**УДК 330**

**ББК 65.290**

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «УСПЕШНОСТЬ БИЗНЕСА» В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ**

***В. И. Бархатов, Д. А. Плетнёв***

*ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет», Челябинск, Россия*

Для современной российской экономики проблема развития предприятий среднего и малого бизнеса остается одной из важных, но нерешенных. Во многом решение этой проблемы затруднено слишком общей постановкой проблемы. На взгляд авторов, в этом вопросе необходимо сконцентрироваться на поиске и кодификации институциональных практик, показывающих успешные примеры предприятий среднего и малого бизнеса. При этом «успешность» выступает ключевым понятием, связывающим научные изыскания и практику ведения бизнеса. Начало такого исследования предполагает выработку единого подхода к пониманию сущности самого понятия «успешность». В статье проводится критический анализ существующих подходов к определению понятия «успешность» и «успех» в философии, психологии и экономике. На основе обобщения делается авторский вывод о содержании этого понятия. Также формулируется программа дальнейшего исследования проблемы успешности.

**Ключевые слова:** *успешность бизнеса, успех, успешность.*

В современной экономической науке одной из насущных проблем является явное противоречие между академическим и прикладным дискурсом. Большинство базовых понятий: прибыль, потребитель, издержки, эффективность, рынок по-разному трактуются в учебниках и бизнес практике. Это порождает сложности применения экономических знаний. Но не меньшей проблемой является и существующие «серые» зоны, когда некоторые явления экономической жизни вовсе не находят отражения в экономической науке. Одним из примеров такого небрежения является «успешность» или даже просто «успех». По сути – это то, к чему стремится каждый экономический субъект – бизнесмен, наёмный менеджер, предприниматель, чиновник, а также их объединения: фирмы, крупные корпорации и местные сообщества. «Успех» как цель есть, но измерить иили даже просто идентифицировать его очень трудно. Однако экономика до сих пор предпочитает оставаться в плену иллюзий – иллюзий того, что каждый субъект имеет четко поставленную вычислимую цель: полезность, прибыль, доход, благосостояние, «счастье» и т.п.

На наш взгляд, развитие экономической теории фирмы невозможно без обращения к важному понятию «успешности» (или его двойнику – «успеху»), как основы телеологии индивидов и самой фирмы. Не секрет, что подавляющее большинство индивидов стремится к успеху, и точно так же может быть описана цель фирмы – успех. Но чем измеряется успех, каков критерий его достижения? Какие факторы влияют на возможности фирмы его достичь? В статье представлена попытка ответить на все поставленные вопросы.

Проведем семантический анализ понятий «успех» и «успешность». Не вдаваясь в подробности, следует отметить, что происхождение слова успех – древнерусское (В. В. Виноградов. История слов. Часть 1). Первоначально оно означало: (1) «движение, стремление вперед, усердие, рвение, достижение предела»; (2) «достижение цели, польза»; (3) «поспешность». Постепенно значение «поспешности» закрепилось за другими однокоренными словами – «спешить», «спешка», а за «успехом» закрепились первые два значения. Причем, как отмечают филологи[[1]](#footnote-1), к нему добавились оттенки таких значений, как «удача, удачное движение цели»; «общественное одобрение чего-нибудь, внимание со стороны общества» и т. п. Таким образом, исторически понятие успешности в русском языке, в русской культуре и деловом обороте относилось к процессу самореализации личности в каком-либо деле, сопровождающемся общественным признанием.

На Западе же английский синоним «успешности» и «успеха» - «success» появился позже как калька с латинского «successus», означавшего «хороший результат», «счастливый исход», позднее закрепилось значение «достижение желаемого конца (дела)[[2]](#footnote-2)». Сегодня спектр значений широк – это и «достижение цели», и «финансовая доходность», и сам субъект, достигающий цели, и факт достижения здоровья, уважения или славы. Н.И. Фокин[[3]](#footnote-3) отмечает, что существует противоречие в русской и «трансатлантической», англоязычной трактовке «успеха». Если у нас речь идет, скорее, о старании и победе, то на Западе – о богатстве и карьере.

Более глубокий анализ семантики слова «успех» проведен в диссертационной работе Атюниной В.С. [1] указывается на особенности восприятия успеха в современной России – это прежде всего индивидуальное достижение целей, ощущение себя «лучше, чем другие». Можно говорить о диффузии западного восприятия понятия «успех» в национальную культуру. В современной популярной бизнес-литературе успех всё чаще рассматривается в значении англоязычного «succeess», что связано с возросшим интересом после «открытия границ» в СССР в начале 1990-х ко всему «западному». Однако на сегодня общественное сознание отходит от этой крайности – восприятия успеха исключительно в материально-статусном смысле. Это понятие становится предметом философского и психологического анализа. Такой анализ важен для получения целостного представления о понятии «успех».

Глубокий анализ проблемы с философской, предельно общей точки зрения, осуществлен С.Ю. Ключниковым в диссертационной работе «Философия успеха: гносеологический анализ». Он выделяет три философские проблемы, в связи и в контексте с которыми рассматривается понятие «успеха». Речь идет о таких базовых философских категориях, как активность, деятельность и воля. Коротко резюмируя философский дискурс успеха, можно отметить следующее. Успех есть результат активности человека, его деятельности, а эти вопросы находились в центре внимания широкого круга авторов. Из зарубежных необходимо отметить Р. Декарта, Г. Лейбница, Г.В. Гегеля, И.Г. Фихте, К. Маркса, Л. Витгенштейна, М. Хайдеггера, Э. Гуссерля, М. Мерло-Понти, П. Рикера, К.Г. Юнга, Й. Хейзинга, Т. Шардена, Г. Олпорта, А. Маслоу, К. Левина, Н. Хоппе, Д. Лукача, Ю. Хабермаса, Г. Башляра, Р. Харре. Среди отечественных значимый вклад внесли С. Л. Рубинштейн, Д.Н. Узнадзе, В.С. Мерлин, П.В. Копнин, Э.В. Ильенков, Б.М. Кедров, А.Г. Спиркин, Ф.Т. Михайлова, И.С. Кон, М.М. Мамардашвили, Г.П. Щедровицкий, П.Я Гальперин, Т.И. Ойзерман, Л.И. Анциферова, В.А. Лекторский, В.С. Стёпин и другие. Активность рассматривается как свойство личности, позволяющее ей самоорганизоваться, самоосуществиться, двигаться по жизненному пути. Наличие у познающего субъекта активности – необходимое, но не достаточное условие его успешности. Иными словами, приобретение статуса, уважения или благ без усилий, без активизации его внутренних сил не может быть признано успехом. Успех нельзя подарить.

В отношении деятельности как категории, связанной с успехом, достижения философов позволяют нам сделать следующий вывод: в деятельности выделяются такие элементы, как цель-мотив-способ-результат. Часто об успехе говорят в контексте результата деятельности. Особенно это актуально для внешней оценки успеха. Однако сам субъект склонен рассматривать соотношение целей и результата. Однако в любой сколь-нибудь сложной деятельности цель будет отлична от результата, поскольку социальная реальность многогранна. Различие между ними может быть как негативным – то есть цель в результате не достигнута, так и позитивным – кроме поставленной цели достигаются и иные результаты, кроме определенного в цели. В обоих случаях внутреннее ощущение успеха может быть неполным. Однако, если учесть еще один компонент деятельности – мотив, то окажется, что недостаточно соизмерять цель и результат. В научную картину успеха добавляется субъективная оценка результата в шкале «удовлетворенности», которая нелинейно зависит от полученного результата. Удовлетворенность также зависит от того, каким способом цель воплощается в результат, сам субъект объективизируется в деятельности. Если этот способ труден физически или морально, то даже достигнутая цель не принесет удовлетворения и не будет означать успеха.

Следующая философская категория, в контексте которой рассматривался успех – это сознательная воля. Эта категория рассматривалась Аристотелем, Д. Скоттом, У. Оккамом, М. Лютером, Ж. Кальвином, И. Кантом, Г. Гегелем, А. Шопенгауэром, Ф. Ницше, А. Бергсоном, М. Шеллером, Э. Гуссерлем, Ж.-П. Сартром, А. Камю, Б. Франклином, Ч.С. Пирсом, Д. Дьюи, Н.Н. Бердяев, Н.О. Лосский, С.Н. Булгаков. Общий для использования в нашем исследовании вывод – воля есть сила, которая обуславливает «творческую эволюцию» человека. Она может проявляться в различных формах – воля к власти (Ф. Ницше), воля к вере (У. Джемс), воля к действию (Д. Дьюи), «Абсолютная воля» (Упанишады), воля к самореализации (Н.Н. Бердяев), воля к организации природы (С.Н. Булгаков). Важность проявлений воли в человеке находится в противоречии с тезисом о целеустремленной деятельности: если у индивида присутствует априорная «воля», то для проявления его активности и совершения действий цель как таковая оказывается ненужной. Однако одновременно можно отметить, что цель объективизирует волю, рационализирует ее, что в современном обществе является важным признаком «нормальности» поведения.

Для изучения успешности в экономическом контексте философский «бэкграунд» позволяет нам сделать следующие выводы: во-первых, успех есть результат активности субъекта, он достигается через преодоление внешних и внутренних преград: конкурентов, технологической неподготовленности, природных условий и т.д., при этом само преодоление может выступать мерилом успеха; во-вторых, деятельность человека как процесс движения от цели к результату посредством мотивации и выбора средств может рассматриваться как основа для оценки успешности: успешность бизнеса есть успешность деятельности. По этой причине для понимания успешности необходимо учитывать ее субъективный компонент – удовлетворенность, которая зависит от формы мотивации и способа достижения результата; существование у человека воли делает необходимым дополнение модели успешности утверждение о необходимости реализации этой воли в рамках бизнеса. Переводя на экономический язык, можно сказать, что успешность бизнеса определяется тем, достигаются ли руководителем поставленные цели (прибыль, выручка, рост, доля рынка и т.п.), реализует ли бизнес волевые решения руководителя (пусть даже и не всегда оптимальные), приносит ли бизнес руководителю удовлетворение (с учетом возможных физических и моральных трудностей) и происходит ли все это благодаря активности руководителя (есть ли возможность реализовать «предпринимательские способности»). Последнее условие необходимо, поскольку иначе руководитель может перейти в стан инвесторов, вложивших в бизнес деньги и получающих больший или меньший доход, но не влияющих на сам процесс. В этом случае говорить об успешности бизнеса нельзя.

Значительное внимание проблеме успеха и успешности уделяет и психология. Психологическая наука (В.И. Шаповалов [2, 3], Д.А. Китова, Б.Н. Дышеков [4] Т.В. Конюхова и Е.Т. Конюхова [5] и др. ) рассматривает успешность как свойство личности, разделяя успешность «в жизни» и профессиональную успешность. Игнорировать результаты проведенных психологами разработок в настоящем, «экономическом» исследовании нельзя, поскольку успешность бизнеса может быть познана только через личность, которая управляет этим бизнесом – директор, владелец или субъект, совмещающий эти функции. От того, какие «индикаторы» успешности заложены в личности руководителя бизнеса, во многом зависит итоговая оценка успешности бизнеса. Таким образом, можно констатировать, что успешность как понятие выступает определенной границей субъективного мира человека – руководителя бизнеса и объективной реальности в виде результатов самого бизнеса. Т.П. Березовская [6] выделяет две традиции в понимании успешности в психологии. Первая связывает успешность с т.н. «мотивацией компетентности», когда речь идет о самореализации интеллекта руководителя бизнеса. Вторая, более популярная сегодня, выделяет в качестве важного фактора успешности «мотивацию достижения». Как пишет Т.П. Березовская, успешность «обусловлена интернальным локусом контроля и личностной каузальности, позволяющим личности брать ответственность за достижение успеха в поведении и деятельности на себя». Иными словами, даже отсутствие внешне признаваемых результатов и интеллектуальных предпосылок к появлению у руководителя таких результатов не может помешать ему делать вывод об успешности его бизнеса, если его деятельность может быть субъективно оценена как направленная на достижение успеха.

На наш взгляд, конкуренция и взаимная поддержка этих мотиваций позволяет личности руководителя бизнеса постоянно быть «в тонусе» в смысле стремления к успеху. Вместе с тем, успешность является важной характеристикой личности руководителя, свидетельствующей об определенном уровне его самосознания, определения руководителем бизнеса «концепции жизни». Такая концепция может как воспроизводить среду, в которой находится руководитель (в этом случае успешность оценивается «как у всех» - прибылью, притоком новых клиентов, узнаваемостью торговой марки, оборотами, площадью офиса и т.п.), так и выходить за ее рамки, что связывают с появлением собственного ценностно-смыслового определения жизни у руководителя.

 Также Т.П. Березовская выделяет общие признаки успешного управленца: (1) высокий уровень исполнительской дисциплины, обеспечивающий эффективное выполнение стоящих перед управленцем служебных задач и справедливое применение санкций; (2) наличие социально признанных достижений, являющихся фундаментом к дальнейшему профессиональному совершенствованию и карьерному росту; (3) продуктивное деловое взаимодействие; (4) субъективная удовлетворенность процессом и результатом собственной профессиональной деятельности. Налицо сочетание объективных и субъективных способов оценки руководителя.

Комплексное исследование феномена успешности сложной социальной системы, к числу которых, безусловно, относятся и предприятия малого и среднего бизнеса, провел С.С. Сулакшин [7]. Следует отметить, что основное внимание С.С. Сулакшин концентрирует на национальной экономической системе, однако сделанные им вывод могут быть применены и к системам более компактным – таким, как предприятие. С.С. Сулакшин увязывает понятие успешности с биологическим термином «жизнеспособности». Этот подход принципиально отличается от всех психологических теорий тем, что в нем успешность бизнеса рассматривается через призму многосубъектности предприятия как сложной социальной системы. Успешность бизнеса не может быть сведена к успешности руководителя, поскольку сам по себе бизнес ему не тождественен, хотя часто с ним и отождествляется. Успешность социальной системы (предприятия) может быть определена и исчислена через агрегирование множества частных характеристик успешности, которые отражают различные ее аспекты: успешность на рынке, успешность в создании социального микроклимата и т.п. Таким образом, развивая точку зрения С.С. Сулакшина, можно сказать, что успешный (бизнес) – это бизнес, способный к саморазвитию, вне зависимости от воли и личности руководителя. Однако определенная таким образом успешность превращается в нормативную характеристику и утрачивает контакт с практикой – бизнес не может быть успешным, пока не согласованы экономические интересы среди его субъектов, но их гипотетическое согласование будет идти вразрез с представлениями об успехе руководителя и будет встречать сопротивление. С другой стороны, если мы говорим о восприятии всеми субъектами бизнеса существующего положения дел как их полностью удовлетворяющего, то, безусловно, можно говорить о возможности достижения такого состояния. В этом случае к числу задач руководителя добавляется новая – создать когнитивную рамку для работников фирмы, в которой их интересы были неразрывно связаны с интересами самого бизнеса, были их продолжением. На практике так бывает в фирмах, управляемых трудом (к примеру, в Мондрагонской кооперативной ассоциации), этому же способствуют программы участия работников в управлении (ESOP).

Еще один интересный для нас результат, полученный С.С. Сулакшиным – его исследование феномена бытийной способности сложной социально-экономической системы. Бытийная способность, по мнению автора – важнейшая характеристика системы. Она определяется, на примере страны, комбинацией (мультипликацией) трех сущностных признаков – территории, населения и единого (государственного) управления. На уровне предприятия эта концепция также применима, и, если ограничиться тремя сущностными признаками, то, по аналогии, можно говорить об объеме рынка, занимаемым предприятием (П1), численности его сотрудников (П2)и эффективности системы управления (П3) (см. формулу 1). И если для двух первых признаков подбор показателя не составит сложности, то охарактеризовать эффективность системы управления можно только с использованием экспертного метода. И разработка такого метода должна стать важной научной задачей. Обеспечить вариацию этого показателя в нужных исследователю границах (предлагается от 0 до 1, у С.С. Сулакшина – от 0 до 100) несложно, используя показатели-индексы и методы нормирования.

 $КЖС=П\_{1}×П\_{2}×П\_{3}$ (1)

Исследование Фонда ИНДЕМ [8], посвященное проблемам российской коррупции, в качестве одной из задач ставило установление зависимости успешности бизнеса от использования им коррупционных связей. При этом успешность бизнеса понималась синтетическая вербальная характеристика, не сводимая к определенным количественным показателям. При самостоятельном определении успешности бизнеса его руководителям предлагалось выбрать одну из четырех классов типологии:

*Таблица 1.*

**Вербальное описание классов типологии «Успешность бизнеса»** (см. [8])

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Название класса | Вербальное описание класса |
| 1. | Успешные | Бизнес развивается динамично и устойчиво, принося доходы и обладая перспективой |
| 2. | Удачливые | Бизнес доходен, но его устойчивость и перспективы проблематичны |
| 3. | Перспективные | Бизнес пока не приносит ощутимых доходов, но явно имеет перспективу успешного развития |
| 4. | Проблемные | Бизнес не приносит доходов и бесперспективен |

Вместе с тем, делается замечание, что успешность бизнеса «обычно» понимается через призму двух целей – доходности и динамики бизнеса, т.е. роста прибыли и роста выручки.

Однако для большинства российских авторов успешность остается само собой разумеющимся, но четко не определенным понятием, за которым скрывается весь спектр ожиданий руководителя от возглавляемого им бизнеса: от моральной удовлетворенности и стабильности в перспективе до темпов роста и доходности.

Западная экономическая мысль исследует проблему успешности бизнеса (business success) более внимательно. В частности, заметные работы в этом направлении есть у Э. Ромара [9] (соотношения стратегических ожиданий и успешности фирм), Ф. Сигера [10] (проблема долгосрочной успешности семейных фирм), Ф. Лафонтейн и К. Шоу [11] (исследование успешности «серийных» предпринимателей), М. Дженсена [12] (указал на возможные способы разрешения противоречия в двух конкурирующих индикаторах успешности фирмы – максимизации стоимости и общественного благосостояния), С. Босмана и коллег [13] (определение влияния капитала «красоты» руководителя на успешность бизнеса), М. Роу [14] (указал на взаимосвязь политики и экономики в формировании стратегий корпоративного управления, ориентированных на достижение успеха фирмами, в том числе «популистских» мотивов в корпоративном законодательстве), У. Баумоля, Р. Литан и К. Шрамма [15] (обосновали концепцию «предпринимательского капитализма», в которой одним из краеугольных камней успешности экономики в целом и отдельных фирм выступает свободное, самодостаточное предпринимательство, движущее экономику вперед), Дж. Друкера [16] (показал важность такого компонента успешности, как индустриального доминирования, введя понятие «индустриальный успех» для промышленных фирм), Э. Тодевой [17] (в процессе исследования трансформационных процессов бизнес-сетей в Центральной и Восточной Европе использовала понятие успешности бизнеса как характеристики его «живучести» в условиях агрессивной внешней среды), Дж. Бронштейн, К. Букафуско, Дж. Мазур [18] (рассмотрели новое измерение успешности бизнеса «анализ благополучия» как альтернативу анализа «издержки-выгоды»), С. Браун [19] (указал на прикладное значение неудач в бизнесе как фактора последующего успеха, основанное на концепции С. Беккета).

Рассмотрим некоторые из представленных подходов подробнее. Э. Ромар говорит о необходимости и возможности коррекции стратегических ожиданий фирм, в основе которых может быть положена «конфуцианская этика». Так, процесс конкуренции может рассматриваться не традиционно, как противоборство, а как «отношения постоянных изменений между фирмой и потребителями» [9, стр. 64]. Конкуренция может стать процессом сглаживания противоречий во благо общего совместного успеха и развития. Конкуренция может способствовать оздоровлению хозяйственных отношений между фирмами, доминирования в них духа уважения, проявления доброй воли, благожелательности и « праведности». За счёт стимулирования внутренних резервов, направленных на инновации и развитие, конкуренция делает фирмы лучше, приближает их к успеху. И высказанные положения – это не благие пожелания, а просто альтернативная (отнюдь не маргинальная) точка зрения на такое многогранное явление, как конкуренция. И руководители фирм могут «взращивать» подобное восприятие конкуренции у себя и окружения, тем самым внедряя новый стандарт успешности, связанный с достижением гармонии фирмы и ее конкурентного окружения. Примеров этому немало: так организуются многочисленные сети фирм, в которых укорененные связи позволяют конкурентам поддерживать друг друга, повышая устойчивость всей сети. Увеличения благополучия всей сети затем неизбежно сказывается положительно на каждом участнике. Таким образом, успешность бизнеса может характеризоваться через гармонию отношений с окружением.

Близкие взгляды имеют У. Баумоль, Р. Литан и К. Шрамм [15]. Они говорят о дихотомии капитализма: наличии т.н. «плохого» и «хорошего» капитализма. Последний характеризуется доминированием предпринимательской активности в противовес государственно-бюрократической или монополистической организации экономической жизни у «плохого» капитализма. При этом главным в оценке успешности авторы полагают рост благосостояния, опосредованный ростом фирм. Однако успешность экономики, устроенной по принципу «предпринимательского капитализма», в конечном счёте, должна основываться на некрупных фирмах, ибо укрупнение автоматически бюрократизирует структуру и лишает эти фирмы своих предпринимательских преимуществ. Получается замкнутый круг: успех фирмы – это ее рост, но главный фактор успеха – предпринимательское начало, растворяется при росте фирмы. Добиваясь успеха, фирма лишается его «драйвера».

Альтернативную точку зрения высказывает М. Дженсен [12]. Он предлагает синтетическое понимание успешности фирмы как одновременного достижения максимума стоимости и «совершенных» отношений со стейкхолдерами. Он убедительно показывает взаимосвязь этих целей: долгосрочный рост стоимости невозможен без хороших отношений со всеми стейкхолдерами. Для оценки успешности фирм он предлагает использовать понятие «экономическая добавленная стоимость» и «сбалансированную систему показателей». Эта идея не нова, равно как и ее критика: применительно к экстернальной оценке это сделать просто невозможно, интернальный же анализ затруднен высокими издержками создания и быстрой адаптацией фирмы к введенной системе показателей и работе на показатели, а не на реальный результат.

Ф. Сигер указывает на то, что существуют различное понимание успешности в «предпринимательской» литературе и источниках, описывающих «семейный бизнес» [10]. Если в первом случае речь идет о финансовой продуктивности (прибыли, стоимости и т.п.) или использовании возможностей роста, то во втором – о выживании и преемственности семьи[[4]](#footnote-4), а также некоем «миксе» финансовых и нефинансовых индикаторов. По сути (да простят лингвисты несколько вольный вывод), речь идет о синонимичности успешности и преемственности на уровне языка, одного из базовых общественных институтов. По этой причине можно сзделать вывод о глубокой связи этих понятий (успешности и преемственности) в культурном поле западного человека. Для семейных фирм, представляющих значимый сегмент среднего и малого бизнеса, успешность стойко ассоциируется с устойчивостью (используется термин «sustainably success» - устойчивая успешность), в то время как краткосрочная максимизация прибыли как цель и индикатор успеха вызывает отторжение. Также Ф. Сигер выделяет три основных фактора успешности фирм – предпринимательская ориентация фирмы, предпринимательское поведение менеджеров и отношение к созданию стоимости работников, не принадлежащих к семье владельцев.

Ф. Лафонтейн и К. Шоу рассматривают успешность фирм через призму действия эффекта обучения в серийном предпринимательстве (рассматривается розничная торговля) [11]. Они отвергают «общественную известность» в качестве мерила успешности, и предлагают рассматривать сам факт сохранения владельцем бизнеса как признак его успеха. Иными словами, успешность приравнивается к «существованию». На основе проведенных расчётов делается вывод о большей успешности «последовательного» предпринимательства (когда новый бизнес открываются после закрытия или продажи предыдущего) в сравнении с «параллельным» (когда предприниматель ведет несколько параллельных бизнесов).

С. Босман и коллеги предлагают оценивать успешность фирмы довольно традиционно – объемом прибыли и ростом, однако выделяют оригинальный фактор успешности – красоту сотрудников и руководителей бизнеса [13]. Для ряда клиентоориентированных отраслей можно сделать вывод, что этот фактор оказывает существенное влияние на успешность бизнеса, измеряемую показателями финансовой эффективности и в первую очередь, рентабельностью.

Дж. Бронштейн, К. Букафуско, Дж. Мазур рассматривают в качестве измерителя успешности «благополучие» (well-being) [18]. C этой точки зрения успешность определяется субъективно, через то, как люди (работники) воспринимают изменения в своем благосостоянии, состоянии здоровья и т.п.

Можно сделать ряд выводов:

Первое. Представления различных авторов об успешности бизнеса существенно разнятся. Авторская попытка обобщения рассмотренных выше трактовок успешности российскими и зарубежными экономистами приведена в таблице 2.

*Таблица 2.*

**Подходы различных авторов к трактовке успешности**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Авторы, школы, направления | Трактовка |
| 1. | С.С. Сулакшин | «бытийная способность» бизнеса |
| 2. | Фонд ИНДЕМ | «бизнес развивается доходно и устойчиво, с хорошей перспективой» |
| 3. | Э. Ромар | Гармония в отношениях с окружением (в т.ч. конкурентами) |
| 4. | У. Баумоль, Р. Литан и К. Шрамм | Рост, достигнутый благодаря предпринимательскому началу |
| 5. | М. Дженсен | Экономическая добавленная стоимость и balanced scorecard |
| 6. | Ф. Сигер | «преемственность» и устойчивость (для семейного бизнеса) |
| 7. | Ф. Лафонтейн и К. Шоу | Способность существовать |
| 8. | С. Босман и коллеги | Прибыль и рост |
| 9. | Дж. Бронштейн, К. Букафуско, Дж. Мазур | Благополучие работников, определяемое субъективно |

Устоявшегося «конвенциального» определения успешности не существует. Вместе с тем, философия также содержит в своих важных темах (активности, деятельности, личности) общенаучные ориентиры понимания успешности бизнеса. Отдельного внимания заслуживает психологическая теория успешности личности, которую можно не без успеха спроецировать на сферу экономики. Нам ближе следующее понимание успешности, учитывающее многообразие подходов и естественное желание унификации. Сущность успешности бизнеса – в его способности существовать неограниченно долго, при этом проявляя необходимую активность, созидая, добиваясь результатов. Успешность бизнеса может быть объективной только через его актуализацию во времени. Если бизнес «был, есть и будет», значит он успешен. Однако как явление успешность становится субъективным понятием, распадаясь на характеристику волевых решений руководителей и их само- и внешней оценки. В этом смысле успешность-явление можно наблюдать в способности генерировать прибыль, завоевывать новые рынки и укрепляться на существующих, достигать намеченные руководителем цели, обеспечивать работников достойной оплатой и т.п. (рисунок 1)

*Рис. 1. Сущность и явление успешности бизнеса*

Второе. Представленный выше подход позволяет сформулировать критерий успешности бизнеса. Для этого необходимо обобщить явление успешности бизнеса. Конкретные явления-успешности не могут служить обобщающей его характеристикой. Так, прибыль далеко не всегда отражает перспективы долгосрочного существования, и развития – есть фирмы, ориентированные на доход и прибыль «сейчас», но в перспективе разоряющиеся, в том числе и намеренно. Такой бизнес не может считаться «успешным». Доходным – да, но не успешным. Способность достигать цели не может лежать в основе критерия успешности, поскольку целеполагание в условиях нестабильной внешней среды – вещь довольно условная и изменчивая – иначе нельзя, есть риск отстать от рынка, если придерживаться фиксированных целей. А посему настойчивость в их достижении не всегда будет характеризовать бизнес с положительной стороны. Рост бизнеса часто отождествляется с его успешностью, тем более что если бизнес растет, то он существует, и, значит, успешен. Однако это необходимое, но не достаточное условие успешности бизнеса. Есть множество примеров, когда бизнес «замирает», или даже «сжимается» (в частности, сегодня много таких примеров среди компаний, испытывающих негативное влияние изменений внешнеэкономической конъюнктуры), но не перестает быть успешным. Если говорить о способности доставлять удовлетворение, то здесь тоже можно предположить необходимый, но не достаточный характер этого условия для того, чтобы бизнес был успешен.

Итак, критерий успешности бизнеса не может быть выведен из успешности-явления. Следовательно, нужно обратиться к сущности – «способности неограниченно долго существовать». Руководствуясь этим правилом, под критерием успешности бизнеса предлагается понимать его «бытийную способность». «Расшифровка» критерия успешности в совокупности показателей – цель отдельной статьи.

Третье. Стоит отметить, что успешность как понятие занимает важное место в бизнес-дискурсе, среди других близких, почти синонимичных понятий (Таблица 2).

*Таблица 3.*

**Успешность и ряд близких по смыслу понятий в бизнес-дискурсе**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Понятие | Особенность |
| 1. | Успешность | Способность существовать неограниченно долго |
| 2. | Устойчивость | Способность к самосохранению  |
| 3. | Эффективность | Способность достигать намеченных целей с минимально возможными затратами ресурсов |
| 4. | Производительность | Способность к достижению результата |

Определения устойчивости, эффективности и производительности сделаны на основе анализа существующих подходов, проведенного ранее в [20, 21]. Часто на уровне диалога успешность выступает синонимом эффективности, хотя по сути своей «успешность» объединяет и эффективность, и устойчивость, и производительность и выступает своего рода «житейским» агрегатом для этих понятий. Вместе с тем порою достаточным условием для успешности может выступать довольно низкий уровень и устойчивости, и эффективности, и производительности. Это зависит от характеристик среды – чем хуже «чувствует себя» «окружение» фирмы, тем менее требователен руководитель к тем критериям, по которым он судит об успешности своего бизнеса.

Также можно обозначить направления последующих исследований проблемы успешности бизнеса:

1. Разработка системы оценочных показателей, которая позволит раскрыть выбранный критерий успешности бизнеса (бытийную способность)
2. Анализ национальных особенностей успешности бизнеса, включая критерии, показатели и ключевые факторы
3. Выявление факторов успешности бизнеса, характерных для российской экономики
4. Оценка успешности конкретных российских предприятий в соответствии с выбранной системой показателей, а также анализ силы и направления влияния на успешность бизнеса различных факторов.
5. Кодифицирование успешных управленческих практик, выделение в них повторяющихся элементов, формирование «профиля» успешного предприятия малого и среднего бизнеса, а также распространение «секретов успеха» в среде российских предпринимателей.

Воспроизводство показавших свою состоятельность на практике успешных практик ведения среднего и малого бизнеса позволит повысить эффективность российской экономики в целом, а также добиться большей степени саморазвития ее отдельных отраслей и секторов.

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №14-18-02508)*

**Список литературы**

1. Атюнина В.С. Образ успешного человека в семантическом пространстве личности: дисс. канд.психологических наук. Хабаровск, 2007
2. Шаповалов В.И. Формирование конкурентоспособной личности в усло-виях школьного дополнительного образования: Моногр. / Под науч. ред. Ю.С. Тюнникова. - Сочи: СГУТиКД, 2008. - 190 с.
3. Шаповалов В.К. Интерпретация карьеры в контексте личностного пространства человека. Краснодар, 2005. 216 с.
4. Китова Д.А., Дышеков Б.Н. Формирование психологической готовности личности к легитимной предпринимательской деятельности // Психология в экономике и управлении 2011, № 1, С. 29-35
5. Т.В. Конюхова, Е.Т. Конюхова Изучение проблемы успеха и успешности личности в контексте междисциплинарного подхода // Известия Томского политехнического университета. 2009. Т. 314. № 6, 112-116
6. Березовская Т.П. Профессиональная успешность личности руководителя/ Т.П. Березовская//Научные труды Республиканского и психолого-педагогические науки: сб. науч. ст. В 2 ч. Ч.2. Вып. 6 (11) / под ред. В.Ф. Беркова. – Минск: РИВШ, 2008 – с.10-17
7. Сулакшин С. С. Теория и феноменология успешности сложной социальной системы. М.: Научный эксперт, 2013. 232 с.
8. Российская коррупция: уровень, структура, динамика : опыт социологического анализа / под ред. Г.А. Сатарова. — Москва : Фонд «Либеральная Миссия», 2013. — 752 с.
9. Romar, Edward J. Strategic Intent, Confucian Harmony and Firm Success // Acta Polytechnica Hungarica Vol. 6, No. 3, 2009 pp. 57-67
10. Sieger, Philipp Long-term Success of Family Firms: Investigating Specific Aspects of Firm-level Entrepreneurship and Individual-level Antecedents // D I S S E R T A T I O N of the University of St.Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs to obtain the title of Doctor of Philosophy in Management, Dissertation no. 3934, NiedermannDruck AG, St.Gallen, 2011
11. Lafontaine, Francine and Kathryn Shaw Serial Entrepreneurship: Learning by Doing? // NBER Working Paper No. 20312, July 2014
12. Jensen, Michael C. Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function // Journal of Applied Corporate Finance, Fall 2001, pp. 8-21
13. Pfann, Gerard A., Jeff E. Biddle, Daniel S. Hamermesh and Ciska M. Bosman //Business success and businesses beauty capital Economics Letters, Vol 93, 3 December 2006, 201-207
14. Roe, Mark J. Political Determinants of Corporate Governance Political Context, Corporate Impact // Clarendon Lectures in Management Studies, Oxford University Press, 2006, 244 pages
15. Baumol, William J., Robert E. Litan, Carl J. Schramm Good capitalism, bad capitalism, and the economics of growth and prosperity // Yale University Press, New Haven & London, 2007, 334 p.
16. Drucker, Joshua Regional Dominance and Industrial Success: A Productivity-Based Analysis // Dissertation submitted to the faculty at the University of North Carolina at Chapel Hill in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in the Department of City and Regional Planning. Chapel Hill, 2007
17. Todeva, Emanuela East European business networks: a review of dependencies and strategies and their influence on company success // Paper Number 12-98, Research papers in international business, 1998
18. Bronsteen, John, Buccafusco, Christopher J. and Masur, Jonathan S., Well-Being Analysis vs. Cost-Benefit Analysis (January 20, 2012). 62 Duke Law Journal 1603 (2013); Chicago-Kent College of Law Research Paper No. 2013-05
19. Brown, Stephen, Fail better! Samuel Beckett's secrets of business and branding success // Business Horizons, Volume 49, Issue 2, March–April 2006, Pages 161-169
20. Плетнёв Д.А. Концепция корпорации: опыт системно-институционального исследования: : монография : в 2 ч. Ч. 2 / Д. А. Плетнёв. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2013. 252 с.
21. Плетнёв Д.А. Критерий и показатели оценки устойчивости корпорации в русле системного подхода // Стратегии бизнеса (электронный научно-экономический журнал ISSN: 2311-7184), режим доступа: <http://strategybusiness.ru/vlast-i-kontrol-v-kompanii/kriterij-i-pokazateli-oczenki-ustojchivosti-korporaczii-v-rusle-sistemnogo-podxoda.html>

**Сведения об авторах**

**Бархатов Виктор Иванович –** доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики отраслей бизнеса и администрирования Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия

**Плетнёв Дмитрий Александрович** – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. pletnev@csu.ru

**Comparative Analysis of the Definition of " Business Success" in Modern Science**

*V. I. Barhatov, D. A. Pletnev*

The problem of development of small and medium business is one of the important but unresolved for the modern Russian economy. In the view of the authors, in this regard it is necessary to concentrate on finding and codification of institutional practices that show successful examples of small and medium business. In this case, "success" is a key concept of linking scientific research and business practices. The beginning of this research involves the development of a unified approach to understanding the essence of the concept of "success". The article presents a critical analysis of existing approaches to the definition of "success" in philosophy, psychology and economics. The authors' conclusion about the content of this concept was made. The program for further study of the problem was formulated.

**Keywords:** success, business success.

**References**

1. Atyunina V.S. Obraz uspeshnogo cheloveka v semanticheskom prostranstve lichnosti: diss. kand.psikhologicheskikh nauk. Khabarovsk, 2007

2. Shapovalov V.I. Formirovaniye konkurentosposobnoy lichnosti v uslo-viyakh shkol'nogo dopolnitel'nogo obrazovaniya: Monogr. / Pod nauch. red. YU.S. Tyunnikova. - Sochi: SGUTiKD, 2008. - 190 s.

3. Shapovalov V.K. Interpretatsiya kar'yery v kontekste lichnostnogo prostranstva cheloveka. Krasnodar, 2005. 216 s.

4. Kitova D.A., Dyshekov B.N. Formirovaniye psikhologicheskoy gotovnosti lichnosti k legitimnoy predprinimatel'skoy deyatel'nosti // Psikhologiya v ekonomike i upravlenii 2011, № 1, S. 29-35

5. T.V. Konyukhova, Ye.T. Konyukhova Izucheniye problemy uspekha i uspeshnosti lichnosti v kontekste mezhdistsiplinarnogo podkhoda // Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta. 2009. T. 314. № 6, 112-116

6. Berezovskaya T.P. Professional'naya uspeshnost' lichnosti rukovoditelya/ T.P. Berezovskaya//Nauchnyye trudy Respublikanskogo i psikhologo-pedagogicheskiye nauki: sb. nauch. st. V 2 ch. CH.2. Vyp. 6 (11) / pod red. V.F. Berkova. – Minsk: RIVSH, 2008 – s.10-17

7. Sulakshin S. S. Teoriya i fenomenologiya uspeshnosti slozhnoy sotsial'noy sistemy. M.: Nauchnyy ekspert, 2013. 232 s.

8. Rossiyskaya korruptsiya: uroven', struktura, dinamika : opyt sotsiologicheskogo analiza / pod red. G.A. Satarova. — Moskva : Fond «Liberal'naya Missiya», 2013. — 752 s.

9. Romar, Edward J. Strategic Intent, Confucian Harmony and Firm Success // Acta Polytechnica Hungarica Vol. 6, No. 3, 2009 pp. 57-67

10. Sieger, Philipp Long-term Success of Family Firms: Investigating Specific Aspects of Firm-level Entrepreneurship and Individual-level Antecedents // D I S S E R T A T I O N of the University of St.Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs to obtain the title of Doctor of Philosophy in Management, Dissertation no. 3934, NiedermannDruck AG, St.Gallen, 2011

11. Lafontaine, Francine and Kathryn Shaw Serial Entrepreneurship: Learning by Doing? // NBER Working Paper No. 20312, July 2014

12. Jensen, Michael C. Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function // Journal of Applied Corporate Finance, Fall 2001, pp. 8-21

13. Pfann, Gerard A., Jeff E. Biddle, Daniel S. Hamermesh and Ciska M. Bosman //Business success and businesses beauty capital Economics Letters, Vol 93, 3 December 2006, 201-207
14. Roe, Mark J. Political Determinants of Corporate Governance Political Context, Corporate Impact // Clarendon Lectures in Management Studies, Oxford University Press, 2006, 244 pages

15. Baumol, William J., Robert E. Litan, Carl J. Schramm Good capitalism, bad capitalism, and the economics of growth and prosperity // Yale University Press, New Haven & London, 2007, 334 p.

16. Drucker, Joshua Regional Dominance and Industrial Success: A Productivity-Based Analysis // Dissertation submitted to the faculty at the University of North Carolina at Chapel Hill in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in the Department of City and Regional Planning. Chapel Hill, 2007

17. Todeva, Emanuela East European business networks: a review of dependencies and strategies and their influence on company success // Paper Number 12-98, Research papers in international business, 1998

18. Bronsteen, John, Buccafusco, Christopher J. and Masur, Jonathan S., Well-Being Analysis vs. Cost-Benefit Analysis (January 20, 2012). 62 Duke Law Journal 1603 (2013); Chicago-Kent College of Law Research Paper No. 2013-05

19. Brown, Stephen, Fail better! Samuel Beckett's secrets of business and branding success // Business Horizons, Volume 49, Issue 2, March–April 2006, Pages 161-169

20. Pletnov D.A. Kontseptsiya korporatsii: opyt sistemno-institutsional'nogo issledovaniya: : monografiya : v 2 ch. CH. 2 / D. A. Pletnov. Chelyabinsk : Izd-vo Chelyab. gos. un-ta, 2013. 252 s.

21. Pletnov D.A. Kriteriy i pokazateli otsenki ustoychivosti korporatsii v rusle sistemnogo podkhoda // Strategii biznesa (elektronnyy nauchno-ekonomicheskiy zhurnal ISSN: 2311-7184), rezhim dostupa: http://strategybusiness.ru/vlast-i-kontrol-v-kompanii/kriterij-i-pokazateli-oczenki-ustojchivosti-korporaczii-v-rusle-sistemnogo-podxoda.html

1. http://etymolog.ruslang.ru/vinogradov.php?id=spet\_uspet\_uspeh&vol=1 [↑](#footnote-ref-1)
2. «accomplishment of desired end» http://www.etymonline.com/index.php?term=success&allowed\_in\_frame=0 [↑](#footnote-ref-2)
3. http://dictionary-economics.ru/word/%D0%A3%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%85 [↑](#footnote-ref-3)
4. В этом смысле примечательна связь самого термина «успешность» - «success» и термина «преемственность» – «succession». [↑](#footnote-ref-4)