итоге, повысить показатели каждого участника» [Ашмарина, Кандрашина, Яхнеева, 2017].

На самом деле, предприниматель в условиях неопределенности не столько выбирает между имеющимися вариантами принятия решения, сколько сам создает пул возможных вариантов развития событий. Так, у Ф. Найта креативность предпринимателя детерминирована определенным разрывом между сегодняшним днем и будущим. У Й. Шумпетера творчество ассоциируется с внедрением инноваций.

У И. Кирцнера основная мысль состоит в том, что предприниматель сам создает определенные взаимосвязи между целями, которые он ставит перед собой, и теми инструментами, которыми он будет пользоваться для их достижения. Данные взаимосвязи отличаются от рутинного повседневного поведения, в них и проявляется творчество предпринимателя [Kirzner, 1986].

Бесспорно, что ответ на такой извечно актуальный вопрос в бизнесе необходимо иметь максимум достоверной информации.

Внешние факторы несут в себе полную информацию, что позволяет принимать субъекту рациональное решение и в это случае решение базируется только на двух компонентах – заранее известных переменных, позволяющих сделать расчеты, и наборе специальных методов анализа данных показателей при выработке наилучшего решения.

Несогласные с данной идеей представители теории предпринимательства полагают, что в рамках такой системы поведение экономического агента становится наперед известным и обусловленным экзогенными факторами. Вследствие этого тот выбор, который осуществляет индивид, есть не его собственный выбор, а решение, навязанное внешней средой.

На основании вышеизложенного сформулируем принципы создания успешной организации с позиции эффективной культуры предпринимательства. На наш взгляд существует три этапа в построении любой организации предпринимательского типа. Кратко суть их сводится к следующему.

1. Анализ предпринимательской деятельности, на который возложено деление ее на части.
2. Установление норм, стандартов (например, допустимого объема должностных обязанностей для руководителя любого уровня).
3. Распределение служебных обязанностей и формирование подразделений, то есть коллективов людей, выполняющих данную работу.

Данные принципы будут способствовать в деятельности работников организации с учетом особенностей их труда.

В качестве примера можно сослаться на Т. Питерса, который представляет организацию в виде семи «S»: Strategy (стратегия), Structure (структура), Systems (технологические системы организации), Staff (штат, кадры, персонал), Style (стиль, особенности работы), Skills (квалификация персонала), Shared values (разделяемые работниками ценности).

Отметим, что на сегодняшний день инструментов для повышения уровня культуры предпринимательства достаточно. К ним относятся наиболее часто используемые SWOT-, SNW-, PEST-, COPS-анализ и др.

В организации предпринимательского типа носителями культуры являются руководители (менеджеры). Именно они внедряют современные информационные и бизнес-технологии, передают своим работникам представления «о ценностях и убеждениях».

И здесь можно привести пример применения их работы в коллективе или группах (проектное управление, Rapid Foresight, SMART, soft- skills и пр.). К сожалению, некоторые исследования свидетельствуют о том, что российские менеджеры стоят на низкой отметке международной шкалы оценки руководства.

Завершая, можно сказать, что в каждой организации должен быть разработан перечень мероприятий по повышению уровня культуры предпринимательства как важного фактора управления. Общий алгоритм предлагается следующий: методологическая и организационная подготовка – инвентаризация (учет) объектов культуры – аттестация (измерение) уровня культуры – комплексная оценка резервов повышения уровня экономической культуры – работа по реализации резервов (рис.3).

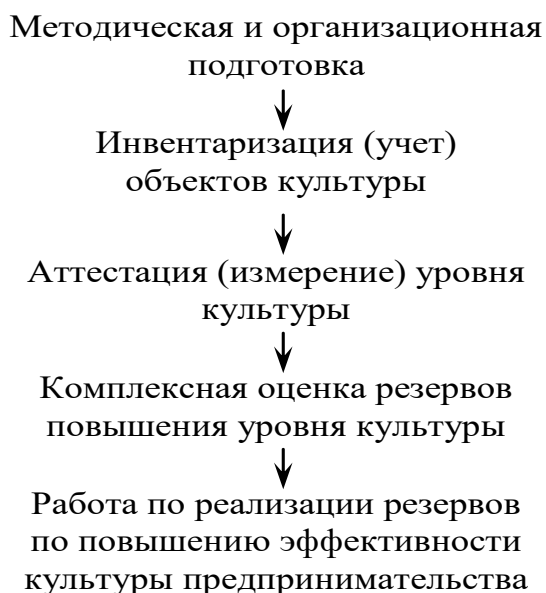


Рисунок 3 – Алгоритм по повышению уровня культуры предпринимательства в организации

Мероприятия по повышению эффективной культуры предпринимательства, на основе данного алгоритму должны способствовать достижению предприятием делового успеха.

На рис. 9. представлена структурная схема установки на успех в бизнесе. Она построена на основе идей различных авторов, посвятивших свои работы «деловому успеху». Речь, прежде

всего, идет о «разработке действий по достижению успеха в бизнесе» и «успешном руководстве (дополнительных функциях и умениях)».



Рисунок 4 – Структурная схема установки на деловой успех в бизнесе

Заключение

В завершение отметим, что изучение и понимание культуры предпринимательства в организации имеет огромное значение для формирования развития национальной экономики в целом. А отсутствие такой культуры способствует росту затрат и ошибкам в управлении предприятиями. Это приводит к банкротству предприятий ввиду незнания культурной среды деловых партнеров и неумения осуществлять торговые и иные сделки.

Библиография

1. Ашмарина С.И., Кандрашина Е.А., Яхнеева И.В. Методическая основа оценки результативности проведения изменений в предпринимательских структурах // Финансы и управление. 2017. № 3. С. 66-80.

2. Ашмарина С.И., Кандрашина Е.А., Шведова И.А. Территориальное распределение бизнес-процессов как фактор повышения эффективности предпринимательской деятельности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 5 (127). С. 112.
3. Дамари Р. Финансы и предпринимательство. Финансовые инструменты, используемые западными фирмами для роста и развития организаций. Ярославль: Елень, 1993. 100 с.
4. Леонтьев В.В. Экономическое эссе. Теории исследования, факты и политика. М.: Политиздат, 1991. 240 с.
5. Лутфуллин Ю.Р., Ган Е.П. Предпринимательство как фактор инновационного развития национальной экономики // European Social Science Journal. 2013. №5(33). С. 349-355.
6. Лутфуллин Ю.Р. Социокультурная направленность государственного регулирования инновационной предпринимательской деятельности. Челябинск, 2010. 84 с.
7. Мурзагалина Г.М. Применение современных бизнес-технологий при разработке программы развития предпринимательства в муниципальных образованиях // Инновации и инвестиции. 2017. №5. С. 229-233.
8. Мурзагалина Г.М. Формирование культуры предпринимательства на основе системы мониторинга в сфере культурного пространства организации предпринимательского типа // Инновации и инвестиции. 2017. №7. С. 146-149.
9. Попова Е.А., Пряхин Г.Н., Лутфуллин Ю.Р. Культура управления сельскохозяйственными организациями (региональный аспект). М., 2005. 136 с.
10. Попова Е.А. Управление предпринимательской деятельностью в сельском хозяйстве: автореф. дис... докт. экон. наук. М., 2006. 42 с.
11. Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997. С. 233.
12. Хаммер М. Рейнжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. С. 56-67.
13. Kirzner L.M. Discovery. Capitalizm, and Distributive Justice. Oxford, 1986. P. 40.

Entrepreneurship as a factor of economic development in the transformation of business technology

Gul'naz M. Murzagalina

PhD in Economics,
Associate Professor of Accounting and audit Department,
Bashkir State University (Sterlitamak branch),
450076, 32, Zaki Validi st., Ufa, Russian Federation;
e-mail: gulnazmur@yandex.ru

Abstract

The article assesses the effectiveness of consumer market management. The strengths and weaknesses of the consumer market are identified, opportunities and threats are identified. The proposed measures allow a comprehensive approach to the development of the consumer market of rural settlements Nugushevsky village Council through: support for local producers and entrepreneurs, the organization of the mini-market Nugush, agricultural fairs, stimulating consumer demand by creating a “Social map”, the implementation of the program of competition. According to the author, each organization should develop a list of measures to improve the level of business culture as an important factor of management. The General algorithm is proposed as follows: methodological and organizational preparation-inventory (accounting) of cultural objects – certification (measurement) of the level of culture – comprehensive assessment of reserves to improve the level of economic culture – work on the implementation of reserves. understanding the culture of entrepreneurship in the organization is of great importance for the development of the national economy as a whole. And the absence of such a culture contributes to the growth of costs

and errors in the management of enterprises. This leads to bankruptcy of enterprises due to lack of knowledge of the cultural environment of business partners and inability to carry out trade and other transactions.

For citation

Murzagalina G.M. (2018) Predprinimatel'skaya deyatel'nost' kak faktor razvitiya ekonomiki v usloviyakh transformatsii biznes-tekhnologii [Entrepreneurship as a factor of economic development in the transformation of business technology]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 8 (10A), pp. 144-156.

Keywords

Economy, entrepreneurship, business technologies, entrepreneurial culture, business activity.

References

1. Ashmarina S.I., Kandrashina E.A., Yakhneeva I.V. (2017) Metodicheskaya osnova otsenki rezul'tativnosti provedeniya izmenenii v predprinimatel'skikh strukturakh [Methodological basis for assessing the impact of changes in business structures]. *Finansy i upravlenie* [Finance and Management], 3, pp. 66-80.
2. Ashmarina S.I., Kandrashina E.A., Shvedova I.A. (2015) Territorial'noe raspredelenie biznes-protsessov kak faktor povysheniya effektivnosti predprinimatel'skoi deyatel'nosti [The territorial distribution of business processes as a factor in improving the efficiency of entrepreneurial activity]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of the Samara State University of Economics], 5 (127), p. 112.
3. Damari R. (1993) *Finansy i predprinimatel'stvo. Finansovye instrumenty, ispol'zuemye zapadnymi firmami dlya rosta i razvitiya organizatsii* [Finance and entrepreneurship. Financial instruments used by Western firms for the growth and development of organizations]. Yaroslavl: Elen' Publ.
4. Hammer M. (2011) *Reinzhiniring korporatsii. Manifest revolyutsii v biznese* [Reengineering Corporation. Manifesto of the revolution in business]. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber Publ.
5. Kirzner L.M. (1986) *Discovery. Capitalism, and Distributive Justice*. Oxford.
6. Leont'ev V.V. (1991) *Ekonomicheskoe esse. Teorii issledovaniya, fakty i politika* [Economic essay. Research theories, facts and politics]. Moscow: Politizdat Publ.
7. Lutfullin Yu.R., Gan E.P. (2013) Predprinimatel'stvo kak faktor innovatsionnogo razvitiya natsional'noi ekonomiki [Entrepreneurship as a factor in the innovative development of the national economy]. *European Social Science Journal*, 5(33), pp. 349-355.
8. Lutfullin Yu.R. (2010) *Sotsiokul'turnaya napravlenost' gosudarstvennogo regulirovaniya innovatsionnoi predprinimatel'skoi deyatel'nosti* [Socio-cultural orientation of state regulation of innovative entrepreneurial activity.]. Chelyabinsk.
9. Murzagalina G.M. (2017) Primenenie sovremennykh biznes-tekhnologii pri razrabotke programmy razvitiya predprinimatel'stva v munitsipal'nykh obrazovaniyakh [The use of modern business technologies in the development of entrepreneurship development programs in municipalities]. *Innovatsii i investitsii* [Innovations and investments], 5, pp. 229-233.
10. Murzagalina G.M. (2017) Formirovanie kul'tury predprinimatel'stva na osnove sistemy monitoringa v sfere kul'turnogo prostranstva organizatsii predprinimatel'skogo tipa [Formation of a culture of entrepreneurship on the basis of a monitoring system in the sphere of the cultural space of an organization of an entrepreneurial type]. *Innovatsii i investitsii* [Innovations and investments], 7, pp. 146-149.
11. Popova E.A., Pryakhin G.N., Lutfullin Yu.R. (2005) *Kul'tura upravleniya sel'skokhozyaistvennymi organizatsiyami (regional'nyi aspekt)* [Management culture of agricultural organizations (regional aspect)]. Moscow.
12. Popova E.A. (2006) *Upravlenie predprinimatel'skoi deyatel'nost'yu v sel'skom khozyaistve. Doct. Dis.* [Business Administration in Agriculture. Doct. Dis.]. Moscow.
13. Smith A. (1997) *Teoriya nraivstvennykh chuvstv* [Theory of moral senses]. Moscow: Respublika Publ.