

Антиидейность предпринимательской деятельности как атрибут предпринимательских проектов

Литау Е. Я.¹

¹ Национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО), Санкт-Петербург, Россия

Цель. Исследование и разработка теоретических и методологических основ, позволяющих дифференцировать новаторское предпринимательство в системе всех экономических феноменов.

Задачи. Определить специфические особенности предпринимательской деятельности и выявить ее качественные отличия от иных видов экономической деятельности, направленные на получение выгоды; конкретизировать взаимосвязь между процессом творческого разрушения и процессом экономического развития; обозначить атрибуты предпринимательско-новаторской деятельности.

Методология. Основываясь на систематическом анализе профессиональной литературы в области предпринимательства, выделяются основные атрибуты предпринимательской деятельности. Важную роль в раскрытии и обосновании определения феномена предпринимательства играет методология диалектического противоречия в его исходном гегелевском содержании. Автор рассматривает инновационную деятельность как создание нового блага, в результате появления которого, согласно логике диалектического развития, происходит разрушение старого, что в итоге запускает процесс экономического развития.

Результаты. Предложен подход к пониманию феномена предпринимательства, позволяющий выделить этот вид деятельности как существенно отличный от иных, внешне схожих видов экономической активности, но имеющих отличную содержательную сторону. В развитии данного подхода введено понятие «антиидейность» предпринимательской деятельности, которое отражает сущность новаторской деятельности как процесса созидательного разрушения. Выделены необходимый и достаточный атрибуты предпринимательского новаторства, что позволяет отразить смысл данного феномена и верифицировать этот сложный структурообразующий элемент в системе экономических отношений. Обоснована возможность применения уровня антиидейности и общественной пользы как критериев оценки значимости предпринимательской идеи. На основе методологического принципа предложена модель прогрессивной материализации антиидеи (ПМА), которая применима для разработки эффективной системы оценки стартапов в рамках управленческой инновационно-проектной деятельности.

Выводы. Конкретизация взаимосвязи между процессом творческого разрушения и экономического развития является решающей в осознании значения новаторского предпринимательства. Каждая историческая эпоха формирует свой запрос на определенный тип предпринимателя. Принцип антиидейности, положенный в основу модели ПМА, является ключевым в определении конкурентоспособных коммерческих идей, помогая сконцентрировать ресурсы и внимание на проектах, способных внести существенный вклад в развитие экономики.

Ключевые слова: предпринимательское творчество, модель прогрессивной реализации антиидеи (ПМА), новаторское предпринимательство, инновации, атрибуты предпринимательской деятельности, антиидейность созидательного разрушения.

Для цитирования: Литау Е. Я. Антиидейность предпринимательской деятельности как атрибут предпринимательских проектов // *Экономика и управление*. 2020. Т. 26. № 8. С. 830–839. <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-8-830-839>

Anti-Ideology of Entrepreneurship as an Attribute of Entrepreneurial Projects

Litau E. Ya.¹

¹ National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics (ITMO University), St. Petersburg, Russia

Aim. The presented study examines and develops theoretical and methodological foundations that make it possible to distinguish innovative entrepreneurship among other economic phenomena.

Tasks. The author identifies the specific features of entrepreneurship and its qualitative differences from other types of economic activity aimed at obtaining benefits, specifies the relationship between creative destruction and economic development, determines the attributes of innovative entrepreneurship.

Methods. This study uses systematic analysis of professional literature on entrepreneurship to highlight the main attributes of entrepreneurial activity. The methodology of dialectical contradiction in its original Hegelian interpretation plays an important role in elaborating and substantiating the definition of entrepreneurship. The author considers innovative activity as creation of new values, which, according to the logic of dialectical development, destroy the old ones, triggering the process of economic development.

Results. An approach to understanding the phenomenon of entrepreneurship is proposed, making it possible to distinguish this type of activity as significantly different from other types of economic activity, which may be externally similar but have different content. During the development of this approach, the concept of “anti-ideology” of entrepreneurship is introduced, which reflects the essence of innovative activity as a process of creative destruction. The necessary and sufficient attributes of entrepreneurial innovation are identified, making it possible to reflect the meaning of this phenomenon and verify this complex defining structural element in the system of economic relations. The study substantiates that the level of anti-ideology and public benefit can be used as criteria for assessing the significance of an entrepreneurial idea. A progressive model of anti-idea realization (PMA) is proposed based on the methodological principle. It can be used to develop an efficient system for evaluating startups within the framework of venture capitalism.

Conclusions. Specification of the relationship between creative destruction and economic development is crucial to understanding the importance of innovative entrepreneurship. Each historical period creates its own demand for a specific type of entrepreneurs. The principle of anti-ideology, which lies at the heart of the PMA model, is key in identifying competitive commercial ideas, making it possible to focus resources and attention on projects that can make a significant contribution to economic development.

Keywords: *entrepreneurial creativity, progressive model of anti-idea realization (PMA), innovative entrepreneurship, innovations, attributes of entrepreneurial activity, anti-ideology of creative destruction.*

For citation: Litau E. Ya. Anti-Ideology of Entrepreneurship as an Attribute of Entrepreneurial Projects. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*. 2020;26(8):830-839 (In Russ.). <http://doi.org/10.35854/1998-1627-2020-8-830-839>

Введение

Предпринимательство приобретает в XXI в. исключительное значение для экономики. Возможно, впервые за всю историю человечества предпринимательский тип мышления становится структурообразующим элементом в системе экономических отношений. Возрастающий интерес к этому феномену обусловлен небывалым уровнем технологического прогресса, получившим название «четвертая промышленная революция» [1], и обострившейся конкуренцией, вызванной «экспансией глобализации» во всех сферах человеческой деятельности.

Восприятие предпринимательства как процесса «делания» бизнеса — наиболее распространенная ошибка. Такой подход подразумевает, что предпринимателем можно считать практически любой субъект, деятельность которого направлена на получение экономической выгоды вне зависимости от целевых установок, ее масштабов и характера. Полагаем, именно этот аспект привел к возникновению кризиса в научных и образовательных кругах в отношении исследований и подготовки программ, способных развивать истинно предпринимательские компетенции.

Формирование логической семантики в структуре научных категорий и соответствующей

концепции осмысления сложносоставного феномена предпринимательства, вероятно, существенно продвинет исследователей в его осознании. Семантика этого слова предопределила путаницу в восприятии данного явления и способствовала становлению неверной матрицы знаковых систем и слов, что, в свою очередь, неизбежно повлекло различное, подчас противоположное понимание такого феномена и на уровне обывателя, и в научном сообществе. В словаре в качестве синонимов представлены следующие слова: делец, бизнесмен, воротила, наниматель, работодатель, антрепренер, деятель, купец, частник, деловик, скотопромышленник, видеобизнесмен, галерист, кооператор, импресарио, нэпман, менеджер, купчина, деляга, хеджер, компрадор, купчик, промышленник, акула бизнеса, коммерсант [2]. Очевидно, что каждое из этих понятий соответствует своему назначению и не отражает того смысла, который мы вкладываем в исследуемое культурное явление.

Данная проблема рассматривается на следующих уровнях: наиболее поверхностно как социально-психологическая (т. е. в смутном, четко не дифференцированном сознании людей или некоторых социальных групп населения); на более высоком уровне — институциональном — социальная проблема осознается и формулируется как затрагивающая интересы

больших социальных общностей, институтов и учреждений, отношений между ними; наконец, на высшем уровне социальная проблема затрагивает интересы и потребности общества в целом, всей совокупности его институтов и широкую сферу общественных отношений. В последние два десятилетия феномен предпринимательства и развития предпринимательских инициатив выдвинулся на институциональный уровень в связи с обострением конкуренции на фоне глобализации. Перемещение материального производства в развивающиеся страны неизбежно приводит к освоению новых сфер производственной высокотехнологической деятельности, а именно — инновационной. Все это породило запрос на особый тип человека, ведущего активную хозяйственную деятельность, — предпринимателя, специфической особенностью которого является необычный способ мышления, получившего название «Предпринимателя-Новатора».

Предмет настоящей статьи — определение специфических признаков, присущих предпринимателю-новатору, которые позволяют диагностировать и развить предпринимательский талант, включая когнитивные особенности мыслительных процессов, характерных для предпринимательно-новаторского типа мышления. При этом объектом исследования выступает феномен предпринимательства (т. е. предприниматель-новатор как активный субъект (участник) социально-экономических отношений), а предметной стороной — предпринимательская новаторская деятельность.

Что нам известно о предпринимательском таланте?

Считается общепринятым, что предприниматель-новатор — это личность, обладающая соответствующим видом таланта, т. е. особенной способностью, отличающейся от логических, лингвистических и иных видов одаренности. Разные исследования подтверждают мысль о существовании предпринимательского интеллекта [3], но, что именно образует этот интеллект, пока не установлено.

Многочисленные стремления сформулировать составляющие таланта пока не привели к значительным результатам. Существует множество претензий к научной обоснованности таких попыток. Личность до сих пор является главной загадкой человечества. Ответы содержатся в скрытой от глаз человека области — в мыслительных процессах. Сегодня познание человеком самого себя реализуется в рамках развития когнитивных наук. И хотя в настоящее время нет ни сенсационного открытия, ни великого научного разоблачения, становится очевидным, что мы лучше понимаем те процес-

сы, которые характеризуют индивидуальное начало человека, природу его мысли, работу мозга. Вряд ли ранее общие усилия сходились столь направленно на непосредственном и систематическом изучении человека. Вот почему исследование природы предпринимательского таланта, который ввиду исторических и экономических причин в меньшей степени был постигнут, заслуживает научного внимания [4].

Большинство известных талантов, таких как музыкальный, лингвистический, логико-математический, кинетический, изучаются на протяжении веков и могут быть подтверждены психометристами, физиологами, исследователями-экспериментаторами, выявляющими основные черты, которые в результате и составляют талант. Однако, несмотря на острую потребность на институциональном уровне, нет четкого понимания сути предпринимательского таланта.

Поиск доказательств наличия предпринимательского таланта, критериев его определения, значимости поддержки и развития этого вида дарования на макроэкономическом уровне, разработка методики его развития и перспективы применения соответствующих методик для совершенствования управленческих компетенций представляются основными задачами, стоящими перед исследователями в данной области. Пикассо справедливо заметил: «Люди говорят: “У меня нет музыкального слуха”, — но никогда не скажут: “У меня нет понимания в искусстве”». Примерно то же можно сказать и о предпринимательстве. Люди могут констатировать отсутствие живописных способностей, но редко соглашаются признать мистику предпринимательского дара, признавая предпринимателем каждого «адамосмитовского» пекаря.

Мнение о том, что талант является врожденной способностью и не подлежит развитию в течение жизни, разделяют не все ученые. Недавние исследования неопровержимо доказывают следующее: какие бы отличия не проявлялись сначала, раннее вмешательство и правильное обучение помогут сформировать максимальный уровень интеллекта человека. Если в культуре принято считать, что конкретная модель поведения имеет большое значение, если для ее развития прилагаются значительные усилия, если сам человек (а это в чистом виде «привычное» нам из менеджмента управление целями) стремится к успеху, если доступны необходимые средства для развития умений, то почти каждый нормальный человек может достичь очень много в той или иной интеллектуальной сфере [5]. И наоборот, что проявляется с еще большей очевидностью, — даже самые талантливые от рождения люди без поддержки со стороны окружения не смогут себя реализовать. Образовательный процесс

Личность предпринимателя

Автор модели / источник	Ключевые черты и особенности модели
Shane S., Nicolaou N., et al (2010)	В исследовании авторы рассматривают влияние генов на персональные характеристики, взятые из модели «Большой Пятерки» («Big Five»): экстравертность, открытость новому опыту, доброжелательность, сознательность, эмоциональная устойчивость
Gorkan Ahmetoglu (2011)	МЕТА-подход, представленный в виде четырехосной конструкции: чуткость к появлению возможностей, креативность, оппортунизм, дальновидность
Dr. H. Ramanada Singh, Habib Rahman (2013)	Креативность, инновационность, самоотверженность и трудолюбие, хорошее планирование, искренность и приверженность, выносливость, индивидуальная находчивость, самоэффективность, умение принимать риски, умение принимать решения, гибкость, ориентация на цель и внутренний локус контроля
Ahu Tugba Karabulut (2016)	Локус контроля, необходимость достижений, выносливость к риску, предпринимательская бдительность, предпринимательские намерения
Thomas Wing Yan Man (2019)	Активное экспериментирование, подлинность, социальное взаимодействие, чувство собственности, поддержка

должен помочь убедиться, что каждый человек использовал все предоставленные ему возможности и свой потенциал, чтобы совершенствоваться в любой области, считающейся важной в данной культуре и времени. Для управленческой деятельности, как, быть может, никакой другой, необходим сплав интеллектуальных способностей, с помощью которых можно добиться поставленной задачи [6].

Проблема видится в том, что предприниматели-новаторы не имеют отличительных внешних особенностей, которые бы позволили выделять их среди прочих субъектов бизнес-деятельности, а достижение коммерческого успеха требует зачастую значительного времени. Парадокс состоит в том, что существует общественная потребность в новаторах, но отсутствует понимание, что в точности они из себя представляют, до момента успешной реализации их активной деятельности.

Большинство видов деятельности, осуществляемых предпринимателем, возможны лишь благодаря реализации высокосложных когнитивных задач, обеспечиваемых работой мозга. Следовательно, чтобы понять, кто такой предприниматель, нужно многое узнать о том, как устроено сознание человека, как работает мозг. При этом мы уверены, что существуют определенные особенности мыслительных процессов, характерных для предпринимательско-новаторского типа личности. В то время как исследователи в области предпринимательства лишь начинают применять методы нейронаук в своей деятельности [7; 8], пристальное внимание к мозгу и его функционированию имеет долгую исследовательскую традицию и фокусируется главным образом на том, как деятельность, являющаяся по своей сути мыслительным процессом, влияет на основополагающие мотивы [9], нарративы [10], устремления [11], действия [12], воображение [13], процесс познания [14], знание [15], интуицию

[16] и даже образ мыслей [17]. Предпринимается попытка объяснить взаимосвязь между мыслительными операциями и конкретным действием или отсутствием такового в контексте предпринимательской деятельности.

В отсутствие средств, которые бы позволили наблюдать и проникнуть в суть мыслительных процессов, ученые в основном сосредоточились на второстепенных, косвенных задачах. Как следствие, внимание обычно сфокусировано на исследовании того, что представляет собой предприниматель, как видно из таблицы 1, каковы его отличительные черты и особенности поведения, а не на выявлении того, что и как он думает. И самое главное, почему он мыслит именно так [18].

Одним из наиболее известных подходов к интерпретации личности предпринимателя является так называемая Большая Пятерка [19].

1. Предпринимательство больше подходит для экстравертов, чем для интровертов, потому что они нуждаются в привлечении инвесторов, сотрудников и клиентов, чтобы продать им ценность бизнеса. Эмпирические исследования подтверждают, что экстраверты в большей степени, чем интроверты, становятся предпринимателями.

2. Предпринимательство в большей степени подходит людям, которые открыты к экспериментам, потому что предприниматели нуждаются в реализации новых идей и в использовании инновационных подходов. Иными словами, отсутствие ригидного мышления более характерно для предпринимателей.

3. Предпринимательство в большей степени характерно для людей с тяжелым характером, поскольку приятные (в смысле склонные к конформизму люди) в меньшей степени преследуют собственные интересы, а предприниматели ставят жесткие условия в переговорном процессе, используют других в собственных целях. Менее склонные к конформизму люди

настроены более скептически, что приводит к более критической оценке бизнес-информации. Практические исследования показывают, что «конформистская» позиция в меньшей степени ассоциируется с предпринимательскими характеристиками.

4. Предпринимательство более соответствует сознательным людям, так как предприниматели должны быть настойчивы и прилагать значительные усилия, необходимые для преодоления препятствий, таких как превышение запланированных затрат или недостаток финансирования, связанных с венчурными процессами. Эмпирические исследования подтверждают прямую зависимость между способностью к настойчивому достижению целей и склонностью к предпринимательской деятельности.

5. Предпринимательство больше подходит эмоционально устойчивым людям, поскольку предпринимателям приходится справляться с тяжелой работой, значительными рисками, социальной изоляцией, стрессом, незащищенностью, личными финансовыми трудностями, связанными с основанием компании. Исследования показывают, что люди с высокой эмоциональной устойчивостью чаще вовлечены в предпринимательскую деятельность.

Каждое из указанных качеств характеризует предпринимателя в той или иной степени. Однако оно в равной мере может принадлежать людям, занимающимся любой иной деятельностью. Следовательно, данная модель не может рассматриваться с позиции методологии науки как достаточный и необходимый атрибуты феномена предпринимательства. Иные системы личностных характеристик могут быть подвергнуты аналогичной критике, поскольку стоит признать, что категория предпринимательского интеллекта сегодня не изучена в полном объеме. Наверное, это объясняется относительной «молодостью» явления; возможно, уровень развития общественно-гуманитарных наук не позволяет сделать более фундаментальные открытия в исследовании этого вида интеллекта, но то, что мы стоим на пороге великих свершений, не вызывает сомнений.

В настоящее время для понимания феномена предпринимательства важно выделить из всех свойств именно атрибуты, присущие предпринимателю-новатору. Требуется тщательная теоретическая проработка в отношении выделения атрибутивных свойств из всех остальных. Процедура подразумевает проверку их на неотъемлемость данного свойства от предпринимателя и на его фундаментальность в том смысле, что это свойство принципиально отличает данный феномен от других явлений, составляя основу его функционирования. Необходимо разобраться, что является достаточным и необходимым атрибутами предпринимателя.

Творческий компонент предпринимательского таланта

Все представленные выше описания основных черт не позволяют однозначно выделить сущность предпринимателя-новатора, поскольку перечисление их характеристик не дают нам холистического взгляда на явление. Вспоминается индийская притча о слоне: каждый из мудрецов был прав, только их описания, несмотря на их правдивость, вводили в заблуждение.

Преодолеть такую проблему удалось только Й. Шумпетеру, который рассматривал предпринимателя через понятие «креативное разрушение» [20], затрагивая важнейшую категорию — творчество (в переводе встречается также понятие креативности). Креативное начало субъекта может быть выражено в разной степени, обстоятельства жизни накладывают на него существенные ограничения; иногда творческие моменты проявляются лишь в виртуальных мирах индивида (воображаемые миры, фантазии). Но все же по своей природе человек креативен. Именно он, появившись в безличном бытии, создал человеческий мир [21].

Сегодня не существует четкого определения предпринимательского творчества и его отличительных свойств от иных видов творчества. Психометрические характеристики данного вида таланта не в полной мере раскрыты в исследованиях. Важно понять, что является достаточным атрибутом предпринимателя, т. е. выявить фундаментальное и неотъемлемое свойство, которое обеспечивает генезис этого феномена. Рассматриваемый феномен раскрывается в рамках творческого акта, имеющего свой специфический характер и оказывающего влияние на социально-экономическую сферу деятельности. Сила воздействия такого влияния предопределяет силу предпринимательского таланта.

В итоге хозяйственной деятельности субъекта должен появиться продукт, который может рассматриваться как результат творческой деятельности. Творчество — создание не бывшего ранее и социально значимого. Это — продуктивная деятельность, но не всякая продуктивная деятельность является творчеством. Сдача в аренду коммерческой недвижимости, организация производства пластиковых бутылок, организация розничной торговли и многое другое — не есть творческая предпринимательская деятельность. Это — примеры продуктивной хозяйственной деятельности, направленной на получение экономических выгод, но не являющейся ни в какой мере новаторством. Творчество — процесс деятельности, создающей качественно новые ценности, или итог создания объективно но-

вого. Основной критерий, отличающий предпринимательское творчество от иных видов хозяйственной деятельности, — уникальность его результата [22].

Когда имеет место в истинном смысле творчество, всегда присутствует противоречие: созидание через разрушение объектов материального мира, ранее существовавших в той сфере, в которой осуществляется создание новых объектов. Это — абсолютно верное утверждение с позиции методологии познания и в соответствии с гегелевским законом диалектического отрицания, что делает его безупречным с точки зрения научной логики. Можно констатировать, что предпринимательская деятельность влечет противоречие посредством создания нового и разрушения старого. Таким образом, диалектическое противоречие служит особенностью, которая характеризует предпринимательство и отличает его от всех иных видов деятельности, несмотря на то, что ввиду сложившихся обстоятельств именуется одинаково. Субъект, инициирующий такой вид деятельности, и будет тем самым столь значимым для экономики предпринимателем-новатором.

Из этого вытекает важнейший для понимания исследуемого феномена вывод: любой, вновь создаваемый в процессе новаторской деятельности объект должен иметь пару — антиобъект, т. е. то, что будет разрушено в результате создания нового объекта. Отсутствие указанной динамики в развитии производимой пары благ свидетельствует о нетворческом характере деятельности, а следовательно, о том, что данная деятельность не является предпринимательской в заданных координатах. Здесь и далее под благом в широком смысле будем понимать создание продукта, работ, услуг. Наличие антиобъекта — критерий предпринимательской идеи. Проверка на «парность» позволяет верифицировать результаты «бизнес-труда» (подразумевается производство товаров, работ, услуг) на соответствие деятельности, именуемой предпринимательско-новаторской. С позиции диалектического развития появление нового неминуемо влечет разрушение старого, уже существующего. И в этом контексте вновь созданный объект (благо) одновременно несет в себе антиидею, т. е. то, что будет разрушено в процессе реализации новаторской составляющей. Антиобъект — это антиидея объективной реальности. По значению и распространенности антиидеи можно делать обоснованные прогнозы о значимости предпринимательской идеи.

Таким образом, достаточным атрибутом предпринимательской деятельности в координатах «созидание–разрушение» является деятельность, в процессе которой создается

новое благо, внедрение которого неизбежно приводит к уничтожению существующих благ, что влечет эволюционное изменение социально-экономических отношений.

Модель прогрессивной материализации антиидеи

Чтобы исследовать любой социальный феномен, нужно объяснить, какая социальная потребность его породила. Реализация предпринимательского творчества неразрывно связана с процессом получения экономических выгод. Такая деятельность не предполагает работы «в стол» или посмертного признания. Отсюда вытекает важнейшая иная составляющая: предпринимательское творчество не существует вне связи с экономической жизнью общества. Не представляется возможным оценить значение и масштаб предпринимательской идеи вне ее реализации. Акт творческого разрушения должен свершиться. Идея должна перейти в материальную реализацию. Можно быть великим изобретателем и не внедрить ни одного изобретения, но нельзя стать даже посредственным предпринимателем при отсутствии реализации замысла. Предпринимательство — это свершение разрушения в сфере экономических отношений, которому предшествует процесс создания новых благ в ответ на общественную потребность. Следовательно, необходимым атрибутом предпринимательско-новаторской деятельности является неотъемлемая связь активного экономического субъекта с обществом, выражающаяся в социально-экономических отношениях по поводу внедрения вновь созданного блага.

Предложенные атрибуты предпринимательско-новаторской деятельности выявляют ее содержание и создают основу для разработки инструментария, позволяющего противопоставлять ее иным видам активной экономической деятельности. Этот шаг имеет важное значение для развития теории предпринимательства в смысле определяющей ее новаторской сути.

Модель прогрессивной материализации антиидеи (ПМА), как показано на рисунке 1 [18], может служить фундаментом для оценки уровня значимости новаторского замысла, основой дальнейшего формирования системы критериев масштабности и полезности потенциальной реализации предпринимательского творчества. Модель ПМА имеет широкие перспективы прикладного использования в управленческой сфере, в том числе венчурном или иных видах инвестирования, создании эффективной команды для реализации государственных или корпоративных задач в рамках инновационной деятельности.

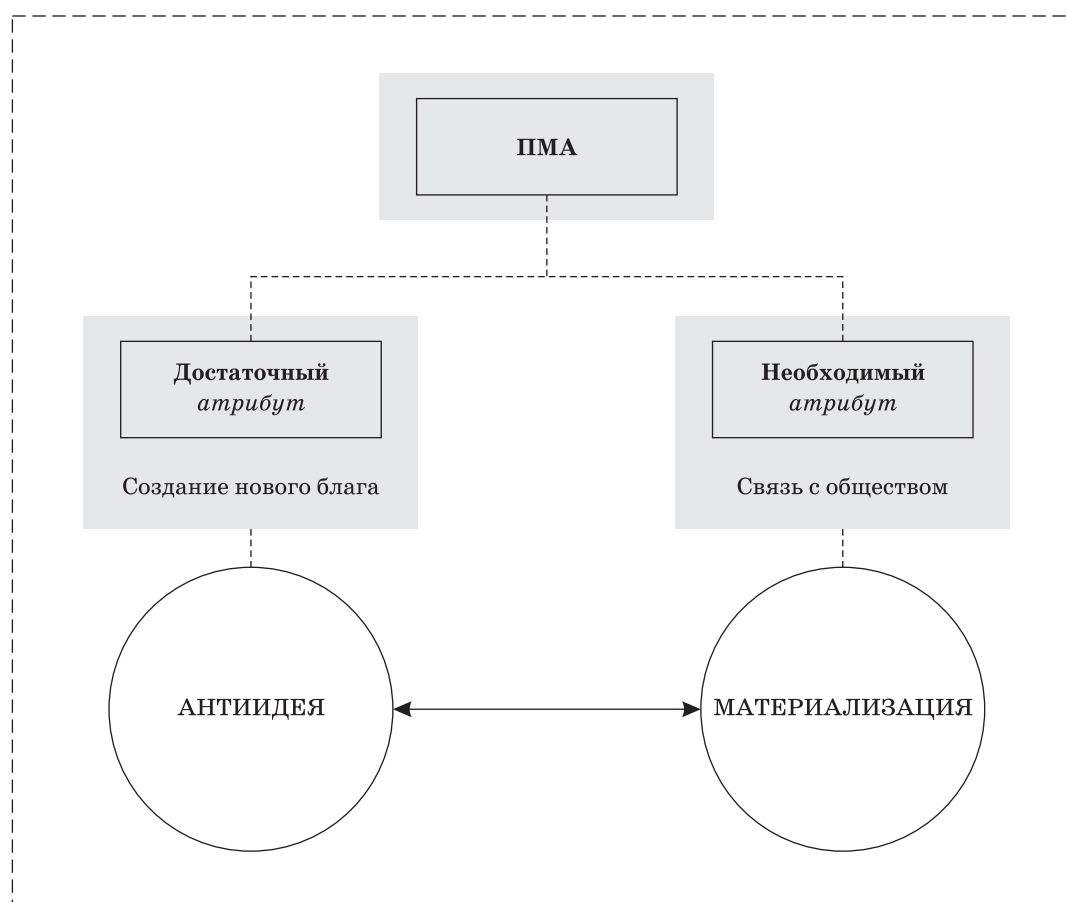


Рис. 1. Модель прогрессивной материализации антиидеи

Определение количественных значений параметров осуществляется исходя из масштабы влияния на рынок (прежде всего распространением, т. е. уровнем продаж). Уровень значимости оценивается с позиции общественной пользы. В результате реализации идеи разрушается существующее благо, тем самым запуская процесс экономического развития. Следовательно, мы исходим из того, что новое благо несет в себе пользу. Данный вопрос, несомненно, характеризуется как дискуссионный. В рамках настоящей статьи оставим его открытым и вернемся к нему в следующих публикациях, посвященных рассматриваемой теме.

Из сведений, отраженных на рисунке 2 следует, что заштрихованная область наиболее желательна как с позиции экономической выгоды отдельной компании — реализатора новаторской идеи, так и с позиции общества, поскольку подразумевается, что реализация идеи несет пользу. Возможно наличие «блага», имеющего низкий уровень общественной пользы и высокий масштаб распространения (продаж). Такие «блага» приносят много бед человечеству, запуская процессы, которые мы не признаем в качестве эволюционных, т. е. направленных на развитие. Категории «развитие», «общественная польза» и «благо» являются краеугольными в философско-этической трактовке

предпринимательской деятельности и будут рассмотрены в последующих публикациях.

Резюмируя вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что *предпринимательско-новаторскую деятельность следует определять как деятельность активного экономического субъекта, направленную на извлечение экономических выгод, в результате которой создается новое благо, внедрение которого неизбежно приводит к уничтожению существующих благ, подталкивает эволюцию социально-экономических отношений.*

Заключение

Итак, не существует однозначного ответа на вопрос о том, что составляет предпринимательский талант. Еще «вчера» о предпринимательстве говорили в рамках экономики, а сегодня — это междисциплинарное направление, развивающееся на размытых границах нейробиологии, психологии и всех иных дисциплин, которые в последнее время называют «когнитивными науками», причисляя к ним лингвистику и проблемы искусственного интеллекта [23].

Атрибуция предпринимательства осуществляется и посредством противопоставления иным типам экономической деятельности [24]. И в этом контексте результаты психологиче-

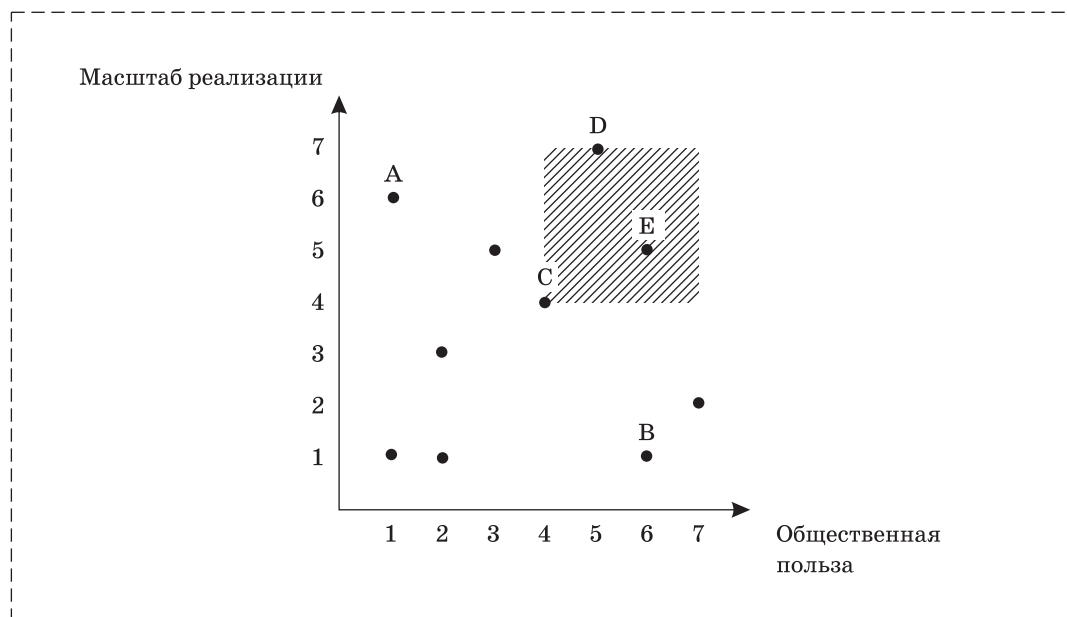


Рис. 2. Уровень значимости предпринимательской идеи (диапазон оценок: А — высокий показатель масштаба реализации и низкий уровень значимости; В — низкий показатель масштаба реализации, но высокий уровень значимости; С, D, Е — оптимальный диапазон количественных оценок)

ских и нейропсихологических исследований могут уже на данном этапе использоваться с целью проектирования эффективных управленческих групп в инновационно-коммерческой деятельности, что предоставляет перспективы для крупного бизнеса. Корпорации испытывают острый дефицит в креативном подходе к разработке и реализации конкурентоспособных коммерческих идей, затрачивая огромные ресурсы для решения этой нелинейной задачи. Представление о креативности через разрушение, подтверждаемое найденными антиобъектами, существенно упрощает поиски «нужного» элемента.

Категория антиидейности ломает привычные представления о предпринимательской деятельности. Креативное разрушение Й. Шумпетера можно представить в виде процесса поиска антиидеи. А это уже иной взгляд на привычную проблему. Не ищите, чем удивить мир. Подумайте, что можно в нем разрушить или поставить под сомнение. Мас-

штабность замысла предопределяет качество идеи. Возможно, самая масштабная антиидея креативного разрушения состоит в осознанном отказе от ее поиска? В конечном счете в мире осталось не так уж много места для антиидей. Возможно, XXI в. не по карману креативность, провоцируемая ростом конкуренции? Компенсация техногенной деятельности, выплаты социальных гарантий (включая возрастающую безработицу), многие другие проблемы слишком дороги и не покрываются получаемым эффектом.

Конкуренция выручала человечество на протяжении многих лет истории, любые попытки ее ограничивать, как правило, не слишком хорошо заканчивались. Но, быть может, сегодня больше не представляется возможным игнорировать технологическую мощь новаторской деятельности, и этические аспекты такого предпринимательства уже предопределены современной научной парадигмой, в основе которой лежит принцип биофилии [25].

Литература

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция: монография. М.: Эксмо, 2017. 208 с.
2. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / под ред. Н. Абрамова. М.: Русские словари, 1999. 431 с.
3. Гарднер Г. Структура разума: теория множественного интеллекта. М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2007. 512 с.
4. Киященко Л., Тищенко П. Философия трансдисциплинарности как опыт практического философствования // Практична філософія. 2004. № 2–3. С. 11–20.
5. Лепский В. Эволюция представлений об управлении в контексте научной рациональности // Философия управления: методологические проблемы и проекты / отв. ред. В. И. Аршинов, В. М. Розин. М.: Институт философии РАН, 2013. С. 68–99.
6. Ehigie B. O., Umoren U. E. Psychological factors influencing perceived entrepreneurial success among Nigerian women in small-scale business // Journal of International Women's Studies. 2003. Vol. 5. No. 1. P. 78–95.

7. *Laureiro-Martinez D., Brusoni S., Canessa N., Zollo M.* Understanding the exploration-exploitation dilemma: an fMRI study of attention control and decision making performance // *Strategic Management Journal*. 2015. Vol. 36. Issue 3. P. 319–338. DOI: 10.1002/smj.2221
8. *De Holan P. M.* It's all in your head: why we need neuroentrepreneurship // *Journal of Management Inquiry*. 2014. Vol. 23. P. 93–97. DOI: 10.1177/1056492613485913
9. *Goodale J. C., Kuratko D. F., Hornsby J. S., Covin J. G.* Operations Management and corporate entrepreneurship: the moderating effect of operations control on the antecedents of corporate entrepreneurial activity in relation to innovation performance // *Journal of Operations Management*. 2011. Vol. 29. No. 1–2. P. 116–127. DOI: 10.1016/j.jom.2010.07.005
10. *Garud R., Giuliani A. P.* A narrative perspective on entrepreneurial opportunities // *Academy of Management Review*. 2013. Vol. 38. No. 1. P. 157–160. DOI: 10.5465/amr.2012.0055
11. *Armstrong S. J., Hird A.* Cognitive style and entrepreneurial drive of new and mature business owner-managers // *Journal of Business and Psychology*. 2009. Vol. 24. No. 4. P. 419–430. DOI: 10.1007/s10869-009-9114-4
12. *Townsend D. M.* Captains of their own destiny? Toward a theory of entrepreneurial agency in firm survival // *Entrepreneurial Action*. 2012. Vol. 14. P. 125–160. DOI: 10.1108/S1074-7540(2012)0000014008
13. *Cornelissen J. P.* Portrait of an entrepreneur: Vincent van Gogh, Steve Jobs, and the entrepreneurial imagination // *Academy of Management Review*. 2013. Vol. 38. No. 4. P. 700–709. DOI: 10.5465/amr.2013.0068
14. *Mitchell R. K., Busenitz L., Lant T., McDougall P. P., Morse E. A., Smith J. B.* Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2002. Vol. 27. No. 2. P. 93–104. DOI: 10.1111/1540-8520.00001
15. *Shane S.* Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities // *Organization Science*. 2000. Vol. 11. No. 4. P. 448–469. DOI: 10.1287/orsc.11.4.448.14602
16. *Mitchell J. R., Friga P. N., Mitchell R. K.* Untangling the intuition mess: intuition as a construct in entrepreneurship research // *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005. Vol. 29. No. 6. P. 653–679. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2005.00102.x
17. *Haynie J. M., Shepherd D., Mosakowski E., Earley P. C.* A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset // *Journal of Business Venturing*. 2010. Vol. 25. No. 2. P. 217–229. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2008.10.001
18. *Litau E.* Concept of Entrepreneurship Anti-Ideology // *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2019. Vol. 7. No. 2. P. 1308–1318. DOI: 10.9770/jesi.2019.7.2(35)
19. *Shane S., Nicolaou N.* Genetics, the Big Five, and the tendency to be self-employed // *Journal of Applied Psychology*. 2010. Vol. 95. No. 6. P. 1154–1162. DOI: 10.1037/a0020294
20. *Шумпетер Й.* Капитализм, социализм и демократия. М.: Экономика, 1995. 540 с.
21. *Брушлинский А. В., Воловикова М. И., Дружинин В. Н.* Проблемы субъекта в психологической науке: монография. М.: Академический проект, 2000. 320 с.
22. *Маслобоева О.* Проективный характер творческого процесса // *Творчество как национальная стихия. Смысл творчества: инновации и Dasein: сб. ст. по итогам Междунар. науч. конф. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. С. 26–40.*
23. *Day M., Boardman M. C., Krueger N. F.* Handbook of Research Methodologies and Design in Neuroentrepreneurship. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2017. 336 p.
24. *Лутай Е.* Классификация экономических психотипов субъектов управления // *Экономические и гуманитарные науки*. 2019. № 2 (235). С. 100–110.
25. *Трансдисциплинарность в философии и науке: подходы, проблемы, перспективы: коллективная монография / под ред. В. Бажанова, Р. В. Шольца. М.: Навигатор, 2015. 564 с.*

References

1. Schwab K. The fourth industrial revolution. New York: Crown Business; 2016. 198 p. (Russ. ed.: Schwab K. Chetvertaya promyshlennaya revolyutsiya. Moscow: Eksmo; 2017. 208 p.).
2. Abramov N., ed. Dictionary of Russian synonyms and similar expressions. Moscow: Russkie slovari; 1999. 431 p. (In Russ.).
3. Gardner H. Frames of mind: The theory of multiple intelligences. New York: Basic Books; 1993. 440 p. (Russ. ed.: Gardner H. Struktura razuma: teoriya mnozhestvennogo intellekta. Moscow: Williams; 2007. 512 p.).
4. Kiyashchenko L., Tishchenko P. The philosophy of transdisciplinarity as an experience of practical philosophizing. *Praktichna filosofiya = Practical Philosophy*. 2004;(2-3):11-20. (In Russ.).
5. Lepskii V. Evolution of concepts of management in the context of scientific rationality. In: Arshinov V.I., Rozin V.M., eds. *Philosophy of management: Methodological problems and projects*. Moscow: Institute of Philosophy RAS; 2013:68-99. (In Russ.).
6. Ehigie B.O., Umoren U.E. Psychological factors influencing perceived entrepreneurial success among Nigerian women in small-scale business. *Journal of International Women's Studies*. 2003;5(1):78-95. URL: <https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1523&context=jiws&httpsredir=1&referer=>
7. *Laureiro-Martinez D., Brusoni S., Canessa N., Zollo M.* Understanding the exploration-exploitation dilemma: An fMRI study of attention control and decision-making performance. *Strategic Management Journal*. 2015;36(3):319-338. DOI: 10.1002/smj.2221

8. De Holan P.M. It's all in your head: Why we need neuroentrepreneurship. *Journal of Management Inquiry*. 2014;23(1):93-97. DOI: 10.1177/1056492613485913
9. Goodale J.C., Kuratko D.F., Hornsby J.S., Covin J.G. Operations management and corporate entrepreneurship: The moderating effect of operations control on the antecedents of corporate entrepreneurial activity in relation to innovation performance. *Journal of Operations Management*. 2011;29(1-2):116-127. DOI: 10.1016/j.jom.2010.07.005
10. Garud R., Giuliani A.P. A narrative perspective on entrepreneurial opportunities. *Academy of Management Review*. 2013;38(1):157-160. DOI: 10.5465/amr.2012.0055
11. Armstrong S.J., Hird A. Cognitive style and entrepreneurial drive of new and mature business owner-managers. *Journal of Business and Psychology*. 2009;24(4):419-430. DOI: 10.1007/s10869-009-9114-4
12. Townsend D.M. Captains of their own destiny? Toward a theory of entrepreneurial agency in firm survival. *Entrepreneurial Action*. Bingley: Emerald Group Publ. Ltd; 2012:125-160. (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth. Vol. 14). DOI: 10.1108/S1074-7540(2012)000014008
13. Cornelissen J.P. Portrait of an entrepreneur: Vincent van Gogh, Steve Jobs, and the entrepreneurial imagination. *Academy of Management Review*. 2013;38(4):700-709. DOI: 10.5465/amr.2013.0068
14. Mitchell R.K., Busenitz L., Lant T., McDougall P.P., Morse E.A., Smith J.B. Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2002;27(2):93-104. DOI: 10.1111/1540-8520.00001
15. Shane S. Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*. 2000;11(4):448-469. DOI: 10.1287/orsc.11.4.448.14602
16. Mitchell J.R., Friga P.N., Mitchell R.K. Untangling the intuition mess: Intuition as a construct in entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005;29(6):653-679. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2005.00102.x
17. Haynie J.M., Shepherd D., Mosakowski E., Earley P.C. A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*. 2010;25(2):217-229. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2008.10.001
18. Litau E. Concept of entrepreneurship anti-ideology. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2019;7(2):1308-1318. DOI: 10.9770/jesi.2019.7.2(35)
19. Shane S., Nicolaou N. Genetics, the Big Five, and the tendency to be self-employed. *Journal of Applied Psychology*. 2010;95(6):1154-1162. DOI: 10.1037/a0020294
20. Schumpeter J.A. *Capitalism, socialism and democracy*. London: Routledge Publ.; 1976. 437 p. (Russ. ed.: Schumpeter J. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya. Moscow: Ekonomika; 1995. 540 p.).
21. Brushlinskii A.V., Volovikova M.I., Druzhinin V.N. *Subject problems in psychological science*. Moscow: Academic Project; 2000. 320 p.).
22. Masloboeva O. Projective nature of the creative process. In: *Creativity as a national element. The meaning of creativity: Innovation and Dasein*. Proc. Int. sci. conf. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics; 2016:26-40. (In Russ.).
23. Day M., Boardman M.C., Krueger N.F. *Handbook of research methodologies and design in neuroentrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing; 2017. 336 p.
24. Litau E. Classification of economic psychotypes of subjects of management. *Ekonomicheskie i gumanitarnye nauki = Scientific Notes of Orel State University. Series: Economic and Humanitarian Sciences*. 2019;(2):100-110. (In Russ.).
25. Bazhanov V., Shol'ts R.V. *Transdisciplinarity in philosophy and science: Approaches, problems, perspectives*. Moscow: Navigator; 2015. 564 p. (In Russ.).

Сведения об авторе

Литау Екатерина Яковлевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент факультета технологического менеджмента и инноваций

Национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики (Университет ИТМО)

197101, Санкт-Петербург, Кронверкский пр., д. 49, Россия

(✉) e-mail: ekaterina_litau@blcons.ru

Поступила в редакцию 16.07.2020
Подписана в печать 31.07.2020

Information about Author

Ekaterina Ya. Litau

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Faculty of Technological Management and Innovation

National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics (ITMO University)

Kronverkskiy Pr. 49/A, St. Petersburg, 197101, Russia

(✉) e-mail: ekaterina_litau@blcons.ru

Received 16.07.2020
Accepted 31.07.2020