УДК 338.2

© В. В. Нотченко, д-р экон. наук, профессор
(Псковский государственный университет)

© О. В. Виноградова, соискатель
(Санкт-Петербургский государственный
архитектурно-строительный университет)
E-mail: viktoria-notchenko@yandex.ru,
olgat1989@yandex.ru

DOI 10.23968/1999-5571-2017-14-3-314-320

© V. V. Notchenko, Dr. Sci. Ec., Professor
(Pskov State University)

© O. V. Vinogradova, competitor
(Saint Petersburg State University of Architecture
and Civil Engineering)
E-mail: viktoria-notchenko@yandex.ru,
olgat1989@yandex.ru

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГЕНЕРАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИДЕИ

SCIENTIFIC AND PRACTICAL ASPECTS OF GENERATING BUSINESS IDEAS

Рассмотрено понимание разными авторами категории «предпринимательская идея», а также процесса ее генерации. Исследованы возможные источники ее возникновения в сознании потенциального предпринимателя. Проанализированы и обобщены результаты исследования приоритетов предпринимателей при выборе идей как этапа, предшествующего непосредственному осуществлению предпринимательской деятельности. Выявлены проблемы, связанные с формированием идей предпринимателями России, и намечены пути их решения.

Ключевые слова: предпринимательская идея, генерация предпринимательской идеи, источники предпринимательской идеи.

The article analyzes the "business idea" category as interpreted by various authors and traces the process of its generation. Possible origin sources of business ideas in the consciousness of people who are thinking about starting their business are investigated. Results of researching businessmen's priorities in case of selecting business ideas at the stage preceding the direct running of business are analyzed and generalized. The problems connected with formation of the ideas in Russia are analyzed and the ways of solving these problems are suggested.

Keywords: business idea, generation of business idea, sources of business idea.

Предпринимательство, как и любая сознательная человеческая деятельность, нуждается не только в выборе определенного направления, но и в первичном осмыслении собственного конкретного содержания. Отсюда следует, что выбор вида предпринимательской деятельности, определение особенностей реализации возможностей потенциального предпринимателя — это процесс не только важный, но и достаточно сложный. Основная цель данного исследования — выявление источников предпринимательских идей, генерируемых в сознании потенциального предпринимателя. При этом авторы стремились учитывать научную и практическую значимость, а также специфичность ситуаций и решений, принимаемых потенциальными предпринимателями. Раскрытию значимости предприниматель-

ской идеи и определению ее сущности посвящено немало исследований. В частности, по мнению Г. В. Барановой, главное условие успешной предпринимательской деятельности — это реальная идея, означающая и присущее потребителю желание владеть определенным товаром, и понимание того, как эта потребность потенциального покупателя может быть удовлетворена [2]. Отметим, что указанный автор делает акцент скорее на источнике предпринимательской идеи, а не на ее сущности. М. И. Черутова видит в предпринимательской идее исчерпывающее понимание того, возможно и целесообразно ли заниматься определенным видом предпринимательской деятельности [13]. Достаточно убедительным представляется изучение понятия «предпринимательская идея», предпринятое Л. В. Воробьевой.

В своем исследовании, обобщая формулировки многих авторов, она трактует предпринимательскую идею как замысел предпринимателя (предметом которого могут быть вид предпринимательской деятельности, товар, способ организации бизнеса или технология), направленный на получение прибыли и реализацию собственного предпринимательского потенциала посредством наилучшего по сравнению с конкурентами удовлетворения разнообразных потребностей людей [4].

Согласно А. Н. Асаулу, «предпринимательство на начальном этапе связано только лишь с идеей — результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму», но может пониматься и как выявленный интерес фирмы-производителя, имеющий видимые очертания конкретной экономической формы [1]. В. О. Мосейко и Т. П. Соколова (так же, как и А. Н. Асаул) утверждают, что предпринимательская идея представляет собой специфический продукт интеллектуальной деятельности человека, будучи относительно законченным результатом его творчества [3]. Результат этой деятельности ставят во главу угла также М. В. Луговская и И. С. Заднепрянская, полагающие, что под идеей в предпринимательстве традиционно понимают идею нового товара, продукта или услуги. Данное определение не раскрывает того факта, что генерация предпринимательской идеи — процесс преимущественно творческий, однако далее указанные авторы все же уточняют, что предпринимательская деятельность начинается на уровне мышления с зарождения предпринимательской идеи, после чего принимается решение о ее практической реализации [8].

Как следует из указанных выше источников, предпринимательскую идею вышеупомянутые авторы представляют, с одной стороны, как результат мыслительного процесса (предметом которого выступают вид и цели предпринимательской деятельности), нуждающийся в дальнейшей конкретизации, с другой — как почти полностью сформированную основу для разработки конкретного плана действий.

Обобщая приведенные выше мнения авторов, занимающихся разработкой вопроса сущности и генерации предпринимательских идей, мож-

но сделать вывод, что под предпринимательской идеей обычно понимают умозаключение, принимающее форму концепции применения предпринимательских способностей и возможностей, сделанное на основе анализа и обобщения информации, получаемой из внешней среды, и направленное на осуществление инициативной самостоятельной деятельности, связанной с новыми (или относительно новыми) способами удовлетворения потребностей экономических агентов из внешнего окружения предпринимателя.

Значимость предпринимательской идеи объясняет, почему источники ее возникновения не раз оказывались в поле зрения авторов, интересующихся данной проблематикой. Однако следует отметить, что лишь немногие авторы подробно исследовали сам процесс генерации предпринимательских идей. На данное обстоятельство обращают внимание В. О. Мосейко и Т. П. Соколова, считающие, что многие авторы начинают рассматривать предпринимательскую идею с момента ее формирования, т. е. как свершившийся факт, отправную точку исследований. Причину этого Мосейко и Соколова видят в сложности исследования и формализации процесса генерации предпринимательских идей, полагая, что из-за этого все рекомендации, направленные на его систематизацию и формализацию, носят обобщенный и рекомендательный характер [10]. Несмотря на то что данный вопрос интересует многих исследователей, в целом ситуация, описанная Мосейко и Соколовой, сохраняется. Поэтому многие авторы либо предлагают разные концепции выбора идей из некоторого заранее сформированного перечня, либо представляют этапы предпринимательства как накопление идей с последующим отбором наиболее перспективного варианта по определенным критериям [2, 13]. Не вполне традиционным представляется в контексте всего вышесказанного подход, отраженный Т. Ю. Кулаковским: последний видит в процессе генерации идеи средство для разработки детального плана действий предпринимателя, т. е. не отделяет этап непосредственной генерации идеи от этапа разработки плана по ее реализации [7].

В отличие от предыдущих авторов, трактующих возникновение идей более традиционно, Л. А. Карасева настаивает, что за генера-

цию предпринимательской идеи ответственно творческое начало. Как следствие, необходимы рефлексия и проблематизация зарождающейся предпринимательской идеи, которая, возможно, еще не обрела вид конкретного умозаключения. При этом автор отмечает, что потенциальный предприниматель обладает мышлением, которое само организует себя «ситуационно и критериально», что предполагает автоматическую способность оценивать новизну возникающих образов идей [6]. Данное мнение представляется интересным; вместе с тем очевидно, что разные люди в разной степени наделены предпринимательскими способностями, а значит, и способностью к критериальному мышлению. Сам процесс генерации идей Л. А. Карасева представляет в виде логической цепочки, в начале которой стоит затруднение, после — проницательность и прозрение, потом — осознание проблемы, затем — миг вдохновения и, наконец, решение, позволяющее найти выход из трудного положения [6]. Следует отметить, что рассмотрение данной трактовки сущности мыслительного процесса потенциального предпринимателя заслуживает внимания, если оставляет возможность применения различных методов активизации интуиции. В числе последних методы «мозговой атаки», составления ментальных карт, анализа слов-раздражителей, морфологического ящика, эвристический и т. д. [4, 9]. Проблема в том, что потенциальный предприниматель может не владеть вышеперечисленными методами, не иметь возможности привлечь специалистов, т. е. неизбежно столкнется с проблемой поиска источника идеи.

Если вернуться к предполагаемому выбору средним предпринимателем (иногда подсознательно) источника идей из некоего «перечня», то содержание последнего остается предметом дискуссий. Многие авторы придерживаются традиционного подхода: они обосновывают наличие и значимость каждого из источников предпринимательской идеи, предполагая, что потенциальный предприниматель при выборе руководствуется неким подобием данного перечня [5, 11, 14]. В качестве таких источников предпринимательской идеи могут выступать: анализ товарного рынка в целях выявления возможного дефицита; результаты научных исследований; новые, ранее

не применявшиеся свойства уже известного товара; выявление потребностей, не осознанных самими потребителями [11]. Причем (как подчеркивают некоторые авторы) интерес предпринимателя в первую очередь направлен на выявление как дефицита на определенном рынке или его сегменте, так и скрытых неудовлетворенных потребностей; при этом не отрицается, что источником предпринимательской идеи могут быть достижения научно-технического прогресса [14]. Более предметно рассмотрела данный вопрос А. А. Егорова: она привела перечень источников предпринимательских идей и назвала их «толчком» для поиска новых. В этот перечень вошли существующий и прогнозируемый спрос, особые способности предпринимателя, развитие уже существующего бизнеса, использование местных ресурсов, примеры успешного ведения бизнеса, а также наука. Но при этом, как справедливо отмечает данный автор, ведение начинающими предпринимателями бизнеса с опорой только на чужой опыт (иными словами, точное копирование организации бизнеса другими предпринимателями) чревато возникновением определенных проблем у данных начинающих предпринимателей [5]. Данное обстоятельство, на наш взгляд, может не только препятствовать успешному осуществлению предпринимательской деятельности начинающими представителями бизнеса, но и затруднять развитие отдельных отраслей в небольших регионах, где производство осуществляется методами десятилетней давности, а материально-техническая база остается устаревшей. Интересны выводы М. В. Луговской и И. С. Заднепрнянской, сделанные на основе практических исследований. К объемному и научно обоснованному перечню источников предпринимательских идей авторы добавляют: отзывы партнеров по бизнесу (видимо, для уже действующих предпринимателей); предлагаемую на рынке продукцию; публикации государственных структур; информацию из патентных бюро; наконец (самое главное), мнение покупателей продукции [8]. Не вполне понятно, что подразумевают авторы под «публикациями государственных структур» как источнике идей; впрочем, остальные пункты не вызывают вопросов.

Есть мнение, что в условиях недостаточно развитой рыночной экономики генерация но-

вых предпринимательских идей является процессом менее сложным, чем в странах с развитой рыночной экономикой, особенно если есть возможность выявления товарного дефицита на рынке. Отсюда следует, что источником идеи могут стать беседа с друзьями или коллегами либо разговор с потребителями товаров и услуг, конкурентами, торговыми работниками [13].

Отметим, как много внимания одни авторы придают инновационному компоненту в формировании предпринимательской идеи, в то время как другие уверены, что источником предпринимательских идей может стать просто окружение потенциального предпринимателя. Еще один из важных, по нашему мнению, источников незаслуженно редко упоминается в научной литературе. Это генерация или выбор предпринимательской идеи с учетом имеющихся собственных ресурсов предпринимателя — не только материальных или финансовых, но также знаний, опыта в какой-то сфере деятельности. Нами было проведено исследование, позволяющее выявить, проанализировать и обобщить мнение предпринимателей относительно источника их идей. В организованном нами анкетировании приняли участие предприниматели — представители малого бизнеса, проживающие в Псковской области. Выбор последней был обусловлен тем, что она представляет собой типичную для России область, имеющую несколько приоритетных развитых отраслей промышленности (машиностроение, пищевая промышленность и т. д.), а также привлекательную с точки зрения туризма [3]. Кроме того, отраслью специализации данного субъекта федерации является транспорт, развитию которого в определенной степени препятствует недостаточно высокое качество дорог [12]. К анкетированию были привлечены предприниматели, занимавшиеся самыми разными видами деятельности (оптовая и розничная торговля, строительство, обработка древесины и производство изделий из дерева, ремонт автотранспортных средств и бытовых изделий, транспорт и связь, производство пищевых продуктов, текстильное и швейное производство, сельское хозяйство и др.). Отсюда следует, что результаты проведенного опроса представляют определенную ценность, несмотря на небольшую численность опрошенных (45 чел.).

Одним из наиболее интересных вопросов, который был задан представителям малого бизнеса, был такой: «Идея Вашей предпринимательской деятельности возникла в результате...». Далее предлагались варианты ответов (см. таблицу). Следует отметить, что каждый опрошиваемый имел возможность дополнить предлагаемые варианты ответа своими, но никто этого не сделал. Перечень возможных ответов в значительной степени вытекает из обобщения приведенного выше исследования мнений разных авторов на содержание источников предпринимательских идей.

Как следует из данных таблицы, основным источником предпринимательских идей остается наблюдение за деятельностью предпринимателей, добившихся определенных успехов. Популярным оказался источник «Наличие необходимых ресурсов», выявленный нами в процессе общения с предпринимателями. Знания (как и иные ресурсы, которыми располагает предприниматель) занимают второе место по популярности: их совокупная доля среди источников идей составляет большинство. Из данного обстоятельства следует, что опрошенные при генерации предпринимательской идеи отталкивались в первую очередь от собственных возможностей, а уже потом от потребностей рынка. Достаточно популярен источник «Советы знакомых и родственников», что демонстрирует, с одной стороны, некоторую несамостоятельность потенциальных предпринимателей, с другой — обращение к бесплатному информационному ресурсу или к некому подобию «мозгового штурма», что имеет свои плюсы. Наконец, очевидно, что опрошенные предприниматели-практики в начале своей деятельности не проявляли особого интереса ни к результатам научных исследований, ни (тем более) к изучению неудовлетворенных потребностей потенциальных покупателей.

Проведенное нами исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Исследования мнений многих авторов по толкованию понятия «предпринимательская идея» и подходов к процессу ее генерации позволили нам развить представления о сущности и содержании категории «предпринимательская идея». Итак, предпринимательская идея может рассматриваться в различных аспектах: с одной

Результаты анкетирования предпринимателей

№ п/п	Источник предпринимательских идей согласно проведенному опросу	Ответы предпринимателей	
		в абсолютном выражении	в процентах
1	Наблюдение за успешными предпринимателями и желание достичь таких же результатов	15	33,3
2	Выявление дефицита на рынках товаров, услуг, работ	12	26,7
3	Изучение результатов научных исследований, изобретений	1	2,2
4	Изучение новых возможностей применения существующих товаров (услуг)	2	4,4
5	Наличие у опрашиваемого необходимых ресурсов	12	26,7
6	Наличие у опрашиваемого необходимых знаний в выбранной им области предпринимательства	12	26,7
7	Советы знакомых и родственников	9	20,0
8	Изучение еще не удовлетворенных потребностей потенциальных покупателей	0	0,0

стороны, это умозаключение, отражающее интерес к предпринимательской деятельности, характеризующееся явной целенаправленностью, осознанием себя новатором; с другой — результат соотношения оценки имеющихся ресурсов, в том числе собственных, с потребностями в них для осуществления предпринимательской деятельности в определенной сфере; а также — стимул к формированию более детального плана деятельности и, наконец, ее практического осуществления.

2. По мнению авторов данной статьи, процесс генерации предпринимательской идеи определяется множеством факторов: причиной того, почему человек захотел стать предпринимателем; тем, насколько он наделен способностями к предпринимательству, обобщению и прогнозированию; тем, насколько осознанным был поиск источников предпринимательской идеи; тем, какой именно источник привел к реальному осмыслению идеи; социальным окружением потенциального предпринимателя и т. д.

3. Анкетирование предпринимателей (показавшее, что наиболее популярными источниками идей являются анализ собственных ресурсов, наблюдение за рынком и (в то же время) почти полное отсутствие интереса к инновациям, новым достижениям науки) свидетельствует, что многие региональные рынки России еще недостаточно развиты, так как к предпринимательской деятельности часто приступают люди, опирающиеся лишь на поверхностное изучение

рынка, наличие собственных ресурсов, советы знакомых и родственников.

Представляется, что исправить ситуацию и расширить кругозор потенциальных предпринимателей можно только 1) систематическим ознакомлением потенциально активной части населения, готовой к самостоятельной хозяйственной деятельности, с новыми возможностями ведения бизнеса; 2) организацией взаимодействия потенциальных предпринимателей с авторами новых идей в разных отраслях экономики; 3) внедрением дисциплин по организации предпринимательской деятельности в учебные планы подготовки выпускников учебных заведений большинства технических и иных направлений.

Библиографический список

1. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник. СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336 с.
2. Баранова Г. В. Предпринимательская деятельность как процесс реализации проектов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2012. № 9 (73). С. 123–126.
3. Белей А. И. Фалтинский Р. А. Плетнёва Н. Г. Анализ проблем предпринимательства в регионе // Вестник гражданских инженеров. 2016. № 6 (59). С. 262–267.
4. Воробьева Л. В. Методические основы генерации и разработки предпринимательских идей: автореф. дис. ... канд. экон. наук / ФГОУ ВПО «Вятская государственная сельскохозяйственная академия». Ижевск, 2007.

5. Егорова А. А. Идея как основа создания инноваций. Методы поиска инновационных идей // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 8-2. С. 43–46.

6. Карасёва Л. А. Свобода и выбор предпринимателя // Вестник Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова. Сер.: «Гуманитарные науки». 2012. № 1. С. 139–142.

7. Кулаковский Т. Ю. Належне оцінювання можливостей підприємця як один із кроків до підприємницького успіху // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: «Економічні науки». 2013. № 1. С. 279–283.

8. Луговская М. В., Заднепрянская И. С. Значение бизнес-идеи для предпринимательской деятельности // Actual Science. 2016. Т. 2. № 10. С. 139–140.

9. Матузенко Е. В., Воронков А. В. К вопросу о разработке и реализации новой предпринимательской идеи // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. № 4. С. 125–129.

10. Мосейко В. О., Соколова Т. П. Предпринимательская идея в бизнесе и ее формирование на основе инновационных изменений // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 10: «Инновационная деятельность». 2007. № 2. С. 5–14.

11. Нотченко В. В., Дагаева И. А. Предпринимательская деятельность: учеб. пособие; Псковский гос. политехнический ин-т. Псков, 2006.

12. Нотченко В. В., Линева Е. Л. Исследование перспектив развития предпринимательской деятельности в Псковской области в сфере перевозок грузов автотранспортом // Вестник Псковского государственного университета. Сер.: «Экономика. Право. Управление». 2015. № 1. С. 68–75.

13. Черутова М. И. Этапы осуществления предпринимательского процесса // Системы. Методы. Технологии. 2009. № 2. С. 107–111.

14. Этлухов О. А. Г., Запорожец Д. В. Обоснование предпринимательской идеи с учетом цикличности развития услуг // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2012. № 83. С. 520–529.

References

1. Asaul A. N. *Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti. Uchebnik* [Organization of business activity. Textbook]. St. Petersburg, ANO IPEV Publ., 2009, 336 p.

2. Baranova G. V. *Predprinimatel'skaya deyatel'nost' kak protsess realizatsii projektov* [Business activity as process of project implementation]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Bulletin of the Volgograd state pedagogical university*, 2012, no. 9 (73), pp. 123–126.

3. Beley A. I., Faltinskiy R. A., Pletnyova N. G. *Analiz problem predprinimatel'stva v regione* [Analysis of business development problems in the region]. *Vestnik grazhdanskikh inzhenerov – Bulletin of Civil Engineers*, 2016, no. 6 (59), pp. 262–267.

4. Vorob'yova L. V. *Metodicheskie osnovy generatsii i razrabotki predprinimatel'skikh idey. Avtoref. diss. kand. ehkon. nauk* [Methodical bases of generation and development of the enterprise ideas. Author's thesis of PhD in Sci. Ec. diss.]. FGOU VPO "Vyatskaya gosudarstvennaya sel'skokhozyaystvennaya akademiya", Izhevsk, 2007.

5. Egorova A. A. *Ideya kak osnova sozdaniya innovatsiy. Metody poiska innovatsionnykh idey* [Idea as basis of creation of innovations. Methods of searching for innovative ideas]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk – Urgent problems of humanitarian and natural sciences*, 2014, no. 8-2, pp. 43–46.

6. Karasyova L. A. *Svoboda i vybor predprinimatelya* [Businessmen's freedom and selection]. *Vestnik Yaroslavl'skogo gosudarstvennogo universiteta im. P. G. Demidova. Gumanitarnye nauki – Bulletin of the Yaroslavl state university named after P.G. Demidov. Humanities*, 2012, no. 1, pp. 139–142.

7. Kulakovskiy T. Yu. *Nalezhne otsinyuvannya mozhlivostey pidpriemtsya yak odin iz krokiv do pidpriemnits'kogo uspikhu. Visnik Zhitomir's'kogo derzhavnogo tekhnologichnogo universitetu. Ser.: Ekonomichni nauki*, 2013, no. 1, pp. 279–283.

8. Lugovskaya M. V., Zadneprianskaya I. S. *Znachenie biznes-idei dlya predprinimatel'skoy deyatel'nosti* [Business idea value for business activity]. *Actual Science*, 2016, vol. 2, no. 10, pp. 139–140.

9. Matuzenko E. V., Voronkov A. V. *K voprosu o razrabotke i realizatsii novoy predprinimatel'skoy idei* [To the issue of development and realization of the new business idea]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ehkonomiki i prava – Bulletin of the Belgorod university of cooperation, economics and law*, 2012, no. 4, pp. 125–129.

10. Moseyko V. O., Sokolova T. P. *Predprinimatel'skaya ideya v biznese i ee formirovanie na osnove innovatsionnykh izmeneniy* [Enterprise idea in business and its formation on the basis of innovative changes]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Innovatsionnaya deyatel'nost' – Bulletin of the Volgograd state university. Innovative activity*, 2007, no. 2, pp. 5–14.

11. Notchenko V. V., Dagaeva I. A. *Predprinimatel'skaya deyatel'nost'. Ucheb. posobie* [Business activity. Teaching manual]. Pskov, Pskov state polytechnic institute Publ., 2006.

12. Notchenko V. V., Lineva E. L. *Issledovanie perspektiv razvitiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti v Pskovskoy oblasti v sfere perevozok грузов avtotransportom* [Research of business activity development prospects in the Pskov region in the sphere of transportation of goods

by motor transport]. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Ehkonomika. Pravo. Upravlenie – Bulletin of the Pskov state university. Economics. Law. Management*, 2015, no. 1, pp. 68–75.

13. Cherutova M. I. *Ehtapy osushchestvleniya predprinimatel'skogo protsessa* [Stages of implementation of enterprise process]. *Sistemy. Metody. Tekhnologii – System. Methods. Technologies*, 2009, no. 2, pp. 107–111.

14. Ehtlukhov O. A. G., Zaporozhets D. V. *Obosnovanie predprinimatel'skoy idei s uchetom tsiklichnosti razvitiya uslug* [Substantiation of the business idea taking into account recurrence of services development]. *Politematicheskii setevoy ehlektronnyy nauchnyy zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta – Polythematic network online scientific journal of the Kuban state agricultural university*, 2012, no. 83, pp. 520–529.