Учреждение образования

«Белорусский государственный экономический университет»

Институт социально-

гуманитарного образования

Кафедра экономической социологии

|  |
| --- |
| СОГЛАСОВАНО |
| Председатель методической  комиссии по специальности  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.С. Лаптёнок |
| «28» сентября 2016 г. |

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)

ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**СОЦИОЛОГИЯ БИЗНЕСА**

Специальность: 1-23 01 05 «Социология»

Составитель: к.с.н., доцент Шоканова Д.Ч.

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2016 г., протокол № \_\_\_\_\_

**ВВЕДЕНИЕ**

Курс «Социология бизнеса» подготовлен для студентов специальности 1-23 01 05 «Социология» специализации 1-23 01 05 06 «Экономическая социология» Института социально-гуманитарного образования Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» с учетом запросов педагогической деятельности.

В современных условиях изучение «Социологии бизнеса» стало одним из наиболее актуальных направлений при подготовке дипломированных социологов в рамках специализации «Экономическая социология». В этой связи главной целью данной учебной дисциплины является формирование у студентов высокого уровня знаний в области методологии, теории и истории социологии бизнеса, необходимого специалисту в его профессиональной работе.

В рамках учебной дисциплины рассматриваются следующие темы: «Предпринимательство и его роль в развитии общества», «Основные цели, принципы и функции предпринимательства», «Основные организационно-правовые структуры предпринимательства в Республике Беларусь», «Основные формы предпринимательской активности в Беларуси», «Создание предпринимательских структур и программа приватизации в РБ», «Функциональное содержание труда предпринимателей», «Социальный портрет современного предпринимателя»,

«Планирование в предпринимательской деятельности», «Сущность предпринимательского риска и его классификация», «Методы оценки предпринимательского риска», «Коммерческая (предпринимательская) тайна и ее защита», «Классические теории предпринимательства», «Современные теории предпринимательства», «Правовая характеристика белорусского предпринимательства», «Становление и развитие предпринимательства в Беларуси», «Тенденции развития малого бизнеса», «Экономические условия развития малого бизнеса в Беларуси», «Роль государства в развитии предпринимательства и проблема коррупции», «Позиционирование предпринимателей в социальной структуре общества», «Общественное мнение о предпринимательстве и предпринимателях в Республике Беларусь», «Исследования предпринимательства в Беларуси», «Предпринимательская среда и проблема выхода на рынки».

Таким образом, курс «Социология бизнеса» является одной из составных частей обучения социологов. Данный курс помогает сформировать у студентов представление о роли предпринимательства в социальной структуре общества; об основных особенностях бизнеса как формы социально-экономической деятельности; об основах предпринимательской культуры.

**УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

Учреждение образования

“Белорусский государственный экономический университет”

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ**  Ректор учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.Ю.Шутилин  «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г.  Регистрационный № УД \_\_\_\_\_\_\_\_/уч. |

**СОЦИОЛОГИЯ БИЗНЕСА**

Учебная программа для специальности

1-23 01 05 «Социология»

2021

Учебная программа учебной дисциплины«Социология бизнеса» разработана в соответствии с действующим образовательным стандартом, учебным планом по специальности 1-23 01 05 «Социология», регистрационный № 49Р-13 от 18.10.2013.

**СОСТАВИТЕЛИ**: *Пацеева А.Г.,* доцент кафедры экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат социологических наук.

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Шавель С.А., заведующий отделом социальной теории и методологии Института социологии НАН Беларуси, доктор социологических наук, профессор.

Морозова Н.Н., доцент кафедры экономики организации Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой экономической социологии и психологии предпринимательской деятельности учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 г.);

Научно-методическим советом Института социально-гуманитарного образования Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол №\_\_\_\_\_\_\_\_\_от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 г.)

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Учебная программа предназначена для преподавания спецкурса «Социология бизнеса» студентам специальности «Социология», специализации – «Экономическая социология» Института социально-гуманитарного образования Белорусского государственного экономического университета в рамках цикла дисциплин специальности.

Базовая учебная программа дисциплины «Социология бизнеса» разработана в соответствии с действующими образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 05 «Социология».

**Целью** дисциплины является получение студентами систематизированных знаний в области социологии бизнеса.

**Задачи дисциплины:**

‑ освоение студентами знаний об истории становления и развития социологии бизнеса как отрасли научного знания;

‑ освоение студентами системы категорий, используемых в сфере социологии бизнеса;

‑ овладение студентов навыками по применению методологии и методов исследований в сфере социологии бизнеса

- развитие у студентов умений социологического анализа социально-экономических процессов с использованием методологии и системы категорий социологии бизнеса.

Студенты по результатам изучения учебной дисциплины должны обладать следующими **академическими компетенциями:**

‑ владеть и применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

‑ владеть исследовательскими навыками;

**социально-личностными компетенциями:**

‑ быть способным к социальному взаимодействию;

‑ обладать способностью к межличностным коммуникациям;

**профессиональными компетенциями:**

‑ иметь фундаментальную общетеоретическую подготовку в сфере социологии бизнеса;

‑ уметь квалифицированно анализировать проблемы, составляющие предмет социологии бизнеса;

‑ иметь достаточный уровень подготовки для того, чтобы осуществлять самостоятельный анализ эмпирических данных социологических исследований социально-экономических процессов и явлений в бизнес-среде;

‑ обладать сформированным критическим типом профессионального мышления, необходимым для разработки и проведения самостоятельных социологических исследований, направленных на изучение процессов и явлений в бизнес-среде;

‑ использовать социологическую информацию с целью выработки практических рекомендаций для принятия эффективных бизнес-решений.

**В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:**

**знать:**

‑ особенности социологии бизнеса как отраслевой социологической дисциплины, ее объект, предмет, статус, понятия, категории, концепции, этапы становления и развития;

‑ методологию и методы исследования в сфере социологии бизнеса;

‑ основные экономические, статистические и социально-экономические показатели и индексы, применяемые в сфере социологии бизнеса;

‑ актуальные направления и результаты эмпирических социологических исследований в сфере социологии бизнеса.

**уметь:**

‑ ориентироваться в экономических процессах современной общественной жизни;

‑ использовать категориально-концептуальный материал социологии бизнеса при интерпретации изучаемых экономических явлений;

‑ реализовывать эмпирические социологические исследования по основным направлениям изучения в социологии бизнеса;

‑ выработать общие выводы и практические рекомендации совершенствования социально-экономических процессов в современном обществе.

**Связь с другими дисциплинами.** Данная базовая учебная программа связана с блоками знаний, которые приобретает студент, изучая следующие дисциплины: «Теоретическая социология», «История социологии», «Методология и методы социологического исследования», «Экономическая социология», «Социальная и экономическая статистика», «Специальные социологические теории в сфере экономики».

**Характеристика рекомендуемых методов и (или) технологий обучения**. Предлагается использовать лекционные, семинарские занятия, управляемую самостоятельную работу студентов, групповые дискуссии, дебаты, круглые столы, презентации результатов выполнения творческих заданий, написание эссе.

# В числе наиболее эффективных методов и технологий обучения студентов в рамках данной дисциплины следует выделить:

‑ диалоговые технологии (например, дискуссии, пресс-конференции);

‑ игровые технологии (например, деловые, ролевые игры);

‑ тренинговые технологии (например, тесты).

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности рекомендуется использовать рейтинговую систему оценки знаний, умений и навыков студентов.

В практику проведения семинарских занятий рекомендуется внедрять методики активного обучения (например, работу в малых группах, дискуссии и др.) с целью формирования современных социально-личностных и социально-профессиональных компетенций студентов вуза.

**Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.** Самостоятельная работа студентов в рамках изучаемой дисциплины предусматривает выполнение самостоятельных работ, написание эссе, ознакомление с первоисточниками и подготовку докладов, выполнение индивидуальных и групповых творческих заданий (презентаций).

**Структура курса.** Курс «Социология бизнеса» состоит из двух разделов – исторического и теоретико-методологического. В историческом разделе рассматриваются: классический этап становления социологии бизнеса; основные концепции западных экономических школ в XX в., тенденции развития социологии бизнеса в XXI в. В теоретико-методологическом разделе рассматривается предметная область социологии бизнеса: объект, предмет, цели и задачи, приоритетные направления научного и практического исследования.

Учебным планом специальности на изучение дисциплины «Социология бизнеса» отводится 210 часов, из них аудиторных – 116 часов, в том числе 66 часов лекций и 50 часов семинарских занятий.

**Формы контроля знаний**. Основной рекомендуемой формой текущего контроля знаний являются выступления на семинарских занятиях и выполнение самостоятельных работ. Рекомендуемая итоговая форма контроля знаний – экзамен в устной форме.

**ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ тем** | **Наименование разделов и тем** | **Количество часов** | | |
| **всего** | **лекции** | **семинары** |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* |
| **Раздел I** | **Введение в социологию бизнеса. История становления и развития социологии бизнеса** | **18** | **10** | **8** |
| 1.1 | Социология бизнеса как специальная социологическая теория | 4 | 2 | 2 |
| 1.2 | Классический этап становления социологии бизнеса | 4 | 2 | 2 |
| 1.3 | Современный этап развития социологии бизнеса | 10 | 6 | 4 |
| **Раздел II** | **Бизнес и предпринимательство в структуре общества** | **44** | **22** | **20** |
| 2.1 | Содержание предпринимательства и предпринимательской деятельности | 6 | 4 | 4 |
| 2.2 | Основные формы организации бизнеса | 8 | 4 | 4 |
| 2.3 | Малый, средний и крупный бизнес: социально-экономическая роль | 4 | 2 | 2 |
| 2.4 | Основные формы кооперации и взаимодействия малого, среднего и крупного бизнеса в современной экономике | 6 | 4 | 2 |
| 2.5 | Деловая организация как объект изучения | 6 | 4 | 4 |
| 2.6 | Деловая организация как социокультурная система. Корпоративная культура | 4 | 2 | 2 |
| 2.7 | Бизнес-ассоциации | 4 | 2 | 2 |
| **Раздел III** | **Роль государства в развитии предпринимательства.** | **22** | **12** | **10** |
| 3.1 | Бизнес и власть. | 4 | 2 | 2 |
| 3.2 | Социальная ответственность бизнеса | 4 | 2 | 2 |
| 3.3 | Бизнес-климат. Индекс делового оптимизма | 6 | 4 | 2 |
| 3.4 | Процесс глобализации и международный бизнес | 4 | 2 | 2 |
| 3.5 | Государственное регулирование бизнеса в Беларуси | 4 | 2 | 2 |
| **Раздел IV** | **Бизнес и предпринимательство в Беларуси** | **30** | **16** | **14** |
| 4.1 | Становление и развитие бизнеса в Беларуси | 6 | 4 | 2 |
| 4.2 | Основные формы предпринимательской активности в Беларуси | 8 | 4 | 4 |
| 4.3 | Тенденции развития малого бизнеса | 4 | 2 | 2 |
| 4.4 | Социальный портрет современного предпринимателя | 4 | 2 | 2 |
| 4.5 | Приватизация как фактор становления предпринимательства и в Республике Беларусь | 4 | 2 | 2 |
| 4.6 | Общественное мнение о бизнесе Беларуси | 4 | 2 | 1 |
| **Раздел V** | **Методология и методы социологического исследования бизнеса** | **18** | **6** | **12** |
| 5.1 | Методы социологического обеспечения бизнес-проектов | 6 | 2 | 4 |
| 5.2 | Социологические методы в экспертизе и оценке бизнес-проектов | 6 | 2 | 4 |
| 5.3 | Методика и методология исследования деловой организации | 6 | 2 | 4 |
|  | Итого по разделу | 84 | 48 | 36 |
| **ВСЕГО** | | **116** | **66** | **50** |

**СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Раздел 1. Введение в социологию бизнеса. История становления и развития социологии бизнеса**

**Тема 1.1 Социология бизнеса как специальная социологическая теория.**

Социология бизнеса как специальная социологическая теория. Объект и предмет социологии бизнеса. Понятия бизнес и предпринимательство: различные подходы к трактовке. Задачи исследований в сфере социологии бизнеса.

Особенности метода социологии бизнеса – междисциплинарность, определяемая взаимосвязью экономической и социальной сфер общества, и ориентация на выявление социальных механизмов, регулирующих бизнес-процессы. Основные различия экономического и социологического подходов к анализу бизнес-процессов.

Место и роль социологии бизнеса в системе обществоведческих и социологических наук.

Тема 1.2 Классический этап становления социологии бизнеса

Развитие представлений о предпринимательстве и бизнесе (Платон, Аристотель, идеологи христианства, И. Месснер, Т. Гоббс).

Меркантилисты и представители классической школы о бизнесе и предпринимательстве. (Р. Кантильон, А. Смит, Д. Рикардо, Ж. Сисмонди).

Теоретическое осмысление феноменов «предпринимательство» и «бизнес» в работах К. Маркса.

Бизнес и предпринимательство в теории Т.Веблена. («Теория делового предпринимательства»). Теоретические основы предпринимательства в концепциях В. Зомбарта и М. Вебера.

Институциализация теории бизнеса и предпринимательства. («Center for business history» при Гарвардском университете). А.Коул и Й. Шумпетер о предпринимателе как основном феномене экономического развития, его главной движущей силе.

Тема 1.3 Современный этап развития социологии бизнеса

Инновационные теории предпринимательской деятельности. Двумерная модель предпринимательства Дж. Ронена. Роль предпринимателя в концепции И. Кирцнера. Деперсонализация функции предпринимателя Р. Хизричи и М. Питерс, К. Веспер. Модель предпринимательства Тиммонса.

Социетальный (системный) аспект бизнеса как важнейший элемент социально-экономической системы (Теория корпораций Дж. Гэлбрейта). Неолиберализм социологического анализа экономических явлений (Л. Мизес и Ф. Хайек). Концепции деятельности бизнеса П. Бакли и М. Кассона. Анализ рисковой деятельности как основы бизнес-процессов (М. Фридмен и Д. Сэвэдж).

Анализ социокультурного аспекта бизнеса (П. Верхан). Организационные и управленческие аспекты ведения бизнеса (П. Дракер, Дж., Г. Стивенсон).

**РАЗДЕЛ II**

**Бизнес и предпринимательство в структуре общества**

**Тема 2.1 Содержание предпринимательства и предпринимательской деятельности**

Цели, объекты признаки предпринимательской деятельности. Функции предпринимательства в социальной и экономической сферах. Модели социального поведения предпринимателей. Социальная и экономическая база предпринимательства. Функциональное содержание труда предпринимателей

Подходы к классификации предпринимательской деятельности. Критерии типологии предпринимательства.

Социальное предпринимательство. Самозанятость (фрилансеры). Феномен «вынужденного предпринимательства» (В.В. Радаев).

Тема 2.2 Основные формы организации бизнеса

Индивидуальное предпринимательство как форма ведения бизнеса.

Бизнес как система отношений участников, образующих команду, нацеленную на получение прибыли. Виды бизнеса по направлениям (производство, услуги, торговля).

Классификация бизнеса по организационно-правовой форме. Типы бизнеса по размеру. Венчурный капитал и рисковый бизнес.

Сложные предпринимательские структуры (ассоциация, консорциум, концерн, холдинг, синдикат)

**Тема 2.3 Малый, средний и крупный бизнес: социально-экономическая роль**

Рыночные ниши малого, среднего и крупного бизнеса.

Малый бизнес: понятие, характеристики. Социально-экономическая роль малого бизнеса в развитии страны.

Средний бизнес: понятие, характеристики. Социально-экономическая роль среднего бизнеса в развитии страны.

Крупный бизнес: понятие, характеристики. Социально-экономическая роль крупного бизнеса в развитии страны.

**Тема 2.4 Основные формы кооперации и взаимодействия малого, среднего и крупного бизнеса в современной экономике**

Экономические интересы малого, среднего и крупного бизнеса. Жизненные циклы малого, среднего и крупного бизнеса.

Взаимодействие малого и крупного бизнеса как основа развития экономики.

Основные направления и формы кооперации и взаимодействия среднего и крупного бизнеса в современной экономике (субконтрактация, франчайзинг, лизинг, аутсорсинг, и др.).

**Тема 2.5 Деловая организация как объект изучения**

Значения термина «организация»: объектное, процессное, атрибутивное. Деловая организация как искусственно-естественный феномен, фирма. Отличие фирмы от административных, общественных организаций.

Жизненный цикл деловой организации(фирмы), её: по формам собственности, легитимности, стилям управления, престижности.

Планирование в предпринимательской деятельности. Понятие бизнес-плана.

Структура менеджмента и методология управления современного бизнеса, классификация по функциональным признакам.

Сущность предпринимательского риска и его классификация. Страхование предпринимательских рисков. Коммерческая (предпринимательская) тайна и ее защита

**Тема 2.6 Деловая организация как социокультурная система. Корпоративная культура**

Двойственность деловой организации как массового носителя жизнеобеспечивающих структур и культуры общества. Миссия деловой организации.

Взаимопроникновение формализованных и неформализованных структур фирмы. Проблема социокультурного баланса организации. Особенности трудовой и управленческой культуры.

Корпоративная культура: понятие, функции, модели.

**Тема 2.7 Бизнес-ассоциации.**

Бизнес-ассоциации: понятие, формы становления и институциализации. Функции бизнес-ассоциаций и их роль в развитии бизнеса.

История развития бизнес-ассоциаций. Модели бизнес-ассоциаций: континентальная (европейская) модель, азиатская модель, американская модель. Преимущества бизнес-ассоциаций перед индивидуальными хозяйствующими субъектами в ведении бизнеса.

Отдельные ассоциации: игорного бизнеса грузоперевозчиков. Ассоциации бизнес-ангелов и их роль в развитии инновационной экономики.

**Тема 3.1 Бизнес и власть.**

Диалектика взаимосвязи бизнеса и власти. Трансформация денежного и материального капитала в политический капитал. Проблема взаимодействия бизнеса и власти

Формы взаимодействия бизнеса и государства.

Коррупция как деформированная форма взаимодействия бизнеса и власти. Основные методики оценки коррумпированности чиновников и их влияние на международные бизнес-рейтинги страны. Основные направления борьбы с коррупцией в мировой практике и на постсоветском пространстве.

**Тема 3.2 Социальная ответственность бизнеса**

Понятие корпоративной социальной ответственности. Основные теоретические подходы и трактовки. Влияние формы собственности, размера и региональной специфики субъектов бизнеса на характер и содержание социальной ответственности.

Основные направления корпоративной социальной ответственности (КСО), мотивы и формы социально ориентированного поведения белорусских организаций (предприятий).

Основные группы заинтересованных сторон (стейкхолдеров) и модели взаимодействия с ними, реализуемые организациями (предприятиями).

**Тема 3.3 Бизнес-климат. Индекс делового оптимизма**

Бизнес-климат: понятие, основные структурные компоненты и характеристики. Институциональная среда и влияние ее характеристик на бизнес-климат в стране и регионе.

Методики оценки бизнес-климата.

Индекс делового оптимизма предпринимателей как показатель, рассчитываемый на базе опроса индивидуальных предпринимателей, руководителей малых, средних и крупных предприятий о положении экономики и состоянии делового климата в стране.

Международная методика измерения индекса делового оптимизма. Социологические методы обеспечения измерения индекса делового оптимизма. Сложности и проблемы измерения индекса делового оптимизма.

Интерпретация значений индекса делового оптимизма. Использование индекса делового оптимизма в регулировании бизнес-процессов и бизнес-климата.

**Тема 3.4 Процесс глобализации и международный бизнес**

Сущность и перспективы развития глобализации международного бизнеса.

Взаимосвязь конкурентоспособности и бизнес климата. Глобальный индекс конкурентоспособности Всемирного экономического форума: методология и методика расчета.

Мировой рейтинг конкурентоспособности Лозаннской бизнес школы IMD: методология и методика расчета. Рейтинг легкости ведения бизнеса Всемирного банка и МФК «Doing Business» и его взаимосвязь с конкурентоспособностью: методология и методика расчета.

**Тема 3.5 Государственное регулирование бизнеса в Беларуси**

Конституция Республики Беларусь как правовая основа ведения бизнеса. Многообразие форм собственности и одинаковая их государственная защита. Гарантии свободы экономической деятельности.

Приоритетные сферы государственного регулирования  
предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.

Виды и формы регулирования предпринимательской деятельности в республике Беларусь на современном этапе.

**Тема 4.1 Становление и развитие бизнеса в Беларуси**

Историко-экономические и культурные корни отечественного предпринимательства. Характеристика условий и предпосылок становления бизнеса в Беларуси: экономические, политические, социальные условия и процессы.

Основные этапы в развитии предпринимательства в постсоветской Беларуси. Тенденции накопления капитала. Трансформация форм и направлений бизнеса.

Малый, средний и крупный бизнес в Беларуси: специфика, основные направления хозяйственной деятельности.

Тема 4.2 Основные формы предпринимательской активности Беларуси

Правовое регулирование предпринимательской деятельности.Проблема отнесения той или иной «прибыльной» деятельности к предпринимательству. Предпринимательство как разновидность экономической деятельности. Определение систематичности получения прибыли.

Понятие, формы и виды предпринимательской деятельности.Гражданский кодекс Республики Беларусь и Закон "О предпринимательстве в Республике Беларусь."

Государственная регистрация субъектов предпринимательства. Прекращение деятельности субъектов предпринимательства.

**Тема 4.3 Тенденции развития малого бизнеса**

Значение малого предпринимательства в экономике и факторы, сдерживающие его развитие. Преимущества и недостатки малого бизнеса. Основные тенденции развития малого предпринимательства в развитых странах.

Институциональная среда функционирования малого бизнеса в РБ. Малый Бизнес в Беларуси.

**Тема 4.4 Социальный портрет современного предпринимателя**

Значение комплексного анализа социального портрета предпринимателя в исследовании сферы бизнеса. Междисциплинарный характер исследований феномена предпринимательства.

Формирования новой социальной группы – предпринимательства в постсоветской Беларуси.

Социально-демографические характеристики социальной группы предпринимателей в РБ.

**Тема 4.5 Приватизация как фактор становления**

**предпринимательства и в Республике Беларусь**

Сущность процесса приватизации. Его роль в построении рыночной экономики.

Критерии, принципы, объекты, особенности приватизации в Республике

Этапы процесса приватизации в Беларуси.

**Тема 4.6 Общественное мнение о бизнесе Беларуси**

Общественное мнение: понятие, основные характеристики.Социологические методы изучения общественного мнения.

Организации и институты, изучающие общественное мнение о бизнесе и бизнес-процессах: международные организации, российские организации, белорусские организации и институты.

Общественное мнение о бизнесе в Беларуси. Динамика общественного мнения о бизнесе в Беларуси.

**Раздел V**

**Методология и методы социологического исследования бизнеса**

**Тема 5.1 Методы социологического обеспечения бизнес-проектов**

Бизнес-проекты: понятие, основные характеристики и направления.

Этапы подготовки и реализации бизнес-проектов.

Использование количественных социологических методов для обеспечения бизнес-проектов.

Использование качественных социологических методов для обеспечения бизнес-проектов.

**Тема 5.2 Социологические методы в экспертизе**

**и оценке бизнес-проектов**

Социологическая экспертиза как специальное исследование, имеющее целью выяснение степени и длительности отклонения основных тенденций экономического, социального и политического развития групп и слоев, общества в целом от абсолютных требований основных социально-экономических законов.

Функции социологической экспертизы. Методы социологической экспертизы.

Использование количественных социологических методов в экспертизе бизнес-проектов. Использование качественных социологических методов в экспертизе бизнес-проектов.

**Тема 5.2 Методика и методология исследования деловой организации**

Методология анализа организаций. Системность, интегративность, функциональность.

Основные подходы в диагностике организаций. Анализ деловой активности.

Методики организационной диагностики

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**ЛИТЕРАТУРА**

**Основная**

1. Барков, С. А.  Социология организаций : учебник для вузов / С. А. Барков, В. И. Зубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 414 с. – (Высшее образование).
2. Рохмистров, М. С.  Социология предпринимательства : учебное пособие для вузов / М. С. Рохмистров, С. Н. Рохмистров. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 245 с. – (Высшее образование).
3. Социология предпринимательства : учебное пособие. / Осипов Е. М., Ковальчук В. К., Усов А. И., Халиков М. С. – М.: Русайнс, 2021. – 298 с. – (Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура).

**Дополнительная**

1. Андрос, И. А. Белорусский предприниматель в обществе и государстве : историко-социологический анализ / И. А. Андрос ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 364, [1] с.
2. Гэлбрейт, Д. К. Новое индустриальное общество : избранное : [пер. с англ.] / Д. К. Гэлбрейт ; [редсовет: Автономов В.С. и др. ; под науч. ред. И.В. Филатова]. – М. : Эксмо, 2008. – 1197, [1] с. – (Антология экономической мысли / отв. ред. Л.А. Амелехин).
3. Классика новой экономической социологии : [хрестоматия / сост.] и перевод с англ. и фр. под науч. ред. В.В. Радаева, Г.Б. Юдина ; Высшая шк. экон., Нац. исслед. ун-т. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 380, [1] с. : ил.
4. Осипов, Е. М. Институционализация социального партнерства и малый бизнес : учебное пособие / Е. М. Осипов. – М. : Академический проект, 2017. – 316, [3] с. : ил.
5. Силласте, Г. Г. Экономическая социология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся в бакалавриате и магистратуре по направлению 040100 "Социология" / Г. Г. Силласте ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. – 479 с. – (Социология) (Экономика).
6. Соколова, Г. Н. Экономическая социология : хрестоматия : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по социологическим и экономическим специальностям / Г. Н. Соколова. – Минск : Вышэйшая школа, 2016. – 224 с.
7. Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ : [монография / И.В. Сидорская и др. ; под ред. И.В. Сидорской, В.В Грибанова, Л.Г. Титаренко] ; Белорус. гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2015. – 141, [2] с.
8. Экономическая социология: от классики к современности : антология / [сост., авт. введ., биобиблиогр. сведений и коммент. Г.Н. Соколова] ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларуская навука, 2016. – 440, [1] с.
9. Экономическая социология : учебник для социально-экономических направлений подготовки (бакалавриат) / [М.А. Васьков и др.] ; под науч. ред. К.В. Воденко ; М-во образования Рос. Федерации, Южный федерал. ун-т. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2016. – 250, [1] с. – (Высшее образование).
10. Гордон, Л.А., Клопов, Э.В. Потери и обретения в России девяностых: Историко-социологические очерки экономического положения народного большинства. В 2 т. / Л.А. Гордон, Э.В. Клопов. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 511 с.
11. Барков, С. А. Социология организаций : учебник для вузов / С. А. Барков, В. И. Зубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 414 с.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

**Краткий конспект лекций**

***Тема 1. Предпринимательство и его роль в развитии общества***

Предпринимательство является одним из важнейших факторов развития национальной экономики. Предпринимательство — это сложное социально-экономическое явление, прочно связанное с различными сферами общества — экономической, политической, социальной, культурной, правовой и др. Понятие «предпринимательство» постепенно изменялось по мере развития экономической жизни общества в зависимости от изменения уровня развития производительных сил, отношений собственности, степени развития производственных отношений, форм научно-технического прогресса, развития рыночых отношений и т.п. Более того, предпринимательство является предпосылкой инновационного типа экономического роста, который базируется на предпринимательской инициативе в сфере научно-технической и организационно-экономической деятельности.

Предпринимательство, концентрируя в себе наиболее характерные свойства рыночных отношений, выступает движущей силой жизнедеятельности и развития рыночной экономики. Содействуя росту общественного благосостояния, создавая условия для реализации экономических интересов и способностей.

Предпринимательство (Радаев) – осуществление организационной инновации в целях извлечения прибыли (другого дополнительного дохода).Таким образом, основу предпринимательства составляют три элемента:1)Организационное действие 2)инициирование изменений 3)денежный доход как цель и критерий успеха.

Предпринимательство – свободная экономическая деятельность в условиях конкуренции связанная с риском и ответственностью, направленная на извлечение прибыли из производственных, организационных и рыночный инноваций.

Предпринимательство - это особый вид экономической активности (под которой мы понимаем целесообразную деятельность, направленную на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Предпринимательство – деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями, по производству, оказанию услуг или приобретению и продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или предприятий, организаций (В.Я. Горфинкель).

Предпринимательство – деятельность, которая связана с вложением средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой. Субъектами могут быть как отдельные частный лица, так и объединения партнеров.

Изучение предпринимательства отдельными науками не исключает его общего социологического рассмотрения, которое заключается в том, чтобы раскрыть проблемы в синтезе, в единстве экономических и социальных сторон. Специфика социологического подхода заключается в том, что изучается не отдельная сторона явления, а вся совокупность его черт, т.е. объект рассматривается как целостная система. Главным условием формирования предпринимательства является складывающееся гражданское общество. Одновременно и само предпринимательство является внутренней пружиной функционирования гражданского общества.

(Объектом предпринимательской деятельности является определенная деятельность, в связи с чем выделяют производственное, коммерческое и финансовое предпринимательство. Исходя из критериев масштаба предпринимательство, различают такие его разновидности, как малое, среднее и крупное. Особенностью объектов предпринимательства является постоянный поиск новых способов комбинации ресурсов, что отличает предпринимателя от обычного хозяйственника)

Экономисты рассматривают предпринимательскую деятельность через функциональный подход – т.е. предпринимательство – как функция, необходимая для успешного экономического развития. Фигура предпринимателя остается расплывчатой. Функция реализуется с изрядной долей автоматизма. Социологи – структурный подход – предприниматели как социальный слой. В эмпирических исследованиях обычно к этому слою относят создателей и руководителей новых, в первую очередь негосударственных структур.

**Предметное поле:** помимо экономических функций в сферу исследований социологами вовлекаются:1)элементы предпринимательской культуры, охватывающей способы ведения хозяйства и этику деловых взаимоотношений 2)социальный состав предпринимательских групп, каналы их рекрутирования и место в структурах межличностных связей 3)ценностно-нормативные основы хозяйственных действий 4)выполняемые предпринимателем символические роли, складывающийся вокруг него общественный климат 5)способы самоидентификации различных предпринимательских групп. Социология в отличие от теории управления (менеджмента) рассматривает предпринимательство не как свод абстрактных принципов, а как составляющую конкретных культурно-исторических типов.

*Разграничение понятий бизнес и предпринимательство.*

Под предпринимательством следует понимать инновационную хозяйственно-организационную деятельность, связанную с созданием новых комбинаций факторов производства, в то время как бизнес – это воспроизводство уже сложившихся хозяйственных структур и стереотипов деятельности, ориентированное на извлечение прибыли.

Большинство понятий определяли бизнес – как любой вид деятельности, приносящий доход или личные выгоды. Однако, цель бизнеса – создание потребителя. В настоящее время рассматривается как коммерческая деятельность, определяющая способ существования человека, экономически независимого, полностью отвечающего за принятие решений и их последствия. Статус собственника является определяющим в бизнесе и не обязательным в предпринимательстве. Предпринимательство связано не только с деятельностью по производству товаров и услуг и получением прибыли от их реализации, как бизнес, но и с творческой активностью – поиском новых возможностей для хозяйственной деятельности, переходом к производству новых товаров и услуг, удовлетворением новых потребностей, внедрением организационных новшеств, выходом на новые финансовые и материальные ресурсы.

Тема 2. Основные цели, принципы и функции предпринимательства

**Функции предпринимателя**. С развитием предпринимательской деятельности происходит постепенное расчленение пред-й функции. Вместо одной фигуры появляются несколько:1)финансист – поставщик капитала 2) «изобретатель» технической или маркетинговой идеи – поставщик нового знания 3)эксперт с юридическим или экономическим образованием, предлагающий организационно-правовые формы для создания или трансформации предприятия–поставщик организационной схемы 4)менеджер, выстраивающий структуру внутренних и внешних связей нового предприятия – поставщик управленческих технологий.

*Предпринимательство как функция* – в классических подходах.1)Классики политической экономии – А.Смит, Ф.Кенэ – предприниматель как собственник капитала.2)Организатор производства, не обязательно собственник – Дж.С.Милль, Ж.Б.Сэй. Функциональное разграничение между собственником и предпринимателем у Маркса. Предприниматель как менеджер – А.Маршалл, К.Менгер, Ф.Визер, Л.Вальрас, позже прослеживается у большинства классиков теории предпринимательства. Содержание предпринимательской функции – приспособление производства к изменяющимся условиям рынка, восстановление нарушенного равновесия, более эффективное использование имеющихся ресурсов, удовлетворение возникающего спроса.3)Предпринимательская функция – несение бремени риска и неопределенности в процессе экономического развития – Р.Кантильон, Дж.Тюнен, Г.Мангольт, Ф.Найт. 4)институциональная экономическая теория – предприниматель – субъект, совершающий выбор между контрактными отношениями свободного рынка и организацией фирмы в целях экономии трансакционных издержек **(**[затраты](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%8B), возникающие в связи с заключением контрактов, издержки сбора и обработки информации, издержки проведения переговоров и принятия решений) Р.Коуз, О.Уильямсон.5)Предприниматель как активный преобразователь, инновационный характер предпринимательства, выбор не только из имеющихся альтернатив распределения ресурсов, но и создание новых рыночных возможностей.

Стержень – концепция **Й.Шумпетера**- противопоставляет себя неоклассикам, выводя из процесса кругооборота капитала особую необходимость *предпринимательской функции, которая состоит в осуществлении организационно-хозяйственной инновации – «новые комбинации факторов производства».*Предприниматели не образуют отдельный класс или профессию – именно функция, осуществляемая разными субъектами. Шумпетер в книге «Теория экономического развития»,которая вышла в 1911г,трактует понятие *«предприниматель» как новатор*. *Функция предпринимателя состоит в реализации нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста.*

В соответствии с Гражданским Кодексом Республики Беларусь, все юридические лица, в зависимости от основной деятельности подразделяются на коммерческие и некоммерческие. *Коммерческими организациями* признаются юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве *основной цели* своей деятельности. Коммерческие организации могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, унитарных предприятий. *Некоммерческие организации* не ставят своей целью получение прибыли и распределение ее между участниками.

Предмет деятельности предпринимателя имеет право на реализацию только в случае положительной оценки потребителя*.* Такая оценка осуществляется потребителем и выступает как готовность последнего приобрести тот или иной товар. Предприниматель при планировании и организации своей деятельности не может игнорировать настроения, желания, интересы, ожидания, оценки потребителя. У предпринимателя в условиях рыночной экономики нет иного пути воздействия на потребителя, кроме как действовать в унисон с его интересами. Однако такая ситуация вовсе не означает, что предприниматель обязан действовать только в строгом соответствии с уже выявленными интересами потребителя. Сам предприниматель может формировать спрос потребителя, создавать новые покупательские потребности. К этому как раз и сводится положение о двух способах организации предпринимательской активности: на основе выявленного интереса потребителя или на основе "навязывания" ему нового товара.

Таким образом, *целью предпринимателя* выступает необходимость «завоевать» потребителя, создать круг собственных потребителей.

Основными *принципами* осуществления предпринимательской деятельности являются:

* Самостоятельная реализация своих бизнес - проектов;
* Самостоятельное и ответственное решение проблем бизнеса;
* Способность идти на оправданный предпринимательский риск;
* Нацеленность на получение прибыли, на долговременный коммерческий успех на рынке и др.

В современном мире ***предприниматель*** – *это человек, способный понять перспективу и потребности рынка и сочетать это понимание со знанием в области управления производством и использованием производственных ресурсов в расчете на получение дохода.*

Профессия предпринимателя не имеет четкого определения. Но можно выделить следующие основные функции, наиболее характерные для нее:

Основные функции предпринимателя

|  |  |
| --- | --- |
| Функция | Характеристика |
| Ведение финансов и учета | Задача учета состоит в том, чтобы научиться управлять событиями, оперативно получать информацию о переменных и постоянных издержках, прибыли |
| Кадровая | Предприниматель должен уметь мотивировать людей производительно и эффективно работать, в первую очередь в свое отсутствие, чтобы вместе с ними обеспечить реальное развитие своего бизнеса |
| Материально-техническое обеспечение | Предприниматель определяет, какие материалы необходимы для изготовления его продукции, где, у кого и на каких условиях предполагает закупать необходимые сырье, материалы, комплектующие |
| Производственная функция | Предприниматель определяет место производства, производственную мощность, необходимое оборудование (взятое в лизинг, новое, старое и т.д.), необходимые виды транспортных средств, оценивает возможные издержки производства |
| Маркетинговая функция | Задача предпринимателя – заявить о себе потенциальным покупателям, добиться того, чтобы они приобрели продукцию фирмы за счет рекламы, фирменного знака, внешнего оформление здания, торгового зала, эффективное сервисное обслуживание, различных методы стимулирования продаж |

Субъектами предпринимательства являются предприниматель, потребитель товара или услуги, наемный работник, партнеры по бизнесу и государство. Основным *субъектом предпринимательской деятельности* выступает предприниматель (в не зависимости от организационно-правовой формы). Однако предприниматель — не единственный субъект, в любом случае он вынужден взаимодействовать с потребителем как основным его контрагентом, а также с государством. И потребитель, и государство также относятся к категории *субъектов предпринимательства*, как и наемный работник (если предприниматель работает не в одиночку), и партнеры по бизнесу (если производство не носит изолированного от общественных связей характера).

Во взаимоотношениях предпринимателя и потребителя предприниматель относится к категории активного субъекта, а потребителю свойственна, прежде всего, пассивная роль. При анализе стороны этих взаимоотношений потребитель выполняет роль индикатора предпринимательского процесса. Это понятно, поэтому все то, что составляет предмет деятельности предпринимателя, имеет право на реализацию только в случае позитивной (положительной) экспертной оценки потребителя. Такая оценка осуществляется потребителем и выступает как готовность последнего приобрести тот или иной товар. Предприниматель, при планировании и организации своей деятельности не может игнорировать настроения, желания, интересы, ожидания, оценки потребителя.

У предпринимателя в условиях рыночной экономики нет иного пути воздействия на потребителя, кроме как действовать, удовлетворяя его интересы и потребности. Однако такая ситуация вовсе не означает, что предприниматель обязан действовать только в строгом соответствии с уже выявленными интересами потребителя. Сам предприниматель может формировать спрос потребителя, создавать новые покупательские потребности.

Основной целью предпринимателя выступает необходимость «завоевать» потребителя, создать круг собственных потребителей. Основными средствами воздействия предпринимателя на потребителя выступают следующие факторы:

- новизна товара и его соответствие интересу потребителя;

- качество;

- цена товара;

- степень универсальности товара;

- внешний вид и упаковка;

- позитивные отличительные характеристики товара от товаров других производителей и возможность потребителя ознакомиться с такими отличиями;

- возможность воспользоваться услугами послепродажного сервиса;

- соответствие общепринятым или государственным стандартам;

- престижность и привлекательность рекламы товара и др.

Таким образом, если с точки зрения общественного производства именно предприниматель выступает в роли активного субъекта, то с точки зрения самого предпринимательского процесса, его содержания и эффективности активную роль играет потребитель, и предприниматель не может игнорировать этот факт.

Роль государства как субъекта предпринимательского процесса может быть различной в зависимости от общественных условий, ситуации, складывающейся в сфере деловой активности, и тех целей, какие ставит перед собой государство. Государство должно быть ускорителем предпринимательского процесса, когда оно ведет постоянный и активный поиск мер по вовлечению в предпринимательский процесс новых экономических агентов.

Наемный работник как реализатор идей предпринимателя также относится к группе субъектов предпринимательского процесса. Именно от него зависит эффективность и качество реализации предпринимательской идеи.

Каждому экономическому субъекту свойственны свои собственные интересы. Что касается предпринимателя и наемного работника, то часть их планов совпадает (чем выше прибыль, тем выше заработная плата наемного работника), а часть носит противоположный характер (предприниматель не заинтересован в высокой оплате труда, а наемный работник заинтересован). В таких случаях стороны вынуждены идти на поиск компромиссных вариантов, что и составляет основу взаимоотношений этих двух субъектов предпринимательского процесса.

В современных условиях хозяйствования каждый предприниматель функционирует в условиях достаточно глубокой специализации производства, возникшей на основе разделения труда. От предпринимателя требуется умение — и даже предрасположенность — действовать в союзе с другими предпринимателями и вести постоянный поиск наиболее эффективных партнерских связей, в ходе которого предприниматель осуществляет переориентацию своей деятельности.

Партнерские связи (реальные и потенциальные) играют весьма важную роль в предпринимательстве. Каждый предприниматель при планировании своей деятельности, при разработке бизнес-плана обязательно учитывает возможность установления необходимых партнерских связей. К примеру, если Вы планируете производить шкафы-купе, то обязательно постараетесь определить, где, у кого и на каких условиях предположительно сможете приобретать все необходимое для организации производства (сырье и материалы, мебельную фурнитуру, оборудование, и т. д.). Без такого подхода невозможно планирование предпринимательской деятельности. Таким образом, при планировании своей деятельности предприниматель рассматривает партнера (партнеров) как субъект предпринимательского процесса, от формы взаимоотношений с которым зависит уровень эффективности его деятельности.

Не допускается занятие предпринимательской деятельностью должностным лицам и специалистам, работающим в органах государственной власти и управления, прокуратуры и судах.

**Формы предпринимательства**

|  |  |
| --- | --- |
| Форма | Характеристика |
| ***Частная*** | Осуществляемая индивидуальными предпринимателями или юридическими лицами на основе собственного имущества и различных форм привлечения собственности других физических и юридических лиц |
| ***Коллективная*** | Осуществляемая на основе собственности группы граждан и различных форм привлечения имущества других физических и юридических лиц |
| ***Контрактная*** | Осуществляемая руководителем фирмы на основе контракта с собственником имущества |

Тема 3. Основные организационно-правовые структуры предпринимательства в Республике Беларусь

Предпринимательская деятельность может осуществляться в виде индивидуальной трудовой деятельности, а также в различных организационно-правовых формах юридических лиц.

***Индивидуальный предприниматель.*** Предпринимательство без образования юридического лица – это индивидуальные предприниматели, которые вправе использовать для производства и (или) реализации товаров, а также выполнения работ, оказания услуг одновременно в совокупности не более четырех торговых объектов (торговых мест на торговых объектах, являющихся самостоятельными торговыми объектами), торговых мест на рынках, объектов, в которых индивидуальные предприниматели оказывают услуги (выполняют работы) потребителям, включая транспортные средства, применяемые для перевозок пассажиров и грузов на основании специального разрешения (лицензии), иных объектов, используемых для осуществления предпринимательской деятельности (для хранения товаров, их переработки и др.).

Достоинствами индивидуального предпринимателя являются:

* простота организации и низкие организационные издержки;
* минимальная величина начального капитала;
* полная самостоятельность, гибкость, свобода и оперативность действий;
* конфиденциальность деятельности;
* максимальная побудительность мотивов для заинтересованных в успехе бизнеса.

Недостатками являются:

* неограниченная ответственность по долгам;
* недостаток специализированного менеджмента;
* ограниченные возможности для расширения собственного дела.

**Унитарное предприятие** – это юридическое лицо, не наделенное правом собственности на закрепленное за ним собственником имущество. Унитарное предприятие действует на основании Устава, утвержденного собственником. Устав унитарного предприятия должен содержать кроме обычных сведений (наименование, местонахождение и др.) сведения о предмете и целях деятельности предприятия, а также о размере уставного фонда предприятия, порядке и источниках его формирования. Унитарные предприятия имеют ряд *особенностей*, отличающих их от других коммерческих организаций.

* В форму хозяйствования унитарного предприятия заложен *принцип унитарности*, который означает, что соответствующая коммерческая организация не наделяется правом собственности на закрепленное за ней имущество. Собственником этого имущества остается учредитель такой организации.
* *Имущество* унитарного предприятия является *неделимым* и ни при каких условиях не может быть распределено по вкладам, долям и паям, в том числе между работниками унитарного предприятия. В этом заключается главное отличие унитарного предприятия от других коммерческих организаций – хозяйственных обществ и товариществ, производственных кооперативов.
* Унитарные предприятия имеют *особый имущественный статус*, согласно которому право собственности сохраняется за учредителем, а имущество закрепляется за унитарным предприятием лишь на ограниченном вещном праве (хозяйственного ведения либо оперативного управления).
* Существенной особенностью, отличающей унитарное предприятие от других коммерческих организаций, является *управление* таким предприятием. Руководитель унитарного предприятия назначается собственником либо уполномоченным собственником органом, им он и подотчетен.

Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не несет ответственности по обязательствам собственника этого имущества. Имущество унитарного предприятия находится в государственной либо частной собственности физического или юридического лица. Управление унитарным предприятием осуществляет руководитель, назначаемый собственником имущества либо уполномоченным собственником органом и ему подотчетным.

**Производственный кооператив *-*** добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов

Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Прибыль кооператива распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием, если иной порядок не предусмотрен уставом кооператива. В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации кооператива и удовлетворения требований его кредиторов.

Высший орган управления - общее собрание членов кооператива. Исполнительный орган - правление и (или) председатель - осуществляет текущее руководство деятельностью кооператива, подотчетен наблюдательному совету и общему собранию членов кооператива.

Производственный кооператив может быть добровольно реорганизован в хозяйственное товарищество или общество, а также в унитарное предприятие в случаях, когда в составе кооператива осталось менее трех членов или ликвидирован.

Достоинствами производственного кооператива являются:

* Прибыль распределяется между его членами не пропорционально их паям, а в соответствии с их трудовым вкладом.
* Законодательством не ограничивается число членов кооператива.
* Равные права всех членов в управлении кооперативом, так как каждый из них имеет только один голос.

Недостатками являются:

* Число членов в кооперативе не должно быть меньше трех, существенно ограничиваются возможности их создания.
* Каждый член кооператива несет субсидиарную ответственность по обязательствам производственного кооператива в равных долях, если иное не определено в уставе, в пределах, установленных уставом, но не меньше величины полученного годового дохода в производственном кооперативе (ст. 107 Гражданского Кодекса Республики Беларусь).

Согласно Гражданскому Кодексу Республики Беларусь ***хозяйственными товариществами и обществами*** признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным капиталом.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного или коммандитного товарищества. Хозяйственные товарищества представляют собой договорные объединения нескольких лиц для совместного ведения предпринимательской деятельности под общим именем (общей фирмой).

Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно друг с другом несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества. Лицо может быть участником только одного полного товарищества. Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников.

*Особенности полного товарищества*:

* Предпринимательская деятельность его участников признается деятельностью самого товарищества как юридического лица.
* При недостатке имущества товарищества для погашения его долгов кредиторы вправе требовать удовлетворения из личного имущества любого из участников (или всех вместе). Поэтому деятельность товарищества основана на лично-доверительных отношениях всех его участников, утрата или изменение которых влекут прекращение деятельности товарищества.
* Любой из участников полного товарищества занимается предпринимательской деятельностью от имени товарищества в целом, поэтому для создания и функционирования полного товарищества не требуется устав, устанавливающий компетенцию его органов. Единственным учредительным документом такой коммерческой организации служит учредительный договор.

Преимущества полного товарищества:

- Возможность аккумулирования значительных средств в относительно короткие сроки.

- Каждый член полного товарищества имеет право заниматься предпринимательской деятельностью от имени товарищества наравне с другими.

- Полные товарищества более привлекательны для кредиторов, так как их члены несут неограниченную ответственность по обязательствам товарищества.

Недостатки полного товарищества:

- Между полными товарищами должны быть особые доверительные отношения, в противном случае может быстро наступить распад этой организации;

- Каждый член полного товарищества несет полную и солидарную неограниченную ответственность по обязательствам этой организации, т.е. в случае банкротства каждый член отвечает не только вкладом, но и личным имуществом.

Управление полным товариществом осуществляется по общему согласию всех участников. Учредительным договором могут быть предусмотрены случаи, когда решение принимается большинством голосов участников. Каждый участник имеет один голос и вправе знакомиться со всей документацией по ведению дел товарищества.

Коммандитным товариществом признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества всем своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников (вкладчиков, коммандитов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

*Коммандитное товарищество* характеризуется следующими *особенностями*:

* Коммандитное товарищество состоит из двух групп участников – полных товарищей и вкладчиков. Полные товарищи осуществляют предпринимательскую деятельность от имени самого товарищества и несут неограниченную и солидарную ответственность по обязательствам товарищества. Другая группа участников – вкладчики (коммандиты) – лишь дает вклады в имущество товарищества, но не отвечает своим личным имуществом по его обязательствам. Таким образом, в коммандитном товариществе допускается использование капитала сторонних лиц (вкладчиков), т.е. появляется возможность привлечения дополнительных средств не за счет имущества полных товарищей, что является их преимуществом по сравнению с полными товариществами.
* Вкладчики не вправе участвовать в управлении делами коммандитного товарищества. Они могут выступать от его имени не иначе как по доверенности.
* Вкладчики коммандитного товарищества обладают тремя имущественными правами, связанными с внесением ими вклада в имущество товарищества: право на получение причитающейся на их долю части прибыли товарищества; за вкладчиками сохраняется возможность свободного выхода из товарищества после окончания финансового года с получением своего вклада; вкладчик может передать свою долю или ее часть как другому вкладчику, так и третьему лицу, при этом согласие товарищества или полных товарищей не требуется.

Управление деятельностью коммандитного товарищества осуществляется полными товарищами. Вкладчики не вправе участвовать в управлении делами товарищества, но могут выступать от его имени по доверенности.

***Хозяйственные общества*** – коммерческие организации, создаваемые двумя или более лицами путем объединения их имущества для ведения предпринимательской деятельности. Учредителями хозяйственных обществ могут быть физические лица, коммерческие и некоммерческие организации.

Действующее законодательство предусматривает возможность создания трех видов хозяйственных обществ: общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью и акционерное общество.

Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное двумя или более лицами общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Общество с ограниченной ответственностью имеет следующие особенности:

* является разновидностью объединения капиталов, не требующего обязательного личного участия своих членов в делах общества;
* раздел уставного капитала общества на доли участников и отсутствие ответственности последних по долгам общества;

Преимуществаобществ с ограниченной ответственностью:

* возможность быстрого аккумулирования значительных средств;
* ООО не может быть создано одним лицом;
* члены общества несут ограниченную ответственность по обязательствам общества.

Недостатки: ООО менее привлекательны для кредиторов, так как члены общества несут только ограниченную ответственность по обязательствам общества.

Обществом с дополнительной ответственностью признается учрежденное двумя или более лицами общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в пределах, определяемых учредительными документами общества, но не менее размера, установленного законодательными актами. При экономической несостоятельности (банкротстве) одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества.

и возмещения им убытков.

Высший орган управления ООО и ОДО – общее собрание участников.

Исполнительный орган может быть коллегиальным (правление, дирекция) и

(или) единоличным (директор), осуществляет текущее руководство

деятельностью ООО (ОДО), подотчетен совету директоров и общему собранию

участников.

Акционерным обществом признается общество, уставный фонд которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерное общество, участник которого может отчуждать принадлежащие ему акции с согласия других акционеров и (или) ограниченному кругу лиц, признается закрытым акционерным обществом. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц. Учредители акционерного общества заключают между собой договор, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по созданию общества, размер уставного фонда общества, категории выпускаемых акций и порядок размещения, а также иные условия, предусмотренные законодательством об акционерных обществах.

Учредительным документом акционерного общества является его устав, утвержденный учредителями. Открытая подписка на акции акционерного общества не допускается до полной оплаты уставного фонда. При учреждении акционерного общества все его акции должны быть распределены среди учредителей. Законодательными актами или уставом акционерного общества могут быть установлены ограничения суммарной номинальной стоимости или количества простых (обыкновенных) и (или) привилегированных акций, принадлежащих одному акционеру, либо доли принадлежащих ему таких акций в общем объеме уставного фонда акционерного общества.

Высшим органом управления в акционерном обществе является общее собрание его акционеров. К исключительной компетенции общего собрания акционеров относятся:

1) изменение устава общества, в том числе изменение размера его уставного фонда;

2) избрание членов совета директоров (наблюдательного совета) и ревизионной комиссии (ревизора) общества и досрочное прекращение их полномочий;

3) утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, счетов прибыли и убытков общества и распределение его прибыли и убытков;

4) решение о реорганизации или ликвидации общества.

В обществе с числом акционеров более пятидесяти создается совет директоров (наблюдательный совет). В случае создания совета директоров (наблюдательного совета) уставом общества в соответствии с законодательством об акционерных обществах должна быть определена его исключительная компетенция. Исполнительный орган общества может быть коллегиальным (правление, дирекция) и (или) единоличным (директор, генеральный директор). Он осуществляет текущее руководство деятельностью общества и подотчетен совету директоров (наблюдательному совету) и общему собранию акционеров. К компетенции исполнительного органа общества относится решение всех вопросов, не составляющих исключительную компетенцию других органов управления обществом, определенную законодательными актами или уставом общества.

***Представительства и филиалы хозяйственного общества.*** Хозяйственное общество может в порядке, установленном настоящим Законом и иным законодательством, создавать представительства и филиалы, которые не являются юридическими лицами и действуют от имени этого общества на основании положений, утвержденных создавшим их хозяйственным обществом.

Представительством хозяйственного общества является обособленное подразделение хозяйственного общества, расположенное вне места нахождения этого общества и осуществляющее представительство и защиту его интересов, совершающее от его имени сделки и иные юридические действия.

Филиалом хозяйственного общества является обособленное подразделение хозяйственного общества, расположенное вне места нахождения этого общества и осуществляющее все или часть его функций, в том числе функции представительства.

Представительства и филиалы хозяйственного общества наделяются имуществом создавшего их хозяйственного общества, которое учитывается отдельно на балансе этого общества. Руководитель представительства или филиала хозяйственного общества назначается хозяйственным обществом и действует на основании доверенности этого общества, выданной в порядке, установленном законодательством. Создание хозяйственным обществом его представительств и филиалов за пределами территории Республики Беларусь осуществляется в соответствии с законодательством иностранного государства по месту нахождения представительств и филиалов, если иное не предусмотрено международными договорами Республики Беларусь. Ответственность за деятельность представительств и филиалов хозяйственного общества несет создавшее их хозяйственное общество.

Дочерние и зависимые общества. Хозяйственное общество признается дочерним, если другое (основное) хозяйственное общество или товарищество в силу преобладающего участия в его уставном фонде, либо в соответствии с заключенным между ними договором, либо иным образом имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом. Дочернее общество не отвечает по долгам основного общества (товарищества). Основное общество (товарищество), которое имеет право давать дочернему обществу, в том числе по договору с ним, обязательные для него указания, отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение таких указаний. В случае экономической несостоятельности (банкротства) дочернего общества по вине основного общества (товарищества) последнее несет субсидиарную ответственность по его долгам. Участники (акционеры) дочернего общества вправе требовать возмещения основным обществом (товариществом) убытков, причиненных по его вине дочернему обществу, если иное не установлено законодательством о хозяйственных обществах.

2.2.2. Сложные предпринимательские структуры

Цель создания хозяйственных объединений – защита своих прав, координация деятельности, представление общественных интересов, обеспечение устойчивого положения на рынке в результате широкой диверсификации деятельности, обеспечение ритмичности и бесперебойности поставок сырья и материалов, уменьшение конкуренции и противостояние сильным конкурентам. Организация и деятельность объединения предприятий любой формы должны строиться на следующих основных принципах:

* добровольность объединения на основе общности экономических интересов;
* равноправие участников совместной деятельности;
* свобода выбора организационной формы объединения;
* самоуправление участников и объединения в целом;
* организация отношений между участниками на договорной основе.

Предприятия, входящие в состав объединения, сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. Руководящие органы объединения не наделяются распорядительной властью в отношении предприятий, входящих в объединение, и выполняют свои функции на основе договоров с предприятиями. Для создания хозяйственных объединений необходимо как минимум два участника. Различают следующие виды хозяйственных объединений:

1. Ассоциация – добровольное объединение организаций, создаваемое в целях

координации производственно-хозяйственной деятельности, для углубления специализации совместных производств на основе объединения своих финансовых и материальных ресурсов. Ассоциация не является вышестоящей организацией. Она выполняет только те функции и полномочия, которые ей добровольно делегируют участники. Это как совещательный и координирующий орган. В ассоциации отсутствует взаимная ответственность по долгам участников и ассоциации в целом, если иное не предусмотрено учредительными документами.

1. Концерн – сложный многоотраслевой комплекс (промышленность,

торговля, транспорт), участники которого объединились для достижения каких-либо общих целей. Объединение осуществляется на основе заключенного между его участниками соглашения. Участники концерна не могут одновременно участвовать в других подобных объединениях без согласия концерна. В концерне обязательно создается обособленный орган управления – дирекция (совет директоров), который осуществляет управление и контроль за деятельностью предприятий концерна, в состав которого входят представители всех участников объединения. В Беларуси действуют концерны «Беллегпром», «Белнефтехимпром» и др.

1. Консорциум – временное соглашение между банками и производственными

организациями для совместного осуществления проекта, соединение производственного и банковского капитала для реализации крупных объектов.

1. Холдинг – добровольное объединение и передача учредителями контрольных

пакетов акций контролируемых ими компаний в качестве своей доли в уставный фонд материнской компании. При чистом холдинге владельцем контрольных пакетов акций осуществляется финансовый контроль и управление дочерними компаниями. При смешанном холдинге материнская компания в дополнение к своему основному бизнесу занимается еще и конкретным видом хозяйственной деятельности.

Указ Президента Республики Беларусь № 458 от 24.10.2011 «О внесении дополнений и изменений в некоторые указы Президента Республики Беларусь по вопросам создания и деятельности холдингов» расширил перечень участников холдинга. Наряду с хозяйственными обществами и унитарными предприятиями участниками холдинга могут быть иные коммерческие организации, а также некоммерческие организации. Это позволит включать в состав холдинга, в частности, научно-исследовательские и проектные организации, обычно создаваемые в форме учреждений. Холдинги могут быть созданы на основе договора доверительного управления акциями (долями в уставных фондах) дочерних компаний, а также иного договора, в соответствии с которым управляющей компанией приобретаются права по управлению деятельностью дочерних компаний холдинга. Установлено право управляющей компании формировать централизованный фонд за счет отчислений от прибыли участников холдинга, остающейся в их распоряжении после уплаты налогов, других обязательных платежей в бюджеты. Это позволит укрепить технологические и кооперационные связи в холдинге, проводить централизованную инвестиционную политику в отношении объединившихся предприятий, активизирует внутренние финансовые резервы.

Предусмотрено освобождение от налогообложения денежных средств, полученных управляющей компанией холдинга для формирования централизованного фонда от дочерних компаний, а также полученных ими из централизованного фонда. Предусмотрено также освобождение от налогообложения налогом на прибыль имущества, безвозмездно получаемого участником холдинга от других его членов на основании решения управляющей компании. Однако эта норма распространяется только в отношении тех дочерних компаний, в имуществе которых управляющей компании принадлежит более 50%. Участникам холдинга предоставлено право на основании решения управляющей компании безвозмездно передавать друг другу денежные средства, товары, работы, услуги, имущественные права, причем в упрощенном порядке без необходимости заключения соответствующего договора. Все эти меры позволят создать более благоприятные экономические условия для организации и функционирования холдингов в Беларуси

Холдинг создается по решению управляющей компании холдинга или собственника. Холдинг считается созданным и приобретает статус холдинга с даты его регистрации, осуществляемой Министерством экономики, которое ведет Государственный реестр холдингов.

До подачи документов для регистрации холдинга управляющей компанией холдинга (собственником или уполномоченным им лицом) должно быть получено согласие антимонопольного органа на его создание в соответствии с Законом Республики Беларусь от 10 декабря 1992 года "О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции". Для регистрации холдинга управляющая компания холдинга (собственник или уполномоченное им лицо) представляет в Министерство экономики:

- заявление о регистрации холдинга;

- решение о создании холдинга, принятое управляющей компанией холдинга в порядке, определенном ее уставом, или собственником;

- копии документов, подтверждающих государственную регистрацию коммерческих организаций - участников холдинга, заверенные их руководителями, а для участников холдинга - нерезидентов Республики Беларусь - легализованную выписку из торгового регистра страны учреждения, датированную не позднее одного года до дня подачи заявления о регистрации холдинга, или иное эквивалентное доказательство юридического статуса иностранной организации в соответствии с законодательством страны ее учреждения с переводом на белорусский или русский язык (подпись переводчика нотариально удостоверяется), подтверждающее государственную регистрацию этой иностранной организации.

Регистрация холдинга осуществляется Министерством экономики в день подачи документов путем проставления штампа на заявлении о регистрации холдинга и внесения сведений о холдинге в Государственный реестр холдингов. Не позднее двух рабочих дней, следующих за днем регистрации холдинга, Министерство экономики выдает свидетельство о регистрации холдинга с перечнем участников холдинга по форме, установленной данным Министерством.

Свидетельство о регистрации холдинга с перечнем участников холдинга выдается на неопределенный срок, если в заявлении о регистрации холдинга не будет указан иной срок, предусмотренный решением о его создании. Холдинг считается зарегистрированным со дня проставления штампа на заявлении о его регистрации и внесения сведений о холдинге в Государственный реестр холдингов.

Управляющая компания холдинга:

- выступает от имени участников холдинга в отношениях, связанных с созданием и деятельностью холдинга;

-проводит согласованную финансовую, инвестиционную и производственную политику холдинга;

- разрабатывает планы перспективного развития холдинга.

5) Синдикат представляет собой объединение организаций, которое

осуществляет всю коммерческую деятельность (определение цен, сбыт продукции, закупка сырья, комплектующих) через единую торгово-закупочную фирму, имеющую статус юридического лица.

Коммерческие организации с иностранными инвестициями. Это юридическое лицо, в уставном фонде которого частично или полностью используются иностранные инвестиции. Могут быть: коммерческие совместные (СП) либо коммерческие иностранные (ИП) организации. Совместное предприятие на территории Республики Беларусь – юридическое лицо Республики Беларусь, уставный фонд которого состоит из доли иностранного инвестора и доли физических и/или юридических лиц РБ. Иностранное предприятие – юридическое лицо Республики Беларусь, в уставном фонде которого иностранные инвестиции составляют 100%. Коммерческая организация с иностранными инвестициями может осуществлять любые виды деятельности, если они не запрещены законодательством Республики Беларусь и соответствуют целям, предусмотренным в уставе этой организации. В соответствии с законодательством Республики Беларусь, предприятия с иностранными инвестициями могут создаваться в различных хозяйственных формах: ООО, ЗАО, унитарных предприятий и т.д. Учредителями совместных и иностранных предприятий с иностранной стороны могут быть как юридические, так и физические лица.

### *Тема 4. Основные формы предпринимательской активности в Беларуси*

Предпринимательская деятельность весьма разнообразна. Любой бизнес в той или иной степени связан с основными фазами воспроизводственного цикла – производством продукции и услуг, обменом и распределением товаров, их потреблением. В зависимости от сферы деятельности различают следующие *виды предпринимательства*:

- производственное;

- коммерческое;

- финансовое;

- консультационное (консалтинговое).

Виды предпринимательства

|  |  |
| --- | --- |
| Вид | Характеристика |
| Производст  венное | Здесь осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказываются услуги. К производственному предпринимательству относятся инновационная, научно-техническая деятельность, непосредственно производство товаров и услуг, производственное их потребление, а также информационная деятельность в этих областях. Результатом производственной деятельности предпринимателя являются реализация продукции или работ, услуг покупателю, потребителю и выручка определенной суммы денег. |
| Коммер  ческое | Оно характеризуется операциями и сделками по купле и продаже товаров и услуг. Здесь быстрее можно получить отдачу. Эта сфера, во многом ограниченная ранее, благодаря усилиям энергичных, инициативных людей стала стремительно развиваться, главным образом как частное, индивидуальное предпринимательство. Полем деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные биржи и торговые организации |
| Финан  совое | Сфера его деятельности – обращение, обмен стоимостей. Финансовая деятельность проникает и в производственную, и в коммерческую, однако она может быть и самостоятельной: банковское, страховое дело и др. Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются страховые компании, коммерческие банки и фондовые биржи |
| Консульта  тивное | Оно имеет множество направлений и, сопоставляя уровень его развития в нашей стране с другими развитыми странами, можно сделать вывод, что в ближайшие годы консалтингу предстоит стремительно развиваться. Начинающим предпринимателям может оказываться помощь в открытии своего дела, а в последующем – в консультировании по различным аспектам деятельности. |

Говоря об инновационном предпринимательстве, следует упомянуть и о получившем в последние годы широкое развитие венчурном бизнесе. *Венчурный бизнес – это* бизнес, ориентированный на практическое использование технических и технологических новинок, результатов научных достижений, еще не опробованных на практике. Венчурным бизнесом обычно занимается коммерческая научно-техническая организация, занятая разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с неопределенным заранее доходом, т.е. с рискованным вкладом капитала.

Венчурный бизнес базируется на принципах разделения и распределения риска. Оно позволяет авторам идей, не имеющим в достаточном объеме собственных средств, реализовать эти идеи в практической деятельности. Опыт преуспевающих зарубежных компаний показывает, что большинство предпринимателей всячески стараются избегать использования венчурного капитала. Это связано с тем, что такой капитал предоставляется в обмен на огромную долю будущей прибыли бизнесмена. Венчурные инвесторы берут на себя ответственность за высокую степень риска коммерческой организации в обмен на получение столь же высоких доходов от возможного будущего его роста. Инвесторы могут играть как активную, так и пассивную роль в деятельности организации с высокой степенью риска, могут участвовать в управлении организации, если это связано с достижением их собственных целей.

Венчурный бизнес имеет ряд преимуществ перед другими формами организации инновационного предпринимательства в малом бизнесе: высокая гибкость, динамизм и др. Венчурное финансирование зародилось в начале 60-х годов в США, в 80-х его объем достиг скромного первого миллиарда долларов. С этого в большой степени началась экономика информационных технологий и биотехнологий. В настоящее время США и Европа переживают бум венчурного инвестирования. В США – первой стране венчурного капитала – с 1990 по 1995 годы венчурными капиталистами вкладывалось в среднем 3-5 млрд. долларов в год примерно в тысячу с небольшим компаний.

Беларусь готова к тому, чтобы начать эффективно развивать венчурный бизнес. Владельцы денежных средств начинают понимать, что вложение на несколько лет является нормой, более того, оно может быть эффективным.

# **Особым видом предпринимательской деятельности является** *финансовое (или финансово-кредитное) предпринимательство.* ***Коммерческий банк* – это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе преимущественно коммерческие организации, осуществляющие прием денежных вкладов (депозитов) и другие расчетные операции по поручению клиентов. Источником доходов коммерческого банка является разница между процентными ставками депозитных (привлеченных) и ссудных средств.**

Рынок ценных бумаг подразделяется на первичный и вторичный. На первичном рынке осуществляется первоначальное распределение ценных бумаг, которые только что выпущены. На вторичном рынке ценных бумаг идет купля-продажа уже выпущенных и находящихся в обращении. Вторичный рынок ценных бумаг представлен прежде всего фондовыми биржами. В Республике Беларусь действует *ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа».* На бирже осуществляются кассовые и срочные сделки. Кассовые сделки – это сделки, по которым ценные бумаги оплачиваются в день совершения операции или по истечении 1-3 дней. Кассовые сделки обычно заключают инвесторы – лица и предприятия, государство, которые осуществляют долгосрочные вложения своих средств в ценные бумаги с целью получения дохода.

В отличие от инвесторов, на рынке ценных бумаг действуют и биржевые спекулянты, которые покупают и продают ценные бумаги для быстрого получения прибыли за счет игры на колебаниях курсов. Мировой опыт показывает, что деятельность спекулянтов приносит пользу. Если на рынке начнут действовать одни инвесторы, может возникнуть ситуация, когда на рынке не окажется ни одного продавца, покупатель будет вынужден ждать. На рынке должна быть группа людей, постоянно готовых покупать и продавать. Они обеспечивают плавающее предложение акций.

*Страховое предпринимательство*заключается в том, что предприниматель гарантирует страхователю имущества, ценности, жизни за определенную плату компенсацию возможного ущерба, в результате непредвиденного бедствия. Страхование имущества, здоровья, жизни есть особая форма финансово-кредитного предпринимательства, заключающаяся в том, что предприниматель получает страховой взнос, выплачивая страховку только при определенных обстоятельствах. Так как вероятность наступления таких обстоятельств невелика, то оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

В последние годы все большее развитие получает такая перспективная форма, как ***консультативное предпринимательство***. Оно имеет множество направлений и, сопоставляя уровень его развития в нашей стране с другими развитыми странами, можно сделать вывод, что в ближайшие годы консалтингу предстоит стремительно развиваться. Начинающим предпринимателям может оказываться помощь в открытии своего дела, а в последующем – в консультировании по различным аспектам деятельности.

Наиболее известны и применяемы три вида консультирования: экспертное, процессное и обучающее.

*Экспертное консультирование* - пассивная форма консалтинга. Консультант самостоятельно осуществляет диагностику, разработку решений и рекомендаций по их внедрению, а клиент при этом обеспечивает консультанта всей необходимой информацией.

При *процессном консультировании* специалисты консалтинговой организации на всех этапах разработки проекта активно взаимодействуют с клиентом, предлагая ему высказывать свои идеи, предложения. Консультант совместно с клиентом анализирует проблемы и разрабатывает конкретные предложения по повышению эффективности проекта.

При *обучающем консультировании* главной задачей специалистов является подготовка почвы для возникновения идей и выработки конкретных решений. Консультант проводит для клиента лекции, семинары, разрабатывает методические рекомендации и оказывает необходимую теоретическую и практическую помощь. В практике работы применяются комбинации всех трех методов консультирования.

В промышленно развитых странах консультационные услуги много лет являются одним из важнейших элементом инфраструктуры рыночной экономики, поэтому консалтинг выделен в отдельную отрасль. Управленческое решение не принимается без использования консультантов. Консалтинговые услуги могут быть самыми разнообразными. Европейский справочник-указатель консультантов по менеджменту в настоящее время выделяет 84 вида консалтинговых услуг, объединяемых в восемь групп: общее управление, администрирование, финансовое управление, управление кадрами, маркетинг, производство, информационная технология, специализированные услуги.

Тема 5. Создание предпринимательских структур и программа приватизации в РБ

*Этап 1. Выбор организационно-правовой формы предпринимательства*.

Наиболее популярными организационно-правовыми формами юридических лиц сегодня являются унитарное предприятие, общество с ограниченной ответственностью (ООО) и общество с дополнительной ответственностью (ОДО). При выборе между ними можно руководствоваться следующими критериями:

1) Количество лиц, намеренных зарегистрировать юридическое лицо. Если планируется открывать юридическое лицо без партнеров, то выбор один — унитарное предприятие. Если же число учредителей будет два и более, то регистрируется ООО или ОДО;

2) Юридический адрес. ООО или ОДО должно иметь под юридический адрес помещение, которое принадлежит ему либо на праве собственности, либо на праве аренды. То же требование предъявляется и к унитарному предприятию, но при этом собственник имущества унитарного предприятия при определенных условиях вправе зарегистрировать юридическое лицо и по месту жительства. Условия эти следующие:

• или жилое помещение принадлежит ему на праве собственности (находится в долевой или совместной собственности). В таком случае унитарное предприятие регистрируется в этом помещении с согласия иного собственника (всех собственников), а также всех совершеннолетних членов его семьи (и членов семьи всех собственников), проживающих в этом помещении;

• или предприниматель постоянно проживает в жилом помещении (кроме жилого помещения государственного жилищного фонда), о чем свидетельствуют отметка в документе, удостоверяющем личность, либо сведения в карточке регистрации (домовой книге). В этом случае для регистрации юр. лица понадобится согласие собственника (всех собственников) жилого помещения частного жилищного фонда, а также проживающих в помещении всех совершеннолетних членов семьи собственника (всех собственников).

Законодательство прямо запрещает производственную деятельность (выполнение работ, оказание услуг) в жилом помещении, являющемся местонахождением унитарного предприятия, без перевода этого помещения в нежилое. А также постановлением Совмина от 15.12.2008 № 1924 с 1 января 2009 года отменена льгота для собственников жилого помещения, которое используется под юридический адрес унитарного предприятия, когда в течение первого года после государственной регистрации плата за техобслуживание и коммунальные услуги взималась по ставкам для населения. Сегодня плата за техобслуживание жилого дома и коммунальные услуги рассчитывается сразу с даты регистрации унитарного предприятия по тарифам, обеспечивающим полное возмещение экономически обоснованных затрат на их оказание (что значительно увеличивает квартплату). Поэтому прежде чем регистрировать унитарное предприятие по месту жительства, необходимо хорошо подумать, стоит ли;

3) Наличие в штате бухгалтера. Директор унитарного предприятия может вести бухучет и составлять отчетность лично, не принимая в штат бухгалтера. В иных юридических лицах бухгалтер обязательно должен быть в штате, за исключением случаев, когда ведение бухучета поручено специализированной организации или ИП;

4) Выход из состава учредителей. Если учредитель ООО или ОДО захочет выйти из состава учредителей, он может продать свою долю в уставном фонде другому учредителю либо третьему лицу. Если же учредитель унитарного предприятия решит прекратить свой бизнес, продав его кому-либо, то он не сможет это сделать простой куплей-продажей доли, поскольку является собственником всего имущества унитарного предприятия. В этом случае он столкнется со сложной и достаточно дорогой процедурой продажи предприятия как имущественного комплекса.

*Этап 2. Подготовка учредительных документов*

Решение о создании унитарного предприятия оформляется решением учредителя, а ООО и ОДО — протоколом собрания учредителей. Данные документы в исполком представлять не надо. Тем не менее, они понадобятся при открытии временного счета, если вы будете формировать уставный фонд деньгами.

При создании юридического лица оформляются:

• при создании унитарного предприятия — устав, который утверждается решением учредителя о создании унитарного предприятия;

• при создании ООО или ОДО — учредительный договор и устав, который утверждается протоколом учредительного собрания.

*Этап 3. Согласование наименования юридического лица*

До подачи документов в исполком учредителям необходимо согласовать наименование юридического лица. Эта процедура регулируется Положением о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций, утвержденным постановлением Совмина от 05.02.2009 № 154, и конкретизируется постановлением Минюста от 05.03.2009 № 20 «О согласовании наименований юридических лиц».

Согласовать наименование может учредитель юридического лица либо иное лицо по доверенности. Для этого ему необходимо подать в Мингорисполком или облисполком заявление (бланк заявления можно взять в исполкоме либо на сайте www.minsk.gov.by) и доверенность. Причем эти документы можно не только подать лично (тогда понадобится документ, удостоверяющий личность), но и отправить по почте, подать заявку в электронном виде посредством веб-портала ЕГР (www.egr.gov.by). При личном обращении наименование согласуют в этот же день, а если заявление поступит в регистрирующий орган по почте — в течение 2 дней. После этого вам выдадут справку о согласовании наименования юридического лица. Ее дату и номер нужно будет указать в заявлении о государственной регистрации. Использовать согласованное наименование для регистрации юридического лица нужно в течение 3 месяцев (на такой срок согласованное наименование резервируется за заявителем).

*Этап 4. Выбор юридического адреса*

В Положении о регистрации сказано, что учредители юридического лица должны определить предполагаемое место его размещения. Указание на «предполагаемое» место расположения наталкивает на мысль, что в заявлении о государственной регистрации можно указать любой адрес, зарегистрироваться по нему, потом найти постоянный офис, заключить договор аренды и уведомить исполком о смене местонахождения. К тому же документы, подтверждающие юридический адрес, в исполком не представляются.

*Этап 5. Формирование уставного фонда (УФ)*

Требование о соблюдении минимальных размеров УФ отменено (минимальные размеры УФ остались только для ЗАО — 100 БВ, ОАО — 400 БВ).

Юридические лица, в уставном фонде которых иностранные инвестиции составляют объем, эквивалентный не менее чем 20000 долларов США, и которые преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и (или) распределяют полученную прибыль между участниками, признаются на территории Республики Беларусь коммерческими организациями с иностранными инвестициями. Юридические лица приобретают статус коммерческих организаций с иностранными инвестициями с даты государственной регистрации коммерческих организаций с иностранными инвестициями.

Таким образом, учредители могут определить любой размер УФ. Однако не целесообразно формировать его в совсем уж небольшом размере. Сразу после регистрации юридическое лицо сталкивается с вопросами арендной платы, закупки товаров, выплаты зарплаты работникам и т.д. А поскольку деятельность только начинается и прибыли может пока не быть, именно УФ и можно использовать для этих целей.

При формировании УФ за счет денег учредитель (ООО и ОДО — уполномоченный другими учредителями) должен открыть в одном из банков Беларуси временный счет, на который будут вноситься денежные вклады (согласно Инструкции о порядке открытия и закрытия банками и небанковскими кредитно-финансовыми организациями банковских счетов, утвержденной постановлением Правления Нацбанка от 20.06.2007 № 127). Позже, когда будет открыт расчетный счет, нужно будет временный счет закрыть и распорядиться перечислить деньги на расчетный счет. При формировании УФ в неденежной форме до подачи документов в регистрирующий орган необходимо провести оценку стоимости неденежного вклада.

Вкладом в уставный фонд коммерческой организации могут быть вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, либо иные отчуждаемые права, имеющие денежную оценку. Оценка для целей передачи объекта оценки в качестве вклада в уставный фонд позволяет сформировать реальный уставный фонд организации и отразить в балансе рыночную стоимость неденежного вклада (нематериального актива).

Для оценки имущества, вносимого в виде неденежного вклада в уставный фонд юридического лица необходимо предоставить следующие документы и информацию:

- справка о согласовании наименований вновь созданного юридического лица;

- реквизиты учредителей юридического лица (для физических лиц - паспортные данные);

- список передаваемого имущества;

- документы, удостоверяющие право собственности на передаваемые права (договора, иные сведения);

- техническая и бухгалтерская документация на оцениваемое имущество (при необходимости).

Обязательную экспертизу достоверности оценки неденежного вклада проводят следующие исполнители экспертизы:

- Фонд государственного имущества Государственного комитета по имуществу - в отношении имущества, находящегося в государственной собственности, вносимого в виде неденежного вклада в уставный фонд коммерческой организации с иностранными инвестициями (в отношении объектов интеллектуальной собственности - совместно с государственным учреждением "Национальный центр интеллектуальной собственности");

- государственное учреждение "Национальный центр интеллектуальной собственности" - в отношении объектов интеллектуальной собственности, находящихся в государственной собственности, вносимых в виде неденежного вклада в уставный фонд юридического лица (за исключением объектов интеллектуальной собственности, находящихся в государственной собственности, вносимых в виде неденежного вклада в уставный фонд коммерческой организации с иностранными инвестициями);

- уполномоченные исполнители экспертизы - государственные организации, организации, доля государственной собственности в уставном фонде которых составляет более 50 процентов, организации, созданные Белорусской торгово-промышленной палатой - в отношении имущества, находящегося в государственной собственности, вносимого в виде неденежного вклада в уставный фонд юридического лица (за исключением случаев, указанных в абзаце втором и третьем настоящего пункта);

- уполномоченные исполнители экспертизы - в отношении имущества, находящегося в частной собственности юридического лица, а также имущества, находящегося в собственности физического лица, в том числе индивидуального предпринимателя, вносимого в виде неденежного вклада в уставный фонд юридического лиц.

*Этап 6. Подача документов в регистрирующий орган*

Юридические лица регистрируются по месту их нахождения. Полномочиями по государственной регистрации юридических лиц наделены облисполкомы и Брестский, Витебский, Гомельский, Гродненский, Минский, Могилевский горисполкомы. При этом облисполкомы делегировали часть полномочий гор- и райисполкомам (в Минске — администрациям районов). Правдивость указанных в заявлении о государственной регистрации сведений никто не проверяет, но если указать ложные, то впоследствии можно лишиться бизнеса.

Сотрудник регистрирующего органа, приняв документы, в этот же день:

• поставит на уставе юридического лица штамп, свидетельствующий о проведении госрегистрации, выдаст один экземпляр устава и внесет в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ЕГР) запись о госрегистрации. Юридическое лицо считается зарегистрированным с даты проставления штампа на уставе и внесения сведений в ЕГР;

• представит в Минюст необходимые сведения о юридическом лице для включения их в ЕГР.

Не позднее следующего рабочего дня выдадут свидетельство о госрегистрации и в течение 5 рабочих дней — документы, подтверждающие постановку на учет в налоговых органах, органах госстатистики, фонд социальной защиты населения (ФСЗН), Белгосстрахе.

Учетный номер плательщика (УНП) совпадает с регистрационным номером. Если в течение 5 рабочих дней, пока ожидаются документы, подтверждающие постановку на учет в налоговых органах, понадобится где-либо указать УНП, он совпадает с регистрационным номером, указанным в свидетельстве о государственной регистрации юридического лица.

*Этап 7. Изготовление печати*

Наличие у юридического лица устава со штампом, свидетельствующим о госрегистрации, является основанием для обращения за изготовлением печатей (штампов) в штемпельно-граверные организации. Специальные разрешения на изготовление печатей (штампов) сейчас не нужны.

Вместе с проштампованным оригиналом устава (на практике могут потребоваться еще и копии титульного и первого листов) изготовителю печати нужно представить:

• заявление, подписанное руководителем юридического лица, с указанием основания обращения (регистрация юридического лица);

• эскизы печатей (штампов) в одном экземпляре, подписанные руководителем юридического лица;

• документ, подтверждающий право на товарный знак (знак обслуживания) в случае размещения в печати товарного знака (знака обслуживания).

Печать изготовят в течение нескольких дней.

*Этап 8. Открытие расчетного счета*

Декрет № 1 предусматривает упрощенный порядок открытия текущих (расчетных) счетов субъектов хозяйствования. Так, для открытия счета в банк представляются:

• заявление на открытие текущего (расчетного) счета;

• копия (без нотариального засвидетельствования) устава, имеющего штамп, свидетельствующий о проведении госрегистрации;

• карточка с образцами подписей должностных лиц юрлица, имеющих право подписи документов для проведения расчетов, и оттиска печати. Причем подлинность подписей и оттиска печати на карточках с их образцами заверять нотариально теперь не нужно — их заверит сотрудник банка.

Положение о регистрации уже не требует получать удостоверение руководителя коммерческой организации. Сейчас документами, подтверждающими полномочия руководителя, могут быть приказ, контракт, решение учредителя (для унитарного предприятия), протокол общего собрания участников (для ООО и ОДО).

*Этап 9. Обращение в ИМНС, ФСЗН и Белгосстрах*

Регистрирующий орган в течение пяти рабочих дней со дня внесения записи о государственной регистрации субъекта хозяйствования в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей выдает документ, подтверждающий постановку на учет в налоговых органах, органах государственной статистики, органах Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, регистрацию в Белорусском республиканском унитарном страховом предприятии «Белгосстрах».

*Этап 10. Оформление приказа на директора*

Директор вступает в должность в соответствии с уставом, в котором определено, что сам учредитель является и директором (эта норма вносится в устав на основании соответствующих положений решения учредителя). На основании этой нормы устава создается приказ о вступлении в должность директора.

Приватизация в Беларуси длится с 1991 года. С 2008 года в Республике Беларусь приватизация осуществляется на плановой основе и характеризуется масштабностью. Основными целями преобразования предприятий в открытые акционерные общества являются:

* Повышение уровня развития страны за счет привлечения прямых инвестиций (зарубежных и отечественных);
* Использование новых и высоких технологий, передового управленческого опыта;
* Решение бюджетных задач, связанных с пополнением бюджета и исключением прямого финансирования государством.

***Приватизация*** - это приобретение физическими и юридическими лицами права собственности на объекты, принадлежащие государству.

В результате приватизации государство полностью или частично утрачивает права владения, пользования и распоряжения государственной собственностью, а государственные органы утрачивают права непосредственного управления этим имуществом.

*Основными принципами* проведения приватизации в Республике Беларусь по Закону «О разгосударствлении и приватиза­ции государственной собственности в Республике Бела­русь» являются:

- сочетание возмездного и безвозмездного способов приватизации;

- право каждого гражданина Республики Беларусь на часть безвозмездно передаваемой государственной собст­венности;

- дифференциация методов, форм и процедур прива­тизации;

- разграничение компетенции по осуществлению приватизации между органами государственной власти и управления различных уровней;

- предоставление определенных социальных гаран­тий членам трудовых коллективов приватизируемых пред­приятий;

- контроль за осуществлением приватизации со сто­роны государства;

- обеспечение широкой гласности процесса приватизации;

- постепенность и поэтапность;

- соблюдение законности.

Помимо сохранения социальной стабильности на конкретном предприятии приватизация выполняет и глобальные функции: привлечение инвестиций для модернизации предприятий через механизм акционирования.

*Органами государственного управления*, уполномоченными осуществлять разгосударствление и приватизацию, являются:

* в отношении объектов республиканской собственности – республиканский орган государственного управления. Находящийся в подчинении Совета Министров Республики Беларусь - Государственный комитет по имуществу Республики Беларусь;
* в отношении объектов коммунальной собственности – органы приватизации местных Советов депутатов.

*Объектами приватизации* являются:

- предприятия торговли, общественного питания, бытового обслуживания, строительства; предприятия, перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию и обслуживающие сельское хозяйство;

- арендные предприятия, которые реформируются путем выкупа арендованного государственного имущества и создания открытых акционерных обществ;

- государственное жильё;

- государственные предприятия;

- доли (паи, акции), принадлежащие Республике Беларусь, административно-территориальным единицам, в имуществе субъектов хозяйствования.

*Субъектами приватизации* могут быть:

- граждане Республики Беларусь;

- юридические лица Республики Беларусь, деятельность которых основана на негосударственной форме собственности;

- иностранные инвесторы;

- лица без гражданства;

- трудовые коллективы.

Приватизация осуществляется в *двух формах*: путем безвозмездной пе­редачи либо продажи государственной собственности.

Це­лью безвозмездной приватизации является передача части государственной собственности только гражданам Респуб­лики Беларусь для обеспечения социального равенства в процессе перехода к рыночной экономике. Порядок распре­деления безвозмездно передаваемого государственного имущества определяется Президентом Республики Беларусь.

*Приватизация путем продажи* осуществляется следующими способами:

- продажа объектов государственной собственности на аукционе, по конкурсу;

- продажа акций, принадлежащих государству, в том числе на льготных условиях в соответствии с законодатель­ством Республики Беларусь;

- выкуп арендованного имущества арендным пред­приятием.

Продажей объекта государственной собственности на аукционе является его приобретение физическим или юри­дическим лицом в собственность на открытых торгах, когда от покупателя не требуется выполнения каких-либо усло­вий (аукцион без условий) или когда от покупателя требу­ется выполнение определенных условий (аукцион с усло­виями), устанавливаемых органом приватизации.

При про­даже объекта государственной собственности на аукционе с условиями от покупателя требуется выполнение каких-либо из установленных законом, следующих условий:

- сохранение назначения или профиля объекта приватизации,

- сохранение или создание рабочих мест,

- выполнение инвестиционных программ,

- сохранение исторического характера объекта приватизации, являющегося историко-культурной ценно­стью.

Победителем аукциона признается участник, предло­живший в ходе торгов максимальную цену.

Продажей объекта государственной собственности по конкурсу является его приобретение физическим или юри­дическим лицом в собственность, когда от покупателя тре­буется выполнение определенных условий, устанавливае­мых органом приватизации.

Победителем конкурса призна­ется участник, предложение которого наилучшим образом соответствует установленному критерию. При прочих рав­ных условиях победителем конкурса признается участник, предложивший наивысшую цену.

При продаже на аукционе с условиями и (или) по кон­курсу предприятий, имеющих до 100 рабочих мест, у которых задолженность по финансовым обязательствам равна активной части баланса или превышает ее, начальная цена на такой объект устанавливается в размере одной базовой величины.

Собственник приватизированного таким обра­зом объекта обязан в установленном порядке погасить за­долженность перед государством и иными кредиторами, сохранить определенное число рабочих мест, обеспечить производственно-хозяйственную деятельность предприятия и выполнить другие условия договора купли-продажи этого объекта. Продажа государственных объектов на конкурсах и аукционах осуществляется только за денежные средства.

Способами разгосударствления и приватизации также являются:

- преобразование государственных, основанных на праве хозяйственного ведения, унитарных и арендных предприятий в ОАО;

- внесение государственного имущества, сданного в аренду, в уставный фонд ОАО, создаваемого на базе арендного предприятия.

***Тема 6.Функциональное содержание труда предпринимателей***

Предпринимательство состоит главным образом в реформировании производства путем использования изобретений, РАЗНООБРАЗНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ВЫПУСКА НОВЫХ ИЛИ СТАРЫХ, НО НОВЫМ способом товаров, открытия новых источников сырья, рынков сбыта, реорганизации производства и т.д.Содержание предпринимательской деятельности – **осуществление новых комбинаций факторов производства**  (разнообразные нововведения). Предпринимательство – универсальная общеэкономическая функция любой общественной формации, оно сочетается с выполнением различных видов деятельности – управлением, научными разработками. Статус собственника не является обязательным свойством предпринимателя.

Побудительным **мотивом** для предпринимательской деятельности служит получение прибыли (личного дохода), необходимой для развития предпринимательской фирмы, расширения своего дела и стимулирования занятых работников. Однако, как показывает опыт это *не определяющий мотив* – он заранее предопределен, ибо без получения прибыли предприниматель не сможет продолжить начатое дело, предприятие не сможет само развиваться. Поэтому при создании собственного дела или расширении существующего важнейшим условием является технико-экономическое обоснование планируемого (прогнозируемого) объема полученной прибыли (дохода).Определяющий мотив при создании собственного дела – *конструктивная неудовлетворенность человека своим экономическим, материальным и социальным положением в обществе.* Возможность самовыражения личности, желание граждан законным путем повышать свои доходы. **Мотивы** – психологическая концепция Д.Макклелланда – *потребность в достижении.*

Предпринимательство включает в себя исполнение множества **ролей:**

1)владение капиталом, основанное на частной собственности, распоряжением им в целях развития дела 2)ориентация хозяйственной деятельности на получение прибыли и ее последующую капитализацию. Социологическая традиция 19в. Рассматривала эти 2 функции как самые важные.3)комбинирование факторов производства с целью нахождения вариантов максимальной рентабельности и прибыльности; управленческая деятельность, ориентированная не только на рутинное воспроизводство, но и на оптимальную адаптацию к меняющимся условиям рынка; 4)предприниматель выступает в роли экономически активного субъекта, действующего на рынке самостоятельно, по собственной инициативе и ориентированного на свободу выбора, принятие решений и присвоение результатов; 5)экономическая свобода предпринимателя предполагает и его ответственность за принятые решения, которую он несет также самостоятельно 6)деятельность предпринимателя никогда не реализуется в условиях полной ясности и предсказуемости результатов, поэтому он несет бремя риска, связанного с неопределенностью многих факторов хозяйственной деятельности в условиях свободного рынка, а также с внешними социальными и политическими обстоятельствами, с возможными природными и техногенными катастрофами и т.д.7)важнейшей ролью предпринимателя является участие в свободной конкуренции, с которой связаны не только активность, инициатива, риск и ответственность, но и высокие ориентации к достижению успеха, лидерству 8) предприниматель выступает качестве носителя инновационного, творческого начала в хозяйствовании, предлагает новые пути решения проблем, отыскивает новые возможности.

Одно из наиболее значимых проявлений предпринимательства как социальной роли – *феномен «вынужденного предпринимательства» (* В.В. Радаев). Повышение предпринимательской активности приходится на кризисные периоды – проявление адаптации населения к изменившимся условиям жизни. Статистические данные отражают в этом контексте положительную связь с уровнем безработицы, отрицательную связь с экономическим ростом.

Социальные позиции предпринимательских групп. Неустойчивость – разрыв между прогнозируемыми и текущими доходами, зависимость от массы внешних факторов, не просчитываемая возможность провала. Сопротивление нововведениям со стороны общества – стабильность против слома устоявшихся порядков. Предпринимательство открывает каналы вертикальной социальной мобильности – возможность изменить социальный статус. Этническое предпринимательство – успешное этническое предпринимательство – турки в Германии, выходцы из Индии и Бангладеш в Великобретании, североафриканцы во Франции. Объясняется маргинальностью социального положения и склонностью к предпринимательству. Дискриминация на рынке труда, ограниченные возможности достижения более высокого социального статуса, чужая культурная среда, языковой барьер и прохладное отношение коренного населения. Не все этносы в равной мере успешно проявляют себя в предпринимательстве. Например, афрокарибские народности (за исключением Кубы),латиноамериканцы, а среди европейцев ирландцы сильно уступают по своей активности другим этносам. Причина скорее всего в характере социальных отношений, вырабатываемых в процессе исторического развития того или иного этноса. Явно преуспевают этнические меньшинства, для которых характерны высокая интенсивность внутренних связей и коллективная поддержка.

### *Тема 7. Социальный портрет современного предпринимателя*

**Психологический портрет предпринимателя**: личная энергия и воля к действию (Шумпетер, Ф.Визер),сочетание ума и фантазии (В.Зомбарт),интеллект и нацеленность на новое знание (И.Кирцнер), воображение и изобретательность (Дж.Шэкль).

В современном мире ***предприниматель*** – *это человек, способный понять перспективу и потребности рынка и сочетать это понимание со знанием в области управления производством и использованием производственных ресурсов в расчете на получение дохода.*

Предпринимательская деятельность связана с формированием определенного типа (типов) личности, с особыми механизмами становления и развития личностей предпринимателей и всей социальной

группы предпринимателей в целом.

При этом, предпринимательская деятельность является одной из специфических сфер, относительно новых для нашего общества, точнее, восстанавливающихся, в которой происходит своеобразное массовое самовыражение и самоутверждение человека, обладающего определенным внутренним складом. Впрочем, предпринимательством может заниматься практически любой человек, с любыми способностями и задатками.

Сфера предпринимательства связана с формированием специфического образа жизни своих субъектов, членов их семей, оказывает влияние на все другие формы их жизнедеятельности.

Предпринимательская деятельность, безусловно, оказывает влияние на общественное сознание на всех его уровнях, на духовную жизнь своих носителей и общества в целом. Она формирует и поддерживает особые элементы морали — нравственные основы предпринимательства, его ценностные ориентации, установки.

С предпринимательством связаны также специфические виды социального отчуждения (обособленности), а не только экономического, что нужно учитывать и крайностям проявления чего нужно уметь противодействовать, например, не допускать всевластия чистогана, погони за

барышом в ущерб социальным ценностям личности в обновляющемся обществе вообще, и личности самого предпринимателя в частности.

Социальная структура предпринимательства страны в целом, региона, территории (в частности, города) есть совокупность всех категорий предпринимателей и социальных (общественно-значимых) отношений между ними, то есть отношений по поводу положения предпринимателей в той или иной из этих категорий.

Основными элементами социальной структуры предпринимательства выступают различные отдельные группы предпринимателей, состоящие из предпринимателей, имеющих те или иные общие (сходные, близкие) социально-значимые признаки.

Социально-экономическая неоднородность предпринимательства предопределяет различия в социальном качестве различных групп предпринимателей. Эти различия связаны с дальнейшей дифференциацией предпринимательства, к его внутренней социальной неоднородности.

Различают конституирующие, функциональные признаки выделения групп предпринимателей (критерии образования соответствующих групп) и атрибутивные, внешние для самого предпринимательства признаки.

Первые — это характер и содержание предпринимательской деятельности, ее

сложность, квалификация. Вторые — это образование предпринимателей,

размеры их доходов, характер поведения в свободное от основной деятельности время и т.д.

Принадлежность к той или иной предпринимательской группе характеризует социальный статус данного человека как предпринимателя.

Различия в социальном положении в сообществе предпринимателей образует социальную дистанцию между предпринимателями различных групп.

Сегодня особо нужно выделять две основные группы предпринимателей:

1) предпринимателей — руководителей преобразуемых государственных предприятий

2) предпринимателей — руководителей вновь образуемых предприятий (фермеров, владельцев частных фирм, компаний и т.п.). Причем, здесь нужно учитывать их предыдущую биографию (среди второй группы есть много выходцев из бывшего госсектора экономики, а также из различных государственных и общественных структур, которые, правда, тоже носили огосударствленный характер).

Можно говорить об определенной мере социальных различий между отдельными группами предпринимателей, как уже существующими, так и теми, которые только начали формироваться.

Тема 8. Планирование в предпринимательской

Деятельности

Предприниматель, собирающийся начать свою деятельность, должен четко представлять, какие финансовые, материальные и трудовые ресурсы ему потребуются, каковы их источники, уметь определять эффективность использования ресурсов в ходе работы фирмы. Разработать стратегию и тактику будущей деятельности коммерческой организации, своевременно подготовиться к работе, предусмотреть потенциальные трудности и уменьшить степень риска в решении поставленных задач поможет детально разработанный бизнес- план.

Планирование предпринимательской деятельности включает такие ***элементы***:

* определяются цели организации в количественных показателях и сроки их достижения;
* анализируются рыночные условия и достижимые показатели продажи на определенный период;
* анализируются причины и факторы разницы показателей конкурентов и своей организации;
* разрабатывается управленческая политика, сводящая к минимуму разницу желаемого и реального уровня развития;
* устанавливается порядок и очередность мер для достижения результатов.

Планирование развития бизнеса бывает краткосрочным (1-2 года), среднесрочным (2-5 лет) и долгосрочным (5 и более лет). Планирование является неотъемлемой частью деятельности любой предпринимательской структуры независимо от ее размеров. Результаты исследований прогрессивных технологий и рынка, решение организационно-управленческих и финансовых проблем, связанных с созданием нового дела и реализацией предпринимательского проекта, должны получить отражение в бизнес-плане.

В соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 08.08.2005 № 873 «О прогнозах, бизнес-планах развития и бизнес-планах инвестиционных проектов коммерческих организаций» на руководителей коммерческих организаций возлагается персональная ответственность за отсутствие в руководимых ими организациях утвержденных прогнозов развития этих организаций на пять лет, бизнес-планов их развития на год, бизнес-планов инвестиционных проектов (в ред. постановления Совмина от 28.08.2006 N 1091).

***Прогнозы развития*** разрабатываются коммерческими организациями один раз в пять лет в двухмесячный срок после доведения им органами государственного управления показателей программы социально-экономического развития Республики Беларусь на очередные пять лет.

***Бизнес-планы развития*** разрабатываются коммерческими организациями ежегодно в двухмесячный срок после доведения им органами государственного управления показателей прогноза социально-экономического развития Республики Беларусь на очередной год.

***Бизнес-планы инвестиционных проектов*** разрабатываются коммерческими организациями не позднее чем за три месяца до начала реализации этих проектов.

Единые прогноз развития и бизнес-план развития могут разрабатываться:

* в целом для подчиненного органу государственного управления объединения, в состав которого входят коммерческие организации;
* для коммерческой организации и созданных ею дочерних организаций.

Банки рассматривают бизнес-планы развития и бизнес-планы инвестиционных проектов, реализуемые с привлечением кредита, и готовят по этим бизнес-планам заключение по установленной банками форме. Бизнес-планы инвестиционных проектов, прошедшие необходимые экспертизу и согласование органами государственного управления, направляются коммерческими организациями в Министерство экономики для проведения экспертизы.

Прогнозы развития и бизнес-планы развития разрабатываются коммерческими организациями в соответствии с отраслевыми рекомендациями по их разработке, а бизнес-планы инвестиционных проектов - в соответствии с нормативными правовыми актами Министерства экономики. В прогнозах развития, бизнес-планах развития и бизнес-планах инвестиционных проектов в обязательном порядке указываются руководители и структурные подразделения коммерческих организаций, ответственные за достижение доведенных и контролируемых органами государственного управления показателей деятельности этих организаций.

В соответствии с постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 31.08.2005 № 158 "Об утверждении Правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов" (в ред. от 07.12.2007 № 214) правила составления бизнес-планов инвестиционных проектов выделяют ключевые этапы и последовательность проведения исследований, определяют единые требования к структуре, содержанию и оформлению бизнес-планов инвестиционных проектов

***Бизнес-план инвестиционного проекта*** разрабатывается в случаях обоснования:

* возможности привлечения организацией инвестиций в основной капитал, долгосрочных кредитов, займов;
* целесообразности оказания организации, реализующей инвестиционный проект, мер государственной поддержки.

В состав бизнес-плана инвестиционного проекта входят: титульный лист, содержание, описательная часть бизнес-плана, приложения, справочные и иные материалы, подтверждающие исходные данные. Описательная часть ***бизнес-плана инвестиционного проекта*** должна состоять из следующих основных разделов:

* «Резюме»;
* «Характеристика организации и стратегия ее развития»;
* «Описание продукции»;
* «Анализ рынков сбыта. Стратегия маркетинга»;
* «Производственный план»;
* «Организационный план»;
* «Инвестиционный план»;
* «Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности»;
* «Показатели эффективности проекта»;
* «Юридический план».

Ориентировочный объем описательной части бизнес-плана должен составлять не менее 20 страниц при проведении расчетов в соответствии с упрощенными требованиями и не менее 40 страниц - при проведении расчетов в полном объеме.

Бизнес-план развития представляет собой модель организации производства и реализации продукции, включающую анализ экономической ситуации, с которой может столкнуться фирма, и определение способов ее решения на предстоящий год. Целью разработки бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности фирмы на ближайший год в соответствии с потребностями рынка и возможностями приобретения необходимых ресурсов. Бизнес-план поможет предпринимателю определить направления деятельности организации и рынки сбыта, сформулировать краткосрочные и долгосрочные цели фирмы, оценить издержки производства и финансовое положение фирмы. Наличие грамотно составленного бизнес-плана может способствовать новому бизнесу добывать капитал, привлечь инвесторов и партнеров, необходим для обоснования использования различных видов финансирования, найма квалифицированного персонала, установления приоритетов при развертывании производства.

В состав бизнес-плана развития входят: титульный лист, содержание, описательная часть бизнес-плана и приложения к нему, которые брошюруются в отдельную книгу; справочные и иные материалы, подтверждающие исходные данные по бизнес-плану, которые брошюруются в отдельную книгу.

На титульном листе указываются названия проекта, организации - инициатора проекта (инвестора), организации - разработчика бизнес-плана, утверждающие подписи руководителей организации - инициатора проекта (инвестора) и организации - разработчика бизнес-плана, заверенные печатью, дата утверждения бизнес-плана, требования конфиденциальности документа.

Функции бизнес-плана развития:

- Планирование будущей хозяйственной деятельности на предстоящий год.

- Возможность использования для разработки стратегии бизнеса.

- Контрольная функция с целью внутреннего контроля для проверки достигнутых результатов.

- Средство рекламы организации.

Содержание разделов бизнес-плана развития

Бизнес-план развития начинается с пояснительной записки. Объем первого раздела не превышает 2-3 страницы, но должен быть написан четко, кратко, просто и произвести благоприятное впечатление на кредиторов и инвесторов, убедить их в целесообразности и эффективности вложения средств в организацию фирмы. Здесь приводится обоснование целесообразности и эффективности создания фирмы, определяются основные цели, стратегия и мероприятия для их достижения, какую продукцию будет выпускать фирма, какие средства потребуются и откуда их получить, какие планируются затраты и чистая прибыль, сроки возвращения инвестиций и уровень их прибыльности, условия работы фирмы, данные о создании и ее регистрации, контактные телефоны.

В начале пояснительной записки излагается:

* сведения о предприятии (название предприятия, его местонахождение), назначение и цели деятельности организации;
* численность работников, их качественный состав;
* виды деятельности, в том числе основные.

В конце пояснительной записки должны быть изложены основные финансовые результаты, ожидаемые предпринимателем:

* прогнозные объемы продажи на ближайшую перспективу;
* выручка от продажи;
* затраты на производство;
* чистая прибыль;
* сроки окупаемости и возврата заемных средств.

Прочтя внимательно представленное резюме, можно сразу представить весь бизнес-план.

В разделе *«Виды продукции (услуг»* приводится описание всех видов продукции или услуг, которые будут предложены фирмой на рынке. Приводятся основные показатели, дизайн, фирменный знак, прилагаются рисунки, фото. Указывается, какие потребности будет удовлетворять продукция, каковы спрос на нее и цена, каковы ее преимущества по сравнению с конкурентами. Здесь должны быть изложены ответы на следующие вопросы:

- какие потребности удовлетворяет продукт;

- отличие от продуктов конкурента;

- юридическая защита особенностей продукта или технологий.

Необходимо также привести и другие официальные документы: сертификаты, заключения экспертов, подтверждающие качество предлагаемого продукта. Кроме того, в данный раздел необходимо обязательно включить фотографию или очень хороший рисунок товара, позволяющий составить о нем достаточно четкое представление, пусть даже и без наличия готового образца. В этом разделе должны содержаться примерная цена продажи предлагаемых товаров и затраты на их производство, а значит, и ожидаемая прибыль от продажи каждой единицы. Здесь же характеризуются основные качественные показатели товара, преимущества его дизайна и особенности упаковки, в которой товар будет предложен на рынок. В этом же разделе приводится характеристика организации сервиса.

В разделе бизнес-плана «Характеристика отрасли деятельности организации» кратко приводятся основные показатели отрасли, в которой будет действовать организация:

* объем выпуска продукции в денежном и натуральном выражении;
* предполагаемый удельный вес продукции предприятия в общем объеме отрасли;
* примерная численность работников отрасли и создаваемого предприятия;
* рентабельность аналогичной продукции или близких по специализации предприятий;
* рынки сбыта продукции отрасли, аналогичной той, которую собирается выпускать предприятие, и др.

При описании отрасли, в которой предполагает действовать предприниматель, нужно не просто оценить нынешнее состояние отрасли, а постараться спрогнозировать тенденции и соответствующие способы поведения создаваемого предприятия в зависимости от различных направлений развития отрасли.

В разделе «Рынки сбыта продукции» четко определяются потенциальные покупатели продукции, и на каких рынках будет действовать организация. Здесь необходимо выявить целевые рынки, возможности выхода на внешний рынок, какие рынки наиболее выгодны по коммерческой эффективности.

Анализ рынка сбыта является для предпринимателя ключевым моментом

для определения масштабов производства, требуемой технологии и оборудования, объемов внешнего кредитования. В данном разделе бизнес-плана необходимо постараться определить следующее:

* характеристики рынка: емкость, степень насыщения, тенденции изменения спроса на товар;
* величину прогнозируемого объема продаж: предполагаемая доля предприятия на рынке, прогнозируемый рост продажи товаров;
* потенциальные покупатели: количество, характеристика по демографическим признакам, по уровню доходов, по месту проживания и др.

Опыт показывает, что неудача большинства провалившихся со временем коммерческих проектов была связана со слабым изучением рынка и переоценкой его емкостей. Объем раздела примерно 5 – 6 страниц машинописного текста.

В разделе *«Конкуренция на рынках сбыта»* приводятся основные конкуренты и их характеристика по объему продаж, доходам, сервисному обслуживанию, характеристика их рекламной деятельности, сведения об уровне качества и дизайна, приводится мнение покупателей о товарах и услугах конкурентов. Информация этого раздела должна быть максимально объективной.

В данном разделе необходимо довести до сведения потенциальных партнеров и инвесторов всю информацию о конкуренции на том сегменте рынка, куда должна поступить ваша продукция. Нужно ответить на следующие вопросы:

* Кто является крупнейшим производителем аналогичных товаров?
* Как обстоят их дела с объемами продаж, с доходами, с внедрением новых моделей? Много ли внимания и средств они уделяют рекламе своих изделий?
* Что собой представляет их продукция: основные характеристики, уровень качества, дизайн, мнение покупателей?
* Каков уровень цен на продукцию конкурентов?

Наблюдение за работой конкурентов и выяснения уровня качества их продукции позволит определить особые преимущества собственных изделий. Оценивать будущих конкурентов следует предельно объективно, принимать во внимание все факторы, влияющие на формируемый спрос покупателей, а не ограничиваться лишь самыми бросающимися в глаза параметрами – ценой и основными качественными характеристиками товара.

В разделе «План маркетинга» при рассмотрении целей и стратегии маркетинга необходимо предусмотреть, как будет осуществляться продажа конкретных видов продукции, перспективы роста рынка и проникновения на другие рынки, конкурентная борьба и бюджет маркетинга. Этот раздел включает в себя схему, по которой будет распределяться продукция, систему ценообразования (подходы к формированию цен и стратегию ценообразования), формы и методы стимулирования продаж, мероприятия в области рекламы, организацию послепродажного сервиса, работу с общественностью.

В данном разделе предприниматель должен объяснить потенциальным партнерам и инвесторам основные элементы своего плана маркетинга, к которым относятся:

* Стратегия сбыта товара.
* Ценообразование.
* Реклама.
* Способы увеличения объемов продаж.
* Формирование системы послепродажного обслуживания клиентов (для технически сложных товаров).
* Создание положительного общественного мнения об организации и производимых ею товарах.

В разделе «План производства» указывается, где будет изготавливаться продукция и в каком объеме, на каком оборудовании, каковы производственные мощности и сроки ввода их в строй, основные поставщики сырья и порядок организации снабжения ресурсами, возможные проблемы при организации производства, каковы цена и себестоимость продукции, динамика их изменения.

План производства разрабатывается только теми предпринимателями, которые намерены заниматься непосредственно производством. Основная цель данного раздела заключается в том, чтобы убедить будущих партнеров, что предприниматель будет производить требуемое количество товаров соответствующего качества. Инвесторов будут интересовать практически все особенности производственного процесса для оценки профессиональных качеств заемщика и обоснованности планов. Для того чтобы удовлетворить этот интерес, предпринимателю необходимо привести ответы на множество вопросов, основными из которых являются:

* где будут изготавливаться товары – на действующем или вновь создаваемом предприятии;
* какие для этого потребуются производственные мощности и как, они будут возрастать с течением времени;
* где, у кого и на каких условиях будут закупаться сырье, материалы и комплектующие; какова репутация этих поставщиков и есть ли уже опыт работы с ними.

В разделе *«Организационный план»* рассматривается структура управления организацией, приводятся сведения о работниках и их заработная плата, режим труда и кадровая политика, описывается система управления организацией. В организационном разделе бизнес-плана говорится о том, с кем предприниматель собирается организовывать свое дело и как планирует организовывать работу. В данном случае предпосылкой должны служить квалификационные требования к будущим специалистам:

* профиль, образование, практический опыт;
* предполагаемая оплата труда и методы его стимулирования (твердые оклады, от объема дохода, участие в прибылях и т.д.);
* источники пополнения кадров;
* повышение квалификации;
* организация их работы (включая постоянный штат и совместительство);
* возможность пользоваться услугами какой-либо организации по найму требуемых профессионалов.

В данном разделе необходимо дать о своих сотрудниках краткие биографические справки, делая упор на их профессиональную квалификацию, прежний опыт работы и полезность для успешной работы организации. Тут же приводится и организационная схема управления организацией, из которой должно быть четко видно: кто и чем будет заниматься и за что отвечать, как все службы будут друг с другом взаимодействовать, как их деятельность будет координироваться и контролироваться.

В разделе «Юридический план» освещаются правовые вопросы деятельности организации, принципы формирования капитала, порядок распределения прибыли. В этом разделе необходимо указать организационно-правовую форму, в которой намечается вести дело (ООО, ОДО, унитарное предприятие и т.д.).

В данном разделе бизнес-плана необходимо ответить на следующие вопросы:

* причины выбора той или иной организационно-правовой формы;
* прогноз долевого участия возможных собственников (если предприниматель хочет организовать АО, то следует четко объяснить будущее распределение акционерного капитала между возможными акционерами);
* порядок привлечения инвестиций и кредитов.

В разделе «Оценка риска и страхование» необходимо предугадать все типы рисков, с которыми может столкнуться фирма, момент их возникновения, предусмотреть меры по их сокращению и страхованию от рисков. Риск связан не только с пожарами, землетрясениями и ураганами, но и с нарушением соглашений о поставках из-за локальных воин, несвоевременной оплатой из-за введения национальных валют, возможно резким несоответствием налоговой политики отдельных стран и т.д.

Поэтому желательно определить уровень рисков, с которыми может столкнуться предприниматель, источники и причины их возникновения. Таким образом, необходимо наметить ответные меры по их предотвращению. Естественно, полностью исключить их вряд ли удастся. Тем не менее, предусмотреть уменьшение последствий их на хозяйственную деятельность можно и нужно. Поэтому в данном разделе определяются организационные меры профилактики рисков и программы страхования от них.

В разделе «Финансовый план» рассматривается финансовое обеспечение деятельности организации с целью наиболее эффективного использования денежных средств. Для этого составляется прогноз объема реализации продукции и прибыли, баланс доходов и расходов организации, определяется точка безубыточности.

В финансовом плане обобщаются материалы предыдущих разделов и рассматриваются в стоимостном выражении. Основными документами здесь служат:

* прогноз объемов;
* баланс денежных доходов и расходов;
* формирование и распределение прибыли;
* баланс активов и пассивов предприятия;
* график достижения безубыточности продаж.

Прогноз объемов продаж должен составить представление о той доле рынка, которую предприниматель предполагает завоевать своей продукцией. Баланс доходов и расходов представляет собой документ, который помогает определить сумму денег, необходимую для реализации проекта, с разбивкой по времени. Основная цель составления баланса – проверка и упорядочение поступления и расходования денежных средств.

В разделе «Стратегия финансирования» излагается план создания организации или ее расширения. Нужно обосновать, сколько средств необходимо, откуда их можно привлечь, каковы сроки возврата инвестиций и размеры дохода от вложенных средств.

В рассматриваемом разделе предпринимателю следует разъяснить план получения средств для создания или расширения начинаемого или уже функционирующего предприятия. При поиске источников финансирования можно использовать не только кредиты банков и других инвесторов, но и привлечение средств партнеров или новых акционеров.

При создании новой коммерческой организации предприниматель должен знать, когда именно он может рассчитывать на получение прибыли. В частности, такая информация требуется для оценки средств, необходимых предприятию на начальном этапе его существования. Прогноз точки окупаемости должен дать ответ на вопрос о том, сколько единиц продукции и услуг нужно будет продать или какого объема продаж достичь, чтобы доходы предприятия совпадали с его расходами, т.е. чтобы предприятие окупилось.

В точке безубыточности достигается равновесие между доходами и расходами от основной деятельности. Если предприниматель реализует продукции больше этого уровня, то получит чистую прибыль, если меньше, то будут убытки. Точку безубыточности можно найти по следующей формуле:

Р пост

Тб = --------------------- ,

Ц - Р пер (ед)

где Тб - точка безубыточности, единиц;

Ц - цена за единицу продукции, рублей;

Р пост – постоянные расходы, рублей;

Р пер (ед) – переменные расходы на единицу продукции, рублей.

Таким образом, разработка бизнес-плана развития позволит предпринимателю оценить свои возможности, заранее подготовиться к трудностям, наметить пути их преодоления.

Тема 9. Сущность предпринимательского

риска и его классификация

В практике предпринимательской деятельности собственник может получить и больше, чем ожидается. Под риском следует понимать «действие на удачу, в надежде на счастливый исход». Следовательно, риск представляет собой действие в неясной, неопределенной обстановке, где возможен как положительный, так и отрицательный результат.

Основной задачей предпринимателя является не отказ от риска вообще, а выборы решений, связанных с управлением риском, способность предвидеть его, стремление снизить до возможно более низкого уровня.

Под ***предпринимательским риском*** понимается риск, возникающий при любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов.В рассматриваемых видах деятельности приходится иметь дело с использованием материальных, трудовых, финансовых, информационных (интеллектуальных) ресурсов, так что риск связан с угрозой полной или частичной потери этих ресурсов. В итоге ***предпринимательский риск*** характеризуется как опасность вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности.

Выделяютследующие ***причины возникновения потерь,*** вызванныефакторами ***прямого*** *и* ***косвенного******воздействия.***

К факторам прямого воздействия относятся:

* законодательство, регулирующее коммерческую деятельность;
* непредвиденные действия государственных служб;
* налоговая система;
* взаимоотношения с партнёрами;
* действия конкурентов;
* коррупция и рэкет.

К факторам косвенного воздействия относятся:

* политические условия;
* экономическая обстановка в стране;
* экономическое положение на рынке;
* международные события;
* форс-мажорные обстоятельства.

К внутренним факторам относятся:

* потеря товаров от небрежности работников;
* вероятность нечестности служащих;
* низкая квалификация коммерческих работников;
* приостановка деловой активности предприятия.

Потери, которые могут быть в предпринимательской деятельности, целесообразно разделить на материальные, трудовые, финансовые, потери времени, социальные.

**ПОТЕРИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Материальные*** | Проявляются в непредусмотренных затратах или прямых потерях оборудования, имущества, продукции, сырья, энергии |
| ***Трудовые*** | Представляют потери рабочего времени, вызванные случайными, непредвиденными обстоятельствами |
| ***Финансовые*** | Представляют собой прямой денежный ущерб, связанный с предусмотренными платежами, выплатой штрафов, уплатой дополнительных налогов, потерей денежных средств и ценных бумаг. Особые виды денежного ущерба связаны с инфляцией, изменением валютного курса рубля |
| ***Потери времени*** | Происходят тогда, когда процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем намечено |
| ***Специальные*** | Связаны с нанесением ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя |

***Виды предпринимательского риска***

В предпринимательской деятельности вероятно возникновение различных ***видов риска:*** промышленный, экологический, инвестиционный, кредитный, технический, коммерческий, финансовый, политический.

**Краткая характеристика рисков**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид | Подвид | **Характеристика** | |
| 1 | 2 | **3** | |
| ЧИСТЫЕ | Природно-естественные | Риски, связанные с проявлением стихийных сил природы | |
|  | Экологи  ческие | Связаны с нанесением ущерба окружающей среде: загрязнение, уничтожение биологических видов | |
|  | Полити  ческие | Связаны с политической ситуацией в стране и вмешательством государства в нормальный ход производственно- торговых процессов | |
|  | Социальные | Обычаи, традиции, менталитет населения страны | |
| СПЕКУЛЯ  ТИВНЫЕ | Имущест  венные | Риски, связанные с вероятностью потерь имущества вследствие кражи, диверсии, халатности, вымогательства, производственных аварий | |
|  | Производст  венные | Риски, связанные с убытком от остановки производства вследствие гибели и повреждения основных и оборотных средств | |
|  | Операцион  ные | Транс  портные | Связаны с перевозкой грузов: карго – нанесение ущерба перевозимому грузу;  Каско – причинение ущерба транспортному средству |
|  |  | Торговые | Связаны с убытками вследствие задержки платежей, отказа от платежей, непоставки товара. |
|  |  | Информа  ционные | Ущерб, связанный с утечкой информации, неточностями или отсутствием информации |
|  |  | Органи  зационные | Потери из-за неэффективной организации ведения дел, некорректного подбора сотрудников, недостаточной компетентности |
|  | Финансовые  риски | Денежные | *Инфляционный риск* – денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут.  *Валютный риск* – опасность валютных потерь с изменением курса валют.  *Риск ликвидности* – связан с возможностью потерь при реализации ценных бумаг или других товаров из-за изменения оценки их качества и потребительской стоимости |
|  |  | Инвести  ционные | *Риск упущенной выгоды* – неполучение прибыли в результате неосуществления мероприятия.  *Риски снижения доходности* – в результате уменьшения размера процентов и дивидендов, опасность неуплаты заемщиком долга.  *Риски прямых финансовых потерь* – потерь от биржевых сделок, неправильного выбора вида вложения капитала, риск банкротства |

В предпринимательской деятельности возможны такие ***виды рисков***:

***1) Промышленный риск -*** опасность нанесения ущерба предприятию и третьим лицам, вследствие нарушения нормального хода производственного процесса: опасность повреждения или утери производственного оборудования и транспорта, разрушение зданий и сооружений в результате воздействия таких внешних факторов, как силы природы и злоумышленные действия. Наиболее часто встречающимся и серьезным является риск отказа машин и оборудования, возникновение аварийной ситуации. Это может произойти на промышленных объектах в результате событий:

* *природного характера* (землетрясение, наводнение, оползни, ураган, смерч, удар молнии, шторм, извержение вулкана и т.д.);
* *техногенного характера* (износ зданий, сооружений, машин и оборудования, ошибки при их проектировании или монтаже, злоумышленные действия, ошибки персонала, повреждения оборудования при строительных и ремонтных работах, падении летательных аппаратов и т.д.);
* *смешанного* (нарушения природного равновесия в результате техногенной деятельности человека, напр., возникновение нефтегазового фонтана при разведочном бурении скважин).

***2) Экологический риск -***  вероятность наступления гражданской ответственности за нанесение ущерба окружающей среде, а также угроза жизни и здоровью третьих лиц. Они могут возникнуть в процессе строительства и эксплуатации производственных объектов и являются составной частью промышленного риска. Ущерб окружающей среде выражается в виде загрязнения или уничтожения лесных, водных, воздушных и земельных ресурсов (например, в результате пожара или строительных работ), а также в виде нанесения вреда биосфере и сельскохозяйственным угодьям.

***3) Инвестиционный риск***  связан с возможностью недополучения или потери прибыли в ходе реализации инвестиционных проектов. Объектом риска в данном случае выступают имущественные интересы лица, осуществляющего вложения своих средств, т.е. инвестора.

Группа инвестиционных рисковвключает в себя следующие подвиды:

* *риск упущенной выгоды –* это риск наступления косвенного финансового ущерба (недополучение прибыли) в результате неосуществления какого-либо мероприятия (страхования, инвестирования).
* *риск снижения доходности* возникает в результате уменьшения размеров процентов и дивидендов по портфельным инвестициям, вкладам и кредитам.

***4) Кредитный риск.*** В этом случае возникают риски, связанные с возможным невозвратом суммы кредита и процентов по нему, т.е. кредитные риски. Невозврат может произойти по различным причинам: незавершение строительства, изменение рыночной и общеэкономической ситуации, недостаточная маркетинговая проработка инвестиционного проекта, чрезвычайные события.

Для кредитора имеет значение не только сам факт возврата суммы кредита и процентов, но и сроки возврата. Задержка сроков приводит к фактическому уменьшению доходности выданного кредита, а с учетом инфляции и упущенной выгод еще и к убыткам. Таким образом, для кредитора существует риск прямых убытков, в случае невозврата суммы кредита или его части, и риск косвенных убытков, связанный с задержкой уплаты основного долга и процентов по нему.

***5) Технические риски*** сопутствуют строительству новых объектов и их дальнейшей эксплуатации. Среди них выделяют строительно-монтажные и эксплуатационные. Технические риски могут быть составной частью промышленных, предпринимательских и инвестиционных рисков. К строительно-монтажным относятся следующие риски:

* утери или повреждения строительных материалов и оборудования вследствие неблагоприятных событий – стихийных бедствий, взрыва, пожара, злоумышленных действий и т.д.;
* нарушения функционирования объекта вследствие ошибок при проектировании и монтаже;
* нанесение физического ущерба персоналу, занятому на строительстве объекта.

***6) Коммерческие риски.*** Различают внутренние и внешние коммерческие риски. Внешние связаны с нанесением убытков и неполучения предпринимателем ожидаемой прибыли, вследствие нарушения своих обязательств контрагентами, или по другим, не зависящим от них обстоятельствам. Внутренние зависят от способности предпринимателя организовать производство, сбыт продукции (реализацию товаров) и др.

Коммерческий риск можно классифицировать по ряду критериев. *Неснижаемый риск* можно разделить на *компенсируемый* и *некомпенсируемый.* Компенсируемым будет тот, который нельзя снизить, но можно оценить и компенсировать с помощью таких мер, как, например, надбавка к цене.

По однозначности действия факторов риска, риски делятся на *статический* и *динамический. Статический риск* – это риск потерь реальных активов вследствие нанесения ущерба собственности, а также потерь дохода из-за недееспособности организации. Этот риск может привести только к отрицательному или нулевому результату. *Динамический риск* – риск непредвиденных изменений стоимости основного капитала вследствие принятия коммерческих управленческих решений. Такие изменения могут привести как к потерям, так и к выигрышам.

1. ***Финансовые риски.*** Финансовые риски можно рассматривать как

особую группу рисков в составе широкого спектра (коммерческих) предпринимательских рисков. Финансовые риски возникают в процессе управления финансами предприятия. Наиболее часто встречаются валютные, процентные и портфельные риски.

Под *валютными рисками* понимается вероятность возникновения

убытков от изменения обменных курсов в процессе внешнеэкономической, инвестиционной деятельности в других странах, а также при получении *экспортных кредитов.* Под *процентными рисками* понимается вероятность возникновенияубытков в случае изменения процентных ставок по финансовым ресурсам. *Портфельные риски* показывают влияние различных макро- и микроэкономических факторов на активы предпринимателя или инвестора. Портфель активов может состоять из акций и облигаций предприятий, государственных ценных бумаг, срочных обязательств, денежных средств, страховых полисов, недвижимости и т.д.

***8) Страновые риски*** возникают при осуществлении предпринимателями и инвесторами своей деятельности на территории иностранных государств. Доход от бизнеса может уменьшиться в случае неблагоприятного изменения политической или экономической ситуации в стране.

***9) Политические риски*** являются важнейшей составной частью страновых рисков. Суть их заключается в возможности недополучения дохода или потери собственности иностранного предпринимателя или инвестора вследствие изменения социально-политической ситуации в стране (изменения в законодательстве, препятствующее исполнению международных контрактов или репатриации валютной выручки; изменения юридической базы, затрудняющие осуществление предпринимательской деятельности и др.)

Наиболее распространенные ***подвиды предпринимательского риска***:

* *Транспортные риски*, связанные с перевозкой грузов любым транспортом, бывают двух видов: *карго –* нанесение ущерба грузу, и *каско –* нанесение ущерба транспортному средству.
* *Торговые риски* связаны с убытками по причине задержки платежей, отказа от платежей, непоставкой, недопоставкой товара, с качеством товаров.
* *Информационные риски* связаны с ущербом вследствие утечки коммерческой информации, предназначенной для продажи (снятие защит с программ, кражи и несанкционированные доступы к базам данных, утечка «ноу-хау»), с утечкой текущей бизнес-информации и с неточностями в использовании информации или ее отсутствием.
* *Организационные риски* связаны с потерями вследствие неэффективной организации ведения дел, некорректного подбора сотрудников, злоупотребления сотрудниками служебным положением или с недостаточной компетентностью для выполнения поставленных задач.
* *Имущественные риски* связаны с вероятностью потерь имущества хозяйствующего субъекта вследствие кражи, диверсии, вымогательства, халатности, производственных аварий.
* *Инфляционный риск* – денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут.
* *Дефляционный риск* – падение уровня цен ухудшает экономические условия предпринимательства и приводит к снижению дохода.
* *Валютные риски* представляют собой опасность валютных потерь, связанных с изменением курса валют во время проведения внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.
* *Риски ликвидности –* риски, связанные с возможностью потерь при реализации ценных бумаг или других товаров из-за изменения их качества и потребительской стоимости.

*Зоны риска*

Нестабильность и непредсказуемость рыночных ситуаций, поведения основных конкурентов, угроза внезапного банкротства обусловили дифференциацию коммерческих рисков на допустимые, критические и катастрофические. Для уяснения сущности показателей риска рекомендуют выделять определенные области или *зоны риска* в зависимости от величины потерь.

Зоны риска

|  |  |
| --- | --- |
| Зона | Характеристика |
| *Безрисковая* | Область, в которой потери не ожидаются. Ей соответствуют нулевые потери или превышение прибыли над расходами |
| *Зона*  *допустимого риска* | Область, в пределах которой данный вид предпринимательской деятельности сохраняет свою экономическую целесообразность. Граница ее соответствует уровню потерь, равному расчетной прибыли от предпринимательской деятельности. |
| *Зона*  *критического риска* | Область, характеризующаяся возможностью потерь, превышающих величину ожидаемой прибыли, вплоть до величины полной расчетной выручки от предпринимательства, представляющей сумму затрат и прибыли |
| *Зона катастрофического риска* | Область потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и в максимуме могут достигать величины, равной имущественному состоянию предпринимателя. Катастрофический риск способен привести к краху, банкротству, закытию фирмы и распродаже имущества. |

Тема 10. Методы оценки предпринимательского

Риска

Наиболее важным качеством, которым непременно должен обладать будущий предприниматель, является готовность идти на риск. Мечтают стать предпринимателями многие, большинст­во из них для этого имеют и достаточно широкий спектр ка­честв, но на риск идут единицы. Бизнес напоминает азартную игру. Принятие любых решений в этой игре (выбор сферы дея­тельности, конкретного проекта, определение места расположе­ния предприятия, распределение материальных и финансовых ресурсов и т.д.) всегда касается будущего, а поэтому сопряжено с риском. Риск заключается не в том, что можно ошибиться (ошибаются все без исключения), а в том, что можно потерять все. Риск предполагает неопределенность результата в будущем, а следовательно, возможность неблагоприятных последствий в случае неудачи.

Предприниматель, в отличие от представителей других про­фессий, по своему характеру является игроком. Психологи делят людей по их отношению к риску на три основные группы: рас­положенные, не расположенные и нейтральные к риску. Но так как в жизни никто не может полностью избежать риска, всех людей можно условно разделить на две категории: рисковых и менее рисковых. Отличить «рисковых» от «менее рисковых» можно уже по характеру постановки вопроса о риске. У рис­кового человека никогда не возникает вопроса о том, рисковать ему или нет. Для него имеет значение только вопрос, как риско­вать. Сама возможность рисковать им никогда не ставится под сомнение.

Обычно началу любого предприятия предшествует интенсив­ное и глубокое изучение комплекса вопросов, характеризующих различные аспекты предстоящей деятельности, что в будущем помогает не допускать многих серьезных просчетов, основанных на неправильном понимании тех или иных процессов и ситуаций. Каждый предпринима­тель использует широкий арсенал способов снижения степени риска:

- Окружать себя компетентными и нестандартно мыслящи­ми профессионалами, а не только безынициативными со­трудниками, которые лишь четко выполняют указания ру­ководителя.

- Не следует скрывать от сотрудников, если вы чего-то не знаете. Умный человек тем и отличается, что, во-первых, всегда осознает невозможность знать все, во-вто­рых, аккумулирует и использует знания и опыт других для процветания собственного дела;

- Постоянно заниматься самообучением и обучением персо­нала. В бизнесе процветают лишь те, кто постоянно учит­ся. Обучение в бизнесе — это прежде всего сбор и оценка информации, консультирование со специалистами, самостоятельное принятие решений, объективный анализ при­чин в случае неблагоприятного исхода;

- Пользоваться услугами страховых компаний;

- Искать и применять новые методы управления бизнесом;

- Осуществлять постоянный контроль за бизнесом.

В любом решении, которое принимается в бизнесе, присутст­вует риск. Поэтому каждый, кто собирается выбрать своей про­фессией предпринимательство, должен вначале определить свое отношение к риску. Это позволит избежать многих ошибок еще при выборе сферы деятельности и будущего проекта: или это бу­дут достаточно рисковые, но имеющие значительный потенциал для роста операции, или же следует ограничить свою деятель­ность некоторыми видами малого бизнеса, характеризующегося большей стабильностью и надежностью. В настоящее время для того, чтобы узнать, к какой группе по отношению к риску вы принадлежите, имеется значительный набор различных тестов и достаточно большое количество специалистов-консультантов.

***Управление предпринимательскими рисками***

Большое значение в предпринимательской деятельности имеют учет степени риска при выборе сферы деятельности и оп­ределении рынка для нового бизнеса. В условиях самостоятель­ности и экономической независимости предприниматель должен осознавать, что любая ошибка в определении, например, вида продукта или услуги, объема его производства и продаж, цены и прочего может закончиться неудачей.

Процесс выработки компромисса, направленного на достиже­ние баланса между выгодами от уменьшения риска и необходи­мыми для этого затратами, а также принятие решения о том, ка­кие действия для этого следует предпринять (включая отказ от каких бы то ни было действий), называется ***управлением риском***. ***Управление риском* -** предотвращение того или иного вида риска,определение его стоимости, проведение предупредительных мероприятий, которые позволят избежать потерь или снизить их.

***Этапы управления риском*:**

**-** выявление потенциальных рисков и анализ возможных потерь;

- определение факторов, влияющих на уровень риска;

- оценка и ранжирование потенциальных рисков;

- использование выбранных методов управления риском;

- оценка результатов и применение корректирующих воздействий.

Используются различные ***методы управления риском***, которые можно разделить на группы:

**Методы управления риском**

|  |  |
| --- | --- |
| Группа | Метод |
| Методы  предупреждения  риска | приобретение необходимой информации о риске;  стратегическое планирование деятельности;  целенаправленный маркетинг;  прогнозирование развития внешней среды;  обучение и инструктаж персонала;  осуществление предупредительных  мероприятий (противоаварийных, противопожарных) |
| Методы  избежания  риска | отказ от ненадлежащих партнеров;  поиск партнеров;  отказ от рисковых проектов;  концентрация имущества;  увольнение некомпетентных работников |
| Методы  локализации  риска | создание дочерних предприятий для реализации рисковых проектов;  создание специальных (с обособленным балансом) структурных подразделений;  заключение договоров о совместной деятельности для реализации рисковых проектов |
| Методы  диверсификации  риска | распределение рисков между участниками отдельных проектов;  диверсификация сбыта, инвестиций, видов деятельности;  распределение риска во времени |
| Методы  снижения  экономических  последствий  риска | самострахование хозяйственных рисков – создание предприятием специального резервного фонда за счет отчислений от прибыли на случай возникновения непредвиденной ситуации;  страхование хозяйственных рисков – отношения про защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных средств, формируемых из уплачиваемых ими страховых взносов;  лимитирование – установление предельных норм расходов по одной сделке, норм инвестирования в один объект, пределов компетенции в принятии финансовых решений отдельными работниками |

Для определения степени риска используются два основных метода: *статистический и экспертный*. В основе статистического метода лежат приемы математической статистики (расчет вариации, дисперсии и стандартного отклонения по показателям финансово-хозяйственной деятельности предприятия). Статистический метод относительно точен, но требует значительного объема данных и не учитывает резких изменений в инвестиционной политике предприятия и влияния внешних факторов. Для преодоления этих недостатков используют экспертный метод.

Оценка вероятности наступления рисков часто проводится методом экспертных оценок. Экспертный метод основан на усреднении экспертных оценок риска. Для этого приглашаются не менее трех экспертов, которые хорошо ознакомлены с решаемыми проблемами проводимой бизнес - операции. Каждому эксперту отдельно предоставляется перечень рисков и предлагается определить вероятность их наступления. Как правило, при этом руководствуются следующей системой оценок:

0 – риск рассматривается как несуществующий;

25 – риск скорее всего не реализуется;

50 – о наступлении события ничего определенного сказать нельзя;

75 – риск скорее всего наступит;

100 – риск определенно реализуется.

Просчитывается средний балл по каждому виду риска. Производится подсчет риска по каждой группе, умножая среднюю вероятность наступления риска в баллах (средний балл экспертных оценок) на удельный вес каждого вида риска. По значениям произведения средней вероятности наступления риска и его удельного веса судят о наиболее вероятных рисках в коммерческой деятельности предприятия.

***Виды страхования предпринимательских рисков***

Необходимость страхования обусловлена существующей

вероятностью наступления чрезвычайных ситуаций и необходимостью

выделения части общественного продукта для финансирования

предупредительных и защитных мер. В условиях рыночной экономики роль

страхования возрастает, поскольку повышается ответственность субъектов

хозяйствования за обеспечение непрерывности процесса производства при наступлении непредвиденных событий. Значение страхования состоит в том, что оно предоставляет всем страхователям гарантии возмещения ущерба при наступлении чрезвычайных событий. Страхование можно рассматривать как метод возмещения убытков, которые потерпело физическое или юридическое лицо. В основе этого метода лежит финансирование возмещения потерь из средств страхового фонда, находящегося в ведении страховой организации.

***Страхование*** – система финансовых отношений между субъектами этих отношений по поводу формирования и использования целевых фондов денежных средств, предназначенных для предупреждения, локализации и преодоления негативных последствий чрезвычайных событий, возмещения нанесенного ими ущерба.

*Объектом страхования* предпринимательских рисков являются потенциальная возможность потери доходов страхователя (например, ущерб от простоев фирмы, упущенная выгода по неудавшимся сделкам и др.)

По роду опасностей выделяют следующие виды страхования: страхование от огня, страхование транспортных средств от аварий, угонов; страхование сельхозкультур от засухи и других стихийных бедствий; страхование животных на случай падежа и вынужденного забоя. Эти виды страхования имеют различия в объеме страховой ответственности при страховании определенных объектов.

*По форме проведения* выделяют обязательное и добровольное страхование. *Обязательное страхование* вводится по инициативе государства, которое в форме закона устанавливает виды, условия и порядок внесения юридическими и физическими лицами средств в страховые фонды с целью обеспечения реализации общественных интересов. Обязательное страхование устанавливается законом, согласно которому страховщик обязан застраховать соответствующие объекты, а страхователи – вносить страховые платежи. *Добровольное страхование* проводится на основе добровольно заключаемого договора между страхователем и страховщиком.

В настоящее время на страховом рынке республики действуют 25 страховых организаций, в том числе 4 государственных (Белгосстрах, Белэксимгарант, Стравита, Белорусская национальная перестраховочная организация).

Сегодня страховая услуга принимает вид простого и внятного продукта по доступной цене. Страховщиком является юридическое лицо, созданное для осуществления страховой деятельности и имеющее лицензию на осуществление страховой деятельности. В качестве страховщика может выступать Белгосстрах, Белкоопстрах и другие страховые организации любой организационно-правовой формы собственности, регистрацией которых занимается Комитет страхового надзора. Юридическое или физическое лицо (страхователь) вправе заключить со страховщиком письменный договор страхования, вступить в конкретные страховые отношения и уплачивать страховые взносы.

Страхование осуществляется на основе заявления страхователя, предоставленного страховщику по установленной форме. Составляется опись имущества с указанием стоимости имущества в двух экземплярах, акт осмотра имущества (например, транспортного средства) представителем страховщика, которые прикладываются к заявлению и являются неотъемлемой частью договора страхования. В подтверждение заключения договора страхования страховщик выдает страхователю страховое свидетельство (полис) после получения страховых взносов или первой их части. Полис выдается в течение трех дней после поступления страховых взносов на счет страховщика. Уплата страховых взносов может производиться единовременно и в рассрочку (когда договор на год). Договор страхования вступает в силу при уплате страховых взносов. Чаще всего договор заключается на год, но может на меньший или больший срок. Страхователю, заключавшему договор страхования в течение трех и более лет подряд без перерыва и не получавшему страхового возмещения (обеспечившему сохранность имущества), при заключении договора на новый срок может предоставляться скидка при уплате взносов от 10 до 20 %.

При наступлении страхового случая страхователь обязан принять необходимые меры в целях уменьшения ущерба застрахованному имуществу и сообщить страховщику о наступлении страхового случая в течение суток устно по телефону и в течение трех суток подтвердить письменно (документы для установления причины гибели или повреждения имущества). Сообщается также в соответствующие органы (милицию, Госпожарнадзор, аварийные службы). Представитель страховщика составляет на месте страховой акт, по заявлению страхователя и в соответствии с договором осуществляется страховая выплата.

Тема 11. Коммерческая (предпринимательская)

тайна и ее защита

Доступ к информации, благодаря которой может быть создано что-то оригинальное или улучшено старое в результате поиска новых доходов, качеств, свойств или способов удовлетворения потребностей, должен быть максимально затруднен: чем меньше людей могут с ней ознакомиться, тем больше вероятность того, что эти новшества принесут дополнительный доход.

В Республике Беларусь понятие коммерческой тайны дается в Положении о коммерческой тайне, утвержденном Советом Министров РБ в 1992году. *Коммерческая тайна* – преднамеренно скрываемые экономические интересы и информация о различных сторонах производственной, управленческой, научно-технической, финансовой деятельности предприятия, охрана которых обусловлена интересами конкуренции и возможной угрозой экономической безопасности предприятия.

Согласно принятой в бизнесе классификации, предпринимательская тайна делится на три вида: промышленную, коммерческую и финансово-кредитную.

*Промышленная тайна* охватывает главным образом продукты интеллектуальной деятельности, направленной на создание новой технологических процессов, а также на усовершенствование действующего производства, разработку новых товаров и услуг и т.п. К промышленной тайне могут быть отнесены методы и способы организации управления бизнесом: производством, финансами, маркетингом и др.

*Коммерческая тайна* включает в себя все свойственные данной сферы особенности, индивидуальные подходы, деловые связи. Многие фирмы к этому виду предпринимательской тайны относят списки деловых партнеров и основных потребителей, методики установления цен, будущие проекты. Поэтому необходимо всегда помнить, что, вступая с вами в деловые отношения, ваши партнеры чаще всего исходят из того, что коммерческая информация, которую они предоставляют, не станет достоянием третьей стороны.

Финансово-кредитная тайна объединяет информацию из бухгалтерских книг, финансовых документов и деловой переписки. Сохранение в тайне этой информации от конкурентов и всех посторонних позволяет не допускать раскрытие финансового состояния предприятия, причин ее успехов ил неудач. Предотвращение утечки финансово-кредитной информации является непременным условием для удержания положения, достигнутого в борьбе с конкурентами.

Коммерческая тайна предпринимателя – сведения, связанные с производством, управлением, финансовой деятельностью фирмы, разглашение которых может привести к ущербу ее интересов.

Информация, составляющая коммерческую тайну, должна соответствовать следующим *требованиям*:

- иметь действительную или потенциальную ценность для предприятия по коммерческим признакам;

- не является общеизвестной и общедоступной;

- должна быть соответствующим образом помечена (совершенно секретно, для служебного пользования и др.);

- не должна являться государственным секретом и защищаться авторским или патентным правом;

- не должна касаться негативной деятельности предприятия.

В Положении о коммерческой тайне определена информация, которая *не может быть отнесена к коммерческой тайне*:

- учредительные документы, лицензии;

- сведения по установленным формам отчетности предприятия;

- документы о платежеспособности;

- данные ля проверки правильности уплаты налогов и других обязательных платежей;

- сведения о численности, составе работающих, их заработной плате, условиях труда.

Каждая фирма имеет специфику, поэтому перечень сведений, составляющих коммерческую тайну, определяет специально созданная группа экспертов из числа экономистов, маркетологов, коммерсантов. К коммерческой тайне могут быть отнесены:

1) *Деловая информация*: финансовые сведения, технология, деловые планы и планы производства новой продукции, стратегия предприятия, списки клиентов, соглашения и предложения, контракты и договоры, информация о деловых качествах сотрудников и др.

2) *Научно-техническая информация*: научно-исследовательские проекты, конструкторские разработки, технические параметры новой продукции, заявки на патенты, дизайн новой продукции, технические возможности производственного оборудования, программное обеспечение, информационные технологии и др.

К коммерческой тайне предпринимателя могут быть отнесены сведения:

* Изобретения;
* Рационализаторские предложения;
* Результаты научно-исследовательской. Опытно-конструкторской и иной творческой деятельности (ноу-хау);
* Программы ЭВМ;
* Коммерческая информация (списки заказчиков, контрактные цены, рынки сбыта);
* Организационно-управленческая информация (способы управления производством, деловые связи, переговоры).

*Утечка конфиденциальной информации*

В условиях развития рыночных отношений возрастает риск, связанный со стремлением конкурентов завладеть современными технологиями, ноу-хау и другой ценной информацией, представляющей коммерческую тайну. Факт получения такой информации может нанести серьезный ущерб организации.

***Каналами распространения*** являются средства обмена информацией между субъектами деловых и личных отношений, которые целесообразно разделить на формальные и неформальные.

К ***формальным***относятся деловые встречи, совещания, переговоры; обмен официальными документами (договорами, технической документацией); средства передачи официальной информации (почта, телефон, телеграф, факс, компьютерные сети и т.д.).

К ***неформальным***следует отнести: личное общение; выставки, семинары, конференции, презентации; средства массовой информации (газеты, радио, телевидение, интервью).

***Источниками разглашения коммерческой информации***, составляющей коммерческую тайну, являются: люди, документы, публикации, реклама, технические носители, технические средства обеспечения производственной и трудовой деятельности, в том числе — вычислительная техника, продукция, промышленные и производственные отходы.

Действия, приводящие к незаконному овладению коммерческой информацией, включают следующие направления:

1. разглашение информации;
2. утечка;
3. несанкционированный доступ.

***Способами разглашения*** коммерческой тайны могут быть:

1. сообщение, передача, предоставление ее лицам, не допущенным к ней;
2. пересылка;
3. публикации (открытые и закрытые);
4. утеря;
5. разглашение на конференциях, переговорах, симпозиумах и др.

***Утечка***коммерческой тайны — неправомерный выход охраняемых сведений за пределы организации, предприятия или круга лиц, которым она была доверена. Она может происходить через:

1. сотрудников фирмы;
2. подкуп работников;
3. публичные выступления;
4. кулуарные беседы;

• реклама, пресса, печатная продукция;

• работники госучреждений, допущенные к коммерческим секретам, посредники и партнеры, совместные организации.

Социологические опросы свидетельствуют, что среди способов незаконного овладения коммерческой тайной первое место занимает подкуп сотрудников, т.е. человеческий фактор. Далее следует шпионаж: копирование документов, проникновение в базы данных, кража документов, подслушивание.

Легальными методами получения информации о конкурентах являются:

- контакты с поставщиками, посредниками;

- посещение ярмарок и выставок,

- поездки на предприятия-поставщики, осмотр их возможностей, знакомство

с качеством и ассортиментом выпускаемой продукции.

- анализ обзоров конъюнктуры рынка;

- анализ информации в средствах массовой информации;

- изучение фирменных журналов, посредством которых можно ознакомиться

с новыми разработками на предприятиях, новыми технологиями

производства;

- изучение предложений о продажах в проспектах, брошюрах.

*Защита коммерческой тайны*

Различают следующие каналы утечки информации о коммерческой тайне:

а) Неформальные: выставки, семинары, конференции, презентации, средства массовой информации.

б) Формальные: деловые встречи, переговоры, обмен технической документацией, персонал фирмы, государственные органы и страховые компании.

Большой ущерб предприятию может нанести промышленный шпионаж – незаконный сбор сведений, составляющих коммерческую тайну.

Основную роль в сохранении коммерческой тайны играют сами организации, которые должны проводить организационные, технические, правовые мероприятия.

*К организационным мерам можно отнести*:

- Создание служб безопасности предприятия.

- Руководитель организации утверждает Положение по защите коммерческой тайны, с которым под личную подпись должны быть ознакомлены лица, имеющие к ней доступ. Руководитель приказом издает перечень сведений, составляющих коммерческую тайну с определением степени секретности: строго секретно, конфиденциально, не подлежит огласке.

- Маркировка на документах в правом углу: «КТ», «строго конфиденциально» или «конфиденциально». Указание количества экземпляров документа и кому они направляются

- Работа с персоналом, от которой на 80 % зависит сохранность коммерческой тайны. Руководитель проводит беседы с работниками при приеме на работу и увольнении, заключает с работниками Соглашение о неразглашении коммерческой тайны, проводит инструктаж с обучением методам сохранности конфиденциальной информации.

- Комплексный анализ по выявлению каналов утечки информации, контроль работы подразделений и отдельных лиц.

*К техническим мероприятиям относят:*

- Ограничить посещение посторонних лиц, выдача пропусков.

- Установление дополнительных дверей, запоров, сигнализации.

- Наличие специальных приборов, обнаруживающих любые подслушивающие устройства.

- Зашумление телефонной сети.

- Охрана фото - и копировального оборудования.

- Защита электронной информации.

- Хранение заключенных договоров и контрактов, других документов в сейфе.

*К специальным мероприятиям можно отнести*:

- Предусматривать в тексте заключаемых договоров ответственность сторон за несанкционированное разглашение коммерческой тайны.

- Работник должен иметь доступ лишь к информации, необходимой ему по службе.

- Разработка должностных инструкций специалистов с обязанностями по сохранению коммерческой тайны. Указание в трудовом договоре деловой информации, представляющей тайну.

### *Тема 12. Классические теории предпринимательства*

Отношение к феномену предпринимательства можно встретить еще в трудах древнегреческих философов и ученых.  В античные времена деятельность торговца, купца характеризовалась как греховная и недостойная. **Платон** прямо указывал, что торговля относится к числу тех занятий, «которые имеют сильную склонность к тому, чтобы делать людей плохими», и они не могут быть допущены к управлению государством.  
Подобное отношение восходит и к Артистотелю, который решительно восставал против окрашенного финансовым интересом мышления и якобы вызванного этим разрушения „природного“ общественного уклада. В частности, **Аристотель** (384-322гг. до н.э.) считал неприемлемыми мотивы деятельности предпринимателей, заключающиеся в стремлении их к наживе. Он считал, что в этом кроется причина разрушения естественного (природного) общественного уклада.

Идеологи христианства во многом восприняли позиции античных мыслителей в отношении предпринимательства. **Фома Аквинский**, наиболее яркий представитель науки того времени, считал профессию купца в морально-этическом плане ущербной и утверждал, что профессия купца несет на себе печать морально-этической неполноценности.

Фома Аквинский рассматривал такие экономические проблемы, как собственность, торговля, «справедливая цена»», процент.  
 Аквинский считал, что крепостные крестьяне созданы для физического труда, а привилегированные сословия - для духовного и умственного. Как и античные авторы, к физическому труду он относился презрительно. Частную собственность он признает как необходимую для общей пользы и личного интереса. Разделение труда требует обмена, который возможен в двух видах: для собственного потребления и для получения прибыли. Первое естественно, второе - нет, так как не делает человека нравственным. Он признает необходимость денег как меры стоимости и средства обращения, но осуждает использование денег для получения процента (ростовщичество).  **Богатство.** В отличие от предшественников, которые считали греховным любое накопление золота и серебра (то есть богатства), Фома Аквинский утверждает, что рост частной собственности, источником которого является «справедливая цена» грехом не является.  
В отличие от более ранних канонических учений, трактовавших «справедливую цену» как трудовые и материальные затраты в процессе производства, Фома Аквинский утверждал, что «по праву продавать вещь дороже, чем она стоит сама по себе». В противном случае, по Аквинскому, ущерб был бы нанесён и продавцу, который недополучит соответствующее его положению в обществе количество денег, и «всей общественной жизни».  **Торговая прибыль**и**ростовщический процент.** Ранее и то и другое осуждалось как небогоугодные, греховные явления. Фома Аквинский так же осуждал и то и другое, но с оговорками. Торговая прибыль и процент должны были присваиваться, по его мнению, торговцем и ростовщиком, если при этом очевидно, что они совершают благопристойные деяния. Другими словами, торговая прибыль и процент – это плата за сопутствующий труд, риск и другие издержки. Взимание процента он сравнивал с продажей того, чего не существует в природе. Но денежные займы на содержание наемной армии, государственные нужды допустимы. В этом случае взимание процента - компенсация за риск потери денежной ссуды.   
 В период средневековья шли споры о том, какую цену следует считать "справедливой".По утверждению Фомы Аквинского, "справедливая" цена должна отвечать двум требованиям. Во-первых, она призвана обеспечивать эквивалентность обмена в соответствии с количеством "труда и издержек". Во-вторых, "справедливой" является цена, обеспечивающая участникам обмена "пропитание" по их социальному статусу.

Несмотря на моральный вердикт Фомы Аквинского, католическая экономическая этика XIII века открыла для себя пользу предпринимательской деятельности для достижения общего блага, на что особо указывал **Йоханнес Мейснер**. При оценке новых торговых предприятий отправной точкой был именно фактор общего благоденствия. В соответствии с этой концепцией предпринимательство отвечает интересам всеобщего блага, и на этом основании получаемая прибыль ни в коей мере не противоречит морали.

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | |  | |

 С развитием рыночных отношений в новое время представления о предпринимательстве радикально изменились: произошел переход от преимущественно негативной к преимущественно позитивной оценке этого явления. Новое время отделяет этику от политики и признает рациональность предпринимательства, даже самый "порочный" его вид - ростовщичество (Ф.Бекон). Родоначальником политической поддержки предпринимательства можно считать Т.Гоббса, который требовал от государства поощрения всякого рода промыслов, судоходства, земледелия и рыболовства.

Т. Гоббс стал одним из первых, кто предложил рассматривать промышленность и торговлю как предмет государственной политики. Он  увязывал предпринимательство и труд человека с позиций внимания к ним со стороны государства и считал, что предпринимательство через труд несет в себе благо социальное.

Систематизированный подход к оценке предпринимательства сформировался только в конце 17 – начале 18 вв. Понятие «предприниматель» и «предпринимательство» впервые в современном смысле употребил английский экономист **Ричард Кантильон**.  Единственная книга Кантильона «Эссе о природе торговли вообще» была издана уже после его смерти в 1755г. Он рассмотрел предпринимательство как особый вид деятельности, связанный с элементами риска. Согласно Р. Кантильону, предприниматель есть особый субъект, наделенный способностями предвидеть, рисковать, брать на себя всю полноту ответственности за приимаемые решения. По его мнению, предприним-ль это человек, действующий в условиях риска. Источником богатства считал землю и труд, которые и определяют действительную стоимость экономических благ. К категории предпринимателей он отнес не только купцов и ремесленников, но и фермеров, а также разбойников, нищих и прочих лиц с неопределенным заработком. Кантильон подчеркивал, что предприниматель вовсе не обязательно должен что-либо производить или заниматься предпринимательской деятельностью на свои деньги. Предпринимательская функция у Кантильона четко отличается от функций капиталиста или управляющего и связана исключительно с несением бремени риска.

**Адам Смит и Давид Рикардо**, основатели науки политэкономии, также одними из первых использовали понятие "предприниматель". Они рассматривали предпринимателя, прежде всего как носителя рациональности.   
А. Смит в труде "Исследование о природе и причинах богатства народов" (1776 г.) дал характеристику предпринимателя и его роль в экономике, как реализатора рискованных коммерческих идей. По Смиту предприниматель сам вносит капитал, планирует, организует производство и распоряжается результатами своего труда. Его прибыль - это компенсация собственника за риск. А. Смит относился скептически к предпринимательской деятельности управляющих: "От директоров акционерных компаний, которые заведуют в большей степени чужими деньгами, чем собственными, нельзя ожидать такой неусыпной осторожности, какую участники частного торгового товарищества проявляют в управлении своим капиталом. Поэтому небрежность и расточительность должна всегда в большей или меньшей степени проявляться в управлении такой компанией".   
У **Адама Смита** предприниматель рассматривался в контексте персонификации капитала как собственник и организатор экономического процесса. Предприниматели являются ключевыми фигурами в поле свободной конкуренции, их соперничество ведет к сокращению издержек, снижению цен, внедрению передовых технологий.

В своем основном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» Смит указывал на фундаментальные свойства человеческой природы, которые наиболее полно раскрываются в деятельности предпринимателей в условиях конкуренции. Предприниматели по Смиту являются в определенной мере агентами прогресса социально-экономической системы.

Смит также указал на свойства человеческой природы, наиболее характерные для деятельности предпринимателей: склонность человека к торговле; способность осознавать выгоду; подчиненность его интересов стремлению извлекать пользу из системы разделения труда; бережливость.  
**Так, А. Смит** охарактеризовал предпринимателя как собственника, идущего на экономический риск ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли. Предприним-я прибыль,по Смиту,и есть компенсация собственнику за риск.Пред-ль сам планирует,организует производство,реализует выгоды,связанные с разделением труда,а также распоряжается результатами производственной деятельности. Он сам планирует и организует производство, при этом предпринимательский доход является вознаграждением за его труд и риск. По мнению ученого, предприниматель большей частью является капиталистом, собственником капитала, вкладывающим этот капитал в собственное дело. А. Смит был сторонником развития конкуренции между предпринимателями и противником крупных монополий, полагая, что «потребление – единственный конец и единственная цель всякого производства» [7. С. 36]. Выступал против вмешательства государства в дела конкуренции и прибыльности.

   Вслед за А. Смитом Давид  Рикардо предложил рассматривать предпринимателей в качестве одного из двух основных общественных классов наряду с классом рабочих.Его основной труд называется "Начала политической экономии и налогового обложения". **Д. Рикардо** отводил предпринимателю лишь роль капиталиста-инвестора, рассматривая его в качестве одного из двух общественных классов – класса капиталистов (8). **Д.Риккардо** видел в капитализме абсолютный, вечный, естественный способ производства, а предприним-ю деятельность рассматривал в качестве обязательного элемента эффективного хозяйствования. Развивая далее трудовую теорию стоимости, Рикардо утверждал, что последняя представляет собой не только "доход" (именно такого взгляда придерживался Смит), но и стоимость потребленных средств. Очень важным является отстаиваемый Рикардо принцип невмешательства государства в экономику (производство, обмен и распределение продуктов). "Лучший налог — меньший налог", — пишет Рикардо.

**Жан СИСМОНДИ** – швейцарский экономист (1773—1843) считал, что политическая наука — это наука не только о производстве, но и об управлении, призванная разрабатывать средства для достижения наибольшего "счастья и богатства нации". С. первоначально находился под влиянием идей А. [Смит](http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/170321/%D0%A1%D0%BC%D0%B8%D1%82)а*,* но затем обосновал собственную систему экономических воззрений, положив начало новому направлению политической экономии — экономическому романтизму, выражавшему **идеологию мелких товаропроизводителей.** Вскрыл противоречия и пороки капиталистического накопления: вытеснение рабочих машинами и возникновение безработицы, рост нищеты народных масс, применение детского труда. Одним из первых указал на присущее капитализму противоречие между производством и потреблением, сделав вывод о неизбежности экономических кризисов. Принцип свободной конкуренции, о котором заботились Смит и Рикардо, ведет не к всеобщему обогащению, а скорее наоборот — к разделению общества на богатых и нищих. Положительно повлиять на этот отрицательный в социальном отношении процесс может только государство. Оно должно проводить политику, где главное место занимает поощрение мелкого капитала.Идеальной экономической системой С. считал мелкое товарное производство; защищал патриархальность быта и цеховую регламентацию производства. Выступал за активное вмешательство государства в экономику в целях торможения технического прогресса (поскольку рабочие вытесняются машинами), создания условий для участия рабочих в распределении прибылей, образования специальных фондов социального страхования.

**К.Маркс,** опираясь на теорию А.Смита, видел в предпринимателе капиталиста, направляющего свой капитал на создание прибавочной стоимости и эксплуатирующего рабочий класс. В марксистской  классовой теории не отводилось места предпринимательству как отдельной социальной группе (классу), поскольку критериальным признаком отнесения к тому или иному классу у Маркса являлось отношение к средствам производства и не принимались во внимание признаки социально-психологического характера. Маркс  отождествлял понятия «капиталист» и «предприниматель». Но при этом, в отличии от своих предшественников, четко определил сущность прибыли, как превращенной формы прибавочной стоимости, представляющей собой неоплаченный труд наемных рабочих.

**Маркс** первым обратился к исследованию феномена капиталистического предпринимательства, связанного с извлечением прибавочной стоимости и эксплуатацией наемных работников. Он рассматривал разные роли, выполняемые представителями класса капиталистов в процессе производства: «Тот, кто применяет капитал даже если он работает с собственным капиталом, распадается на два лица: простого собственника капитала и лицо, применяющее капитал; сам его капитал по отношению к приносимым им категориям прибыли распадается на капитал-собственность, капитал вне процесса производства, сам по себе приносящий процент, и на капитал в процессе производства, который как капитал, совершающий процесс, приносит предпринимательский доход. Предприниматель соединяет в себе функции собственника капитала, субъекта присвоения прибавочной стоимости и организатора производства.Таким образом, Маркс определил существующие различия между владением собственностью, присвоением прибыли и организацией производства, которые будут играть важную роль в революции менеджеров в 20в.

**Торстейн Веблен**

Материальной формой современной цивилизации является индустриальная система, а направляющей силой, которая оживляет эту систему, выступает предпринимательство. Веблен отмечает особенности капиталистического обобществления производства, которое создает необходимость высокой организации труда, и указывает, что капиталисты не обеспечивают такую высокую организацию, усматривая причину этого в том, что интересы бизнеса совпадают с интересами развития производства. Он констатирует, что непосредственной целью и стимулом деятельности предпринимателя является получение прибыли, а не развитие производства: «Мотив бизнеса – денежная выгода. Его метод – купля-продажа. Цель – накопление богатства». Поскольку целью предпринимателей, в руках которых находится производство, является исключительно прибыль, постольку возникает противоречие – по терминологии Веблена –«дихотомия» - между интересами развития производства и интересами капиталистов. Веблен считает, что бизнесмен во многих случаях не заинтересован в расширении и улучшении производство, которым руководит. Разнообразные производственные возможности рассматриваются бизнесменами только в плане возможности прибыльной реализации на рынке произведенной продукции. Между тем, такая возможность может быть достигнута не только путем совершенствования производственного процесса и повышения производительности труда, но и в результате ограничения выпуска товаров и соответственного установления выгодной цены на них. Бизнесмену безразлично, как его операции воздействуют на производство. Веблен приходит к выводу об отделении интересов тех людей, которые управляют, от интересов общества. Для Веблена характерно противопоставление «индустрии» и «бизнеса»,материального производства как такового и системы производства товаров для извлечения прибыли. Подчинение «материальных интересов общества целям извлечения прибыли» Веблен считал важной чертой капитализма. Он показал на конкретных примерах, что система капиталистического предпринимательства тормозит развитие общественного производства. По мнению Веблена, с развитием капитализма «дихотомия» производства и бизнеса обостряется. Сфера рыночных отношений, разнообразные спекулятивные операции становятся более выгодными для капиталиста, чем непосредственно предпринимательская деятельность. В результате многие капиталисты отвлекаются от организации производственного процесса и начин-т вкладывать часть своих капиталов в различные спекулятивные сделки. Веблен отмечает ряд черт монополистического капитализма: образование и рост корпораций, растущие масштабы коропоративной собственности, ликвидацию свободной конкуренции и т.д.По мере широкого распространения корпораций противоречие между индустрией и бизнесом еще более обостряется. Корпорация – это всегда предприятие бизнеса, она является средством делать деньги, а не производить товары.

**Веблен**. Теория праздного класса(критика предпринимательства в теории праздного класса). Если какая то часть общества или какая-нибудь социальная группа в каком либо существенном отношении не подвержена действию окружения, то взгляды и образ жизни этой части общества или этой социальной группы будут с большим опозданием приспосабливаться к изменению общей ситуации. До какого то времени эта часть общества будет задерживать процесс его преобразования. В таком привилегированном положении в отношении экономических сил, направленных на изменение и реорганизацию, находится богатый праздный класс. Праздный класс в значительной мере находится в выгодном положении, не испытывая на себе давления тех экономических потребностей, которые господствуют в любом современном обществе. Праздный класс – это консервативный класс. Функция праздного класса в развитии общества – препятствовать движению, сохраняя то, что устарело. Действия и взгляды зажиточного праздного класса приобретают характер предписывающего характера поведения для остальной части общества. Институт праздного класса задерживает развитие общества непосредственно 1)по инерции, свойственной самому классу 2)собственным примером, давая установку на демонстративное расточение и консервативность, а также 3)косвенно, посредством той системы неравного распределения благосостояния и средств к существованию, на которой покоится сам институт. Отношение праздного, т.е. имущего непроизводственного класса к экономическому процессу является денежным отношением – отношением стяжательства, а не производства, эксплуатации, а не полезности. Обычаи мира бизнеса сложились под направляющим действием законов хищничества и паразитизма. Влияние денежного интереса на развитие институтов видно и в законодательных актах, направленных на защиту собственности, закрепление имущественных прав и т.д. То направление, которое придает развитию экономических институтов влияние праздного класса имеет очень большое производственное значение.

Концепция **Й.Шумпетера**- противопоставляет себя неоклассикам, выводя из процесса кругооборота капитала особую необходимость *предпринимательской функции, которая состоит в осуществлении организационно-хозяйственной инновации – «новые комбинации факторов производства».*Предприниматели не образуют отдельный класс или профессию – именно функция, осуществляемая разными субъектами. Шумпетер в книге «Теория экономического развития»,которая вышла в 1911г,трактует понятие *«предприниматель» как новатор*. *Функция предпринимателя состоит в реализации нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста.*

Предприниматель не обязательно сам изобретает новые комбинации. Он осуществляет их практически и может при этом имитировать чужой хозяйственный опыт. Шумпетер выделяет несколько видов принципиально новых комбинаций факторов производства:  
- создание нового продукта,  
- использование новой технологии производства(система),  
- использование новой организации производства(способ),  
- открытие новых рынков сбыта и источников сырья.  
Новые комбинации факторов производства получили названия "нововведения". Следует подчеркнуть, что в терминологии Шумпетера "нововведение" не является синонимом слова "изобретение". Предпринимательская деятельность связана с применением уже имеющихся средств, а не с созданием новых.

У Шумпетера *предприниматель непрерывно в движении*, *привязанность к конкретному предприятию даже вредна для реализации предпринимательской функции, он должен быть свободен.* *Ведущими мотивами для предпринимателя у Шумпетера выступают стремление к новизне и радость творчества, жажда власти, умение держать удар в случае неуспешной инновации.*

*Мотив прибыли, свобода и самореализация, которая выступает как критерий успеха.* Предпринимательство он рассматривает как *акт творческой деятельности.* Биологическая предрасположенность отдельных индивидов и групп.

Основную *роль и сущность предпринимательства* Шумпетер видел в *преодолении инерционности экономической системы (пассивность)*. *Предпринимательство* – *организационная инновация в целях извлечения прибыли.* Созидательное разрушение. *Эффективность новых типов хозяйствования проверяется конкуренцией.* Если эффективность подтверждается высокой прибылью, инновация сама постепенно становится устойчивым стереотипом и воспроизводится по инерции (по заранее определенному плану) до тех пор, пока предприниматель не разрушит этот стереотип во имя новых инноваций – цикличность. *Предпринимательство по Шумпетеру представляет собой не социальную группу, а роль, исполняемую представителями разных групп.*

*Предпринимательство* докоапиталистических обществ М.Вебер и В.Зомбарт считали традиционным. Вебер называл традиционное *редпринимательство* авантюристическим, подчеркивая его **иррациональный характер**, стремление к сиюминутной выгоде, а не к рациональному ведению дела. Оно не уходит в прошлое, а *продолжает существовать* в самых развитых странах наряду с рациональным производственным капиталистическим предпринимателем.

Вебер и Зомбарт рассматривают становление предпринимательского духа как составляющую духа капиталистического. **«Дух»** рассматривается не как философское понятие, а как экономико-социологическое явление – *совокупность устойчивых психических черт, присущих хозяйствующему субъекту в данном сообществе на определенной стадии его развития, словами Вебера – исторический индивидуум.* Важная черта предпринимательского духа – *он историчен.* В протестантской этике Вебер обосновывал *противоположность капитализма и традиционных обществ,* с их ориентацией деятельности на потребление и стремление к воспроизводству устоявшихся типов хозяйствования. *По Веберу главная и сущностная характеристика духа капитализма стремление к рациональному ведению хозяйства и рентабельности.* Вебер утверждал, что *жажда наживы, как мотив деятельности, исходит от средневековья, а – капиталистическое предпринимательство* – *рациональная организация свободного труда и использование возможностей обмена для ненасильственного приобретательства.* *При этом деятельность в целом ориентирована не на практические, а на идеальные цели – она подчинена идее спасения через аскетическое мирское служение Богу. Новый предпринимательский дух имеет религиозную основу и вырос из протестантизма* ***(в силу сложившейся исторической совокупности обстоятельств)****.* И человек и капитал не должны пребывать в праздности. Само богатство приносит чувство достигнутого и является свидетельством избранности человека. *Идея избранничества связанна с исполнением профессионального долга, которое становится исполнением долга перед Богом.* Во главу угла ставится добропорядочность, кредитоспособность и умеренность, стабильное развитие и рост. *Инструмент утверждения стабильности – возрастающая рационализация способов ведения хозяйства и упорядоченная отчетность.* Престиж, желательность того или иного рода деятельности определяются его полезностью и доходностью, поскольку именно уровень дохода говорит об избранности. Протестантская этика не одобряет потребительского использования дохода – то, что нажито должно быть не истрачено, а преумножено во славу Божью. *Историческая уникальность протестанской этики* состоит в том, что здесь *делается акцент специфические ценностные ориентации на бесконечное инвестирование, бесконечное развитие производства.* Таким образом, протестантизм создает уникальные духовные стимулы для расширенного производства, для постоянного наращивания капитала, но не ради богатства самого по себе, а ради умножения славы Божьей и собственной уверенности в спасении.

Вебер также связывал развитие предпринимательской деятельности с функционированием **бюрократической организации,** которая характеризуется: *а) эффективностью, которая достигается за счет строгого разделения обязанностей между ее членами, что дает возможность использовать высококвалифицированных специалистов на руководящих должностях; б) строгой иерархизацией власти, позволяющей вышестоящему должностному лицу осуществлять контроль за выполнением задания нижестоящими сотрудниками;  
в) формально установленной и чётко зафиксированной системой правил, обеспечивающих единообразие управленческой деятельности и применение общих инструкций к частным случаям в кратчайший срок;   
г) безличностью административной деятельности и эмоциональной нейтральностью отношений, складывающихся между функционерами организации, где каждый из них выступает не как индивид, а как носитель социальной власти, представитель определенной должности.***М. Вебер** писал: «Точность, скорость, однозначность, знание дела, последовательность, такт, единство, строгая субординация, уменьшение трений, затрат материальных и людских ресурсов - все это достигает максимального развития в строго бюрократической системе».  
**В. Зомбарт** также исходит из *принципиальной историчности капиталистического хозяйственного духа*. *«Докапиталистический человек» был близким к природе, озабоченным идеей пропитания и выживания, он ничего не исчисляет, но воспринимает мир как целое. В своих хозяйственных делах он обращается к опыту и традиции. Капиталистический человек несет в себе дух предпринимательства и дух мещанства.* В основе личности – предпринимательский дух и мещанский дух.«Предпринимательский дух это синтез жажды денег, страсти к приключениям, изобретательности и многого другого, мещанский дух состоит из склонности к счету и осмотрительности, из благоразумия и хозяйственности»*.Предприниматель должен быть триедин, обладая качествами 1)завоевателя* *(активное отношение к действительности, духовная свобода, позволяющая планировать свои действия, воля и энергия, упорство и постоянство)2)организатора (способность правильно оценивать людей, заставлять их работать, координируя их действия) 3)торговца (способность вербовать людей без принуждения, возбуждать в них интерес к своей продукции, внушать доверие).* Социальными группами – носителями предпринимательского духа изначально являлись разбойники, феодалы, крупные спекулянты. Мещанину требуются другие качества: хозяйственность, связанная с рациональным ведением дел, разумной экономией и бережливостью, деловая мораль, являемая коммерческой солидностью и благонадежностью, верностью договору и строгим ведением отчетности. Мещанский дух – «все те воззрения и принципы и ими направляемое поведение и поступки, которые вместе составляют хорошего гражданина и отца семейства, солидного и осмотрительного делового человека».Это продукт исторического развития, а его родина – торговые города Италии. В рамках мещанского духа он выделяет 2 составляющие: *мещанскую мораль («святую хозяйственность»),включающую принципы внутреннего устроения хозяйства и его управления, и деловую мораль, регулирующую отношения хозяина с внешним миром, в том числе с клиентами и партнерами. Святая хозяйственность предполагает рационализацию ведения хозяйства. Деловая мораль включает новые нормы и ценности, действующие в сфере взаимоотношений предпринимателя с партнерами и клиентами.* Таким образом, капиталистическийй дух состоит из разнородных противоречивых элементов, эта противоречивость является залогом динамики и одновременно неустойчивости «капиталистического духа» и самой личности предпринимателя *(***противоречивое единство капиталистического духа).**

Он разделяет социокультурные особенности раннего современного и позднего индустриального капитализма. Для раннекапиталистического предпринимателя, буржуа старого стиля, характерно сохранение докапиталистической корреляции производства и предпринимательства с *интересами и потребностями человека.* Для высококапиталистического духа характерна смена ориентира. Цель деятельности – нажива и процветание дела. Они связаны между собой – так как для процветания дела необходима чистая прибыль. При этом конечная точка стремления предпринимателя отодвигается в бесконечность, развитие дела и рост прибыли не имеют цели, никакого иного человеческого смысла, кроме развития производства самого по себе.

*Вывод: по Веберу, новый капиталистический дух формируется с развитием предпринимательства и бюрократической организации. С точки зрения Зомбарта он оказывается переплетением предпринимательского и мещанского духа. (вопрос – дух буржуа и предпринимательский дух).*

*Предприниматель, мещанин и бюрократ являются тремя исторически обусловленными идеальными типами,* тремя составляющими капиталист-го духа. Для мещанина характерно, речь здесь идет о типе действия, экономический расчет и бережливость, накопление капитала, безопасность, ценностное ядро – служение интересам своей семьи. Для бюрократа работа ради прибыли фирмы – способ личного карьерного продвижения вверх по иерархической лестнице. Служение корпорации, лояльность и преданность корпорации, человек коллективного интереса и жесткой дисциплины. *Черта предпринимателя, отделяющая его от мещанина и бюрократа – его нацеленность на инновацию.* Им движут прежде всего не мотив извлечения устойчивого дохода и не карьерные соображения, *а стремление к самореализации посредством осуществления некоего организационного прибыльного проекта.* Особая рациональность, связанная с работой в условиях заведомо неполного знания и активного освоения новой информации. Меньше формализма, больше организационного творчества. Вместо службе семье или корпорации, служит идее, связанной с риском и ответственностью.

### *Тема 13. Современные теории предпринимательства*

В исторической ретроспективе исходным пунктом приложения предпринимательской инициативы была торговая деятельность, которая связана с перемещением товаров с рынка на рынок, а источником дохода служила разница в ценах. В этот период предпринимательство играло подчиненную, вспомогательную роль, а его функциональное содержание ограничивалось поиском сфер прибыльного приложения капитала, притом в условиях практически полного отсутствия институциональной организации рыночного хозяйства. *В этих условиях доминирующими признаками предпринимательства были высокая степень риска и, соответственно, стремление к максимизации прибыли, а предпринимательская функция являлась монополией собственника*, единолично*определяющего все стороны своей деятельности и возлагающего на себя полную ответственность за ее результаты.* Не случайно именно эти признаки и были зафиксированы экономистами XVIII в. как определяющие сущность предпринимательства.

По мере усложнения предпринимательской деятельности и обособлений функций, собственности и управления содержательный момент предпринимательства переносится в сферу организации и управления им.

Развитие этих представлений неоклассической теории привело к интерпретации *предпринимателя как менеджера, комбинирующего факторами производства, а предпринимательства – как управленческой функции*, *которая,* *не связана ни с трудом, ни с собственностью на капитал; она состоит целиком в установлении и поддержании эффективных взаимодействий между факторами производства*.

*Второй этап* научного осмысления предпринимательства концентрирует внимание на личности предпринимателя. В. Зомбарт рассматривал предпринимателя и предпринимательство в исторической перспективе, акцентируя внимание на преимуществах обществ, где действуют люди с предпринимательскими способностями. В целом эту волну связывают с именем Й. Шумпетера, считавшего, что в основу экономического развития положена специфическая функция предпринимателя, которая проявляется всякий раз в стремлении использовать «новую комбинацию» факторов производства, следствием чего является нововведение, инновация. Если вместо количества факторов мы меняем саму форму функции, то получаем «нововведение». Трактовка предпринимательства как новаторства, а предпринимателя как лица, являющегося движущей силой прогрессивных изменений в экономике, соответствовала этапу развертывания НТР.

Многофункциональная модель предпринимательства возникла на *третьем этапе,* со второй половины ХХ в. в результате теоретических исследований Й. Шумпетера, а также представлений новоавстрийской школы Л. Мизеса и Ф. Хайека. В них впервые предпринимательство было рассмотрено как процесс развития идеи, а их последователь И. Кирцнер построил теорию предпринимательства как процесс перехода от одного равновесного состояния «арбитражных» сделок к другому.

# Фидрирх фон Хайек, выдающийся австро-американский экономист, лауреат Нобелевской премии.

# Для Ф.фон Хайека предпринимательство неразрывно связано, с первую очередь, *со свободой* человека, исключающей его подчинение воле других людей, но, безусловно, сообразующейся с законами общества и государства, уважающей закон. Ф. Фон Хайек считает, что личная независимость позволяет человеку наиболее продуктивно распорядиться своим потенциалом. В свободе предпринимательства он видел единственный залог процветания современного западного общества, при одновременном обеспечении неотъемлимого права каждого на самостоятельность и инициативу. Суть предпринимательства он видит в поиске и исследовании новых экономических возможностей. Это характеристика поведения, а не вид деятельности.

# *Свободную конкуренцию* он считал процедурой открытия эффективных экономических решений, динамика вознаграждения за которые является самым надежным индикатором адаптированности личности к меняющимся условиям. Ограничения свободы конкуренции, равно как и искусственное поддержание надежного благосостояния всех членов общества, он считал не только недопустимыми с нравственной точки зрения, но и экономически нереализуемыми *без вмешательства тоталитарного или диктаторского режима.* Многие из тех, кто претендуют быть защитниками "свободного предпринимательства", на самом деле являются скорее защитниками привилегий и сторонниками государственных мер в их пользу, чем противниками любых привилегий. На самом деле безнадежность перспектив на ближайшее будущее объясняется в основном тем, что нигде нет ни одной организованной политической группы, выступающей в поддержку подлинно свободной системы.   *""Свободное" предпринимательство и конкурентный порядок".* Два этих понятия не обязательно обозначают одну и ту же систему, и мы выступаем за систему, обозначаемую вторым из них. *Цель конкурентного порядка -- заставить конкуренцию работать; цель так называемой "упорядоченной конкуренции" -- практически всегда ограничить действенность конкуренции.* Был убежден: пока сами предприниматели не продемонстрируют веру в конкуренцию и готовность привести свой дом в порядок, политически нет шансов сделать что-либо с ее участниками на другой стороне.

Являясь представителем неолиберального направления, Хайек, естественно, *выступает последовательным сторонником рыночной экономики,* оставаясь до конца жизни верным идее высокой ценности принципов экономического либерализма. *Однако он рассматривает рынок не как изобретение человека, и не как механизм реализации справедливости и оптимального распределения ресурсов, а как спонтанный экономический порядок. При этом Хайек, очень четко различает понятия «рынок» и «хозяйство». Последний, по его мнению, предполагает такое социальное устройство, при котором Некто размещает ресурсы в соответствии с единой шкалой целей. Это предполагает осуществление всей экономической деятельности по единому плану, где однозначно расписано, как будут «сознательно» использоваться общественные ресурсы для достижения определенных целей.*

*По Хайеку, рынок просто соединяет конкурирующие цели, но не дает гарантии того, какие из этих целей будут достигнуты в первую очередь.*

*По Хайеку, у спонтанного экономического порядка есть существенные преимущества.*

1. Прежде всего, в нем используются знания всех членов общества. И распространение этих знаний, большая часть которых воплощена в ценах, является важнейшей функцией рынка. По мнению Хайека, механизм цен является уникальным способом коммуникации, где цены выступают и как свидетельство определенной значимости товара с точки зрения других людей, и как вознаграждение за усилия. Цены играют роль сигналов, побуждающих индивида предпринимать усилия. Через цены осуществляется взаимоприспособление планов и потому механизм цен - одна из важнейших сторон рыночного порядка. Наблюдая движение сравнительно небольшого количества цен, предприниматель получает возможность согласовать свои действия с действиями других.

Механизм цен является механизмом коммуникации людей в экономических процессах, и поэтому категорически противопоказан административный контроль над ценами. Хайек неоднократно подчеркивает, что эта функция системы цен реализуется только в условиях конкуренции, то есть лишь в том случае, если отдельный предприниматель должен учитывать движение цен, но не может его контролировать. Хайек утверждал, что в ценах заложена вся информация, и экономические акторы, отвечая на изменение цен, действуют так, как если бы они знали все обстоятельства, заложенные в изменения на рынке. Чтобы сэкономить, людям необязательно быть в курсе всех событий времени и места, им потребуется всего лишь доступ к ценам.

Хайек обращает внимание на то, что люди, имеющие возможность свободно реагировать на ситуацию, лучше чем какой-либо централизованный орган могут оценить локальную ситуацию, то есть использовать так называемое локальное знание и тем самым способны обеспечить включение этого знания в общий поток знания, циркулирующего в обществе. Рынок способствует концентрации знаний, умений и навыков, которые рассеяны в обществе и могут быть использованы для производства товаров.

Большое внимание уделяет Хайек рассмотрению механизма конкуренции. Как известно, в рамках кейнсианского направления конкуренция рассматривается как несовершенный и крайне растратный механизм достижения сбалансированности экономической системы, а в рамках неоклассического направления - как быстрый и эффективный способ оптимального распределения ресурсов. Оригинальность позиции Хайека состоит в том, что он первый рассмотрел конкуренцию как «обнаруживающую процедуру», как способ открытия новых продуктов и технологий, которые без обращения к ней остались бы неизвестны. Именно конкуренция заставляет предпринимателя в поисках высокой прибыли искать новые продукты, использовать новые рынки сырья, искать именно те самые новые производственные комбинации, которые и обеспечивают динамическое развитие экономической системы.

В рамках концепции «индивидуализма развития» Хайека характерен акцент на творческую устремленность человека, стремление к новому, стремление к отысканию или созданию потребностей, которые никто не удовлетворяет или удовлетворяет не в полной мере. Таким образом, осуществляется у Хайека связь свободы и прогресса.

Еще одним вопросом, на который Хайек обращает внимание, является вопрос: обеспечивает ли рынок соблюдение принципа социальной справедливости? Экономисты социалистической ориентации аргументом в защиту планирования считают, что оно позволяет распределить продукцию более равномерно и справедливо. Хайек с этим не спорит, соглашаясь, что если мы действительно хотим распределять блага в соответствии с некими заранее установленными стандартами благополучия, то нет другого выхода, кроме планирования всей экономической жизни. Но платой за такие достижения будет являться уничтожение свободы выбора - выбор будут делать за нас другие. И Хайек ставит очень серьезный вопрос: не будет ли ценой, которую мы заплатим за осуществление чьих-то идеалов справедливости такое угнетение и унижение, которого никогда не могла породить «свободная игра экономических сил».

По мнению Хайека, неправомерно связывать принципы осуществления социальной справедливости с рыночным порядком, который является этически нейтральным. Согласно его взглядам, справедливость следует оценивать с точки зрения самого процесса поведения, а не с точки зрения конечного результата. Неудивительно, что справедливость у Хайека сводится к универсальному равенству всех перед законом, который должны носить всеобщий и определенный характер. Требование же социальной справедливости, которую Хайек рассматривает как уравнительную справедливость, он объясняет неистребимым желанием «втиснуть» рыночный механизм в схемы желательного распределения доходов. Программа распределительной (уравнительной) справедливости и контроль государства над экономикой, по глубокому убеждению Хайека, несовместимы с «правлением права», поскольку они неизбежно носят выборочный, то есть дискриминационный характер.

По мнению Хайека, рынок выполняет незаменимую познавательную функцию в процессе социальной координации, где он является передаточным устройством, позволяющим эффективно использовать информацию, рассеянную среди бесчисленного множества экономических субъектов. Естественно поэтому, что рынок не только необходим, но он также должен быть неуправляемым и не может являться инструментом государственного манипулирования для достижения определенных результатов.

Но рыночная система, по мнению Хайека, не обрекает государство на бездействие и перед ним открывается широкое поле деятельности. Прежде всего, это создание и совершенствования правовых норм – «правил игры» необходимых для эффективного функционирования рыночной системы. Другими словами, создание условий для развития конкуренции. Но помимо условий для развития конкуренции в ряде случаев на государство возлагается функция замены ее другими формами регулирования там, где это необходимо, в частности, в предоставлении товаров коллективного пользования.

На государство, по мнению Хайека, должны быть возложены в основном такие задачи, как разработка законодательных рамок функционирования конкурентного рынка.

Таким образом, сущность социально-экономической концепции Ф. Хайека состоит в следующем:

- конкуренция через механизм цен информирует участников рынка о тех возможностях, которыми они могут воспользоваться для эффективного применения тех ресурсов, которыми обладает общество;

- рынок способствует концентрации знаний, умений и навыков, которые рассеяны в обществе и могут быть использованы для производства товаров;

- экономические проблемы должны решаться через накопление и распространение информации (знаний);

- высшей человеческой ценностью является свобода. Только она может гарантировать, что человек может самостоятельно распорядиться своим знанием. В условиях конкуренции это ведет к эффективному использованию знаний и тем самым к высокому уровню экономического благосостояния;

- основа экономической свободы состоит не в более или менее равномерном распределении материальных благ, осуществляемом государством и подчиняющим этим распределением отдельных индивидов, а в праве каждого отдельного человека свободно распоряжаться капиталом и своими способностями, что порождает риск и ответственность распорядителя;

- система частной собственности – основная гарантия свободы. Пока контроль над собственностью распределен между множеством независимых друг от друга людей, никто не имеет над ними абсолютной власти;

- государство не должно чрезмерно вмешиваться в экономику, и, прежде всего в процессы ценообразования.

Высказываются новые точки зрения на предпринимательство, формируется довольно устойчивая философия бизнеса. Например, по мнению Ф. Хайека предприниматель, как хозяйствующий субъект характеризуется особым поведением, стремлением обнаружить различные возможности получения прибыли. Хайек особо подчеркивает, что в современных условиях предприниматели действуют в рамках высокой рыночной конкуренции и побеждает тот из них, кто в этой конкуренции выживет. Хайек утверждал, что бизнес, как сумма стихийных процессов значительно шире предпринимательства, равнозначного, по его мнению, любой другой рыночной профессии.

Продолжателем традиций институционализма, после второй мировой войны, стал **Джон К. Гэлбрейт**.  В 60-70-е годы ХХ века Гэлбрейт становится общепризнанным идеологом либерального реформаторства и обосновывает концепцию трансформации капитализма в книгах «Новое индустриальное общество» (1967) и «Экономикс и общественная цель» (1973). “Экономические теории и цели общества” (1978).

Исходя из качественно изменившихся в XX в. объективных условий хозяйственного развития, Дж. Гэлбрейт решительно опровергает устаревшие исходные положения неоклассицизма: о подчинении целей экономической системы интересам отдельного человека, о свободной и совершенной конкуренции мелких товаропроизводителей, о рыночном саморегулировании национальной экономики, о соединении в лице предпринимателя собственника, организатора производства и получателя дохода.

Главную отличительную черту нового индустриального общества Гелбрейт определил как господство техноструктуры корпораций. Техноструктура – это совокупность большого числа ученых, инженеров и техников, специалистов по реализации, рекламе и торговым операциям, экспертов в области отношений с общественностью, лоббистов, адвокатов, посредников и людей, хорошо знакомых с особенностями правительственного бюрократического аппарата. Техноструктура монополизировала знания, требуемые для принятия решений, и оградила процесс принятия решений от владельцев капитала. Ее основной положительной целью является рост фирмы. «Власть техноструктуры подчиняет себе механизм формирования цен; фирмы-гиганты занимают важнейшее место на рынках сбыта производимых ими товаров, и цена, устанавливающаяся в каждой отрасли, обычно стремится к такому уровню, который отражает интересы техноструктуры, в наибольшей степени стремящейся к обеспечению роста» (4). потребности управления корпорацией требуют распределения власти между достаточно большим числом представителей менеджеров.

В своих работах Дж. Гэлбрейт прямо не указывает на существование предпринимательского сословия, но очевидно разделяет функции собственников капитала и представителей «техноструктуры», которые своими действиями обеспечивают извлечение прибыли. По сути, Гэлбрейт отождествляет понятия «менеджмент» и «предпринимательство». Ключевым, является утверждение о том, что действия техноструктуры направлены на монополизацию рынков с целью «подчинения себе механизма формирования цен», потому что именно состояние несовершенной конкуренции дает продавцу возможность манипулировать ценами и получать прибыль.

В своих научных трудах Дж. Гэлбрейт исследовал тенденции укрупнения и промышленного и производства, которые и привели к образованию гигантских корпораций (акционерных обществ). Он показывал, что корпорации достигают наивысших производственных успехов благодаря использованию новейшей техники и технологии и приходу к руководству предприятиями так называемой техноструктуры – технических специалистов-администраторов. С этим связано усиление планирования хозяйственного развития, которое, по мнению Дж. Гэлбрейта, идет на смену рыночным отношениям. В итоге в обществе складываются две системы – “рыночная система”, охватывающая преимущественно мелкие хозяйства, и “планирующая система”, куда входят корпорации, взаимодействующие с государством.  
По Гэлбрейту, связь между предпринимательской фирмой и обществом была денежной связью. Рынок передавал предпринимателю указания потребителя на единственном языке, на котором рынок способен изъясняться, а именно: обещая большую или меньшую прибыль на большую или меньшую массу продуктов. Отношения между предпринимателем и наемными работниками носили главным образом денежный характер: они работали на него не из любви или чувства долга, а ради денег. Господствующим фактором в его отношениях с государством был тот же денежный фактор: принцип совместимости интересов действовал здесь, как всегда. Предприниматель стремился оказывать влияние на государство в целях увеличения своего денежного дохода. Если государство нуждалось в его услугах, то оно получало их при условии их оплаты. Государство пользовалось своей системой налогов и своими орудиями экономического регулирования для того, чтобы воздействовать на поведение предпринимателя и регулировать его доходы. Подобно отношениям между предпринимателем и его наемными работниками, отношения между предпринимателем и государством постоянно содержали в себе противоречие, связанное с установлением размера дохода. Это противоречие сводило к минимуму или вовсе исключало совпадение целей предпринимательской корпорации и государства. Оно являлось главной причиной того, что в итоге этих отношений предприниматель либо контролировал государство, либо испытывал перед ним заметный страх.

Ниже приводятся *основные положения произведений* “Новое индустриальное общество” (1967) и “Экономические теории и цели общества” (1978)

Новое индустриальное общество

I. Перемены и индустриальная система

Дж. Гэлбрейт отмечает следующие основные нововведения и изменения, произошедшие в экономической жизни в XX веке:

1. Применение все более сложной и совершенной техники в сфере материального производства, связанное с укрупнением производства. Все это требуют крупных вложений капитала, а также высококвалифицированных специалистов. Из этих перемен вытекает необходимость и возможность создания крупных хозяйственных организаций. Только такие организации в состоянии привлечь необходимый для современного производства капитал; только они могут мобилизовать рабочую силу требуемой квалификации.

2. *Расширение сферы деятельности корпораций.* господство крупных корпораций. Они занимают сильные, близкие к господствующим позиции в отраслях хозяйственной деятельности. *Если в начале XX века деятельность корпораций ограничивалась такими отраслями, в которых производство должно вестись в крупном масштабе (железнодорожный и водный транспорт, производство стали, добыча и переработка нефти), то в 70-е годы корпорации стали все виды деятельности, которые некогда были уделом индивидуального собственника или небольшой фирмы (бакалейное дело,увеселительные мероприятия).* При этом множестве принадлежащих корпорациям предприятий, производящих сотни видов продукции, крупнейшие фирмы используют оборудование стоимостью в миллиарды долларов и сотни тысяч работников. Так, на долю пятисот крупнейших корпораций приходится почти половина всех товаров и услуг, производимых в Соединенных Штатах.

3. *Произошло разделение предпринимателя-собственника, организатора производства и получателя дохода.* Гэлбрейт отмечает, *что в начале XX века корпорация была инструментом ее владельцев и отражением их индивидуальности.* Имена этих магнатов – Карнеги, Рокфеллер, Гарриман, Меллон, Гугенгейм, Форд – были известны всей стране... *Те, кто возглавляет теперь крупные корпорации, безвестны... Люди, которые управляют крупными корпорациями, не являются собственниками сколько-нибудь существенной доли данного предприятия. Их выбирают не акционеры, а, как правило, совет директоров, который в порядке взаимности избирают они же сами.*

4. Изменились взаимоотношения между государством и экономикой.

*Несколько видоизменились и экономические функции государства. Так, теперь государство берет на себя задачу регулирования совокупного дохода, расходуемого на приобретение товаров и услуг, в масштабе всей экономики. Оно стремится обеспечить достаточно высокий уровень покупательной способности, позволяющий реализовать всю продукцию, которую может произвести существующая в данный момент рабочая сила. Если эта деятельность приводит к достижению высокого уровня занятости, правительство стремится не допустить повышения цен в результате роста заработной платы, равно как повышения заработной платы под давлением роста цен,* упорно движущихся вверх по спирали, – хотя в данном вопросе деятельность правительства носит более осторожный характер и встречает меньшую поддержку со стороны общественности.

5. *Начался упадок профсоюзов.* Гэлбрейт считает, что рабочие в "зрелой корпорации" не нуждаются даже в защите со стороны профсоюза. По его мнению, "профсоюзы существуют только потому, что прочно уселись на плечи рабочего, которому приходится их терпеть..."

6. *Произошли структурные изменения в профессиональном составе рабочей силы. Существенно возросло число лиц, желающих получить высшее образование, и наряду с этим*, в несколько более умеренной степени, *увеличились реальные возможности для его получения...*

7. Возросла роль планирования. Привлечение крупного капитала и соответствующая организация производства требуют предвидения задолго до того, как можно будет воспользоваться его результатами. Планирование существует потому. что рыночный механизм перестал быть надежным”.

8. Потребительский спрос становится объектом управления.

Так, по мнению Гэлбрейта, *характер техники и связанные с ней потребности в капитале, а также время, которое занимает разработка и производство продукции, диктуют необходимость государственного регулирования спроса.* Корпорация, рассматривающая вопрос о производстве автомобиля новой модели, должна иметь возможность убедить людей купить его. Столь же важно, чтобы население располагало необходимыми для этого средствами. Это приобретает решающее значение, когда производство требует весьма крупных капиталовложений, а продукция может с равной степенью вероятности попасть на рынок и во время депрессии, и во время подъема. Таким образом, возникает необходимость стабилизации совокупного спроса.

9. Чрезвычайно разросся аппарат внушения и убеждения, связанный с продажей товаров. По средствам, которые расходуются на эту деятельность, и способностям, которые находят в ней применение, она все более соперничает с процессом производства товаров.

Гэлбрейт утверждает, что в действительности современная экономическая система, под какой бы вывеской она ни скрывалась, в существенной своей части представляет собой *плановую экономику.* Инициатива в вопросе о том, что должно быть произведено, исходит не от потребителя, который посредством рынка направлял бы работу промышленного механизма в соответствии со своим, желанием. Скорее она исходит от крупной производственной организации, стремящейся установить контроль над рынками (которые она, как это предполагается, должна обслуживать), и более того, воздействовать на потребителя в соответствии со своими нуждами. А поступая таким образом, такая организация оказывает глубокое влияние на систему ценностей потребителя и его убеждения.

Перемены, о которых говорилось выше, отнюдь не происходили равномерно во всей экономике. Малый бизнес все еще остается сферой деятельности индивидуального собственника.

II. Природа промышленного планирования

Однако с наступлением холодной войны слово “планирование” приобрело идеологический привкус.

Роль планирования в современном индустриальном обществе по-прежнему недооценивается. Помимо того, глубокий инстинкт консерваторов подсказывает им, что экономическое планирование неизбежно означает установление контроля над поведением индивидуума.

С точки зрения экономиста планирование заключается в том, чтобы заменить цены и рынок как механизм, определяющий то, какая продукция будет производиться, авторитетным решением, устанавливающим, что будет произведено и потреблено и по каким ценам.

В экономике западных стран на рынках господствуют крупные фирмы. Они устанавливают цены и стремятся обеспечить спрос на продукцию, которую они намерены продать.

III. Планирование и предложение капитала

Тот, кто планирует, должен сознательно обеспечить такое положение, при котором планируемое предложение равнялось бы планируемому спросу. Если он не сумеет добиться этого, возникнут излишки и нехватки. Если при этом все еще не будет использован рыночный механизм, если не будут снижены или повышены цены, возникнет проблема хранения или уничтожения излишка или же, напротив, начнется ссора между теми, чей спрос не удовлетворяется. Такие результаты планирования, как правило, приводят к резкому падению престижа того, кто планировал в данном случае.

IV. Особенности деятельности корпораций в рыночной и планирующей системах

Имеется концептуальное различие между малым предприятием, находящимся полностью под контролем отдельного лица и корпорацией. Это отличие лежит в основе широкого разделения экономики на “рыночную систему” и “планирующую систему”.

Разница между планирующей и рыночной системами заключается в инструментах, с помощью которых достигаются эти цели, и в том, насколько успешными оказываются такие попытки. Участники рыночной системы, которые хотят обеспечить стабилизацию своих цен или добиться контроля над предложением, должны действовать коллективно или получить помощь со стороны правительства. Такие действия часто неэффективны. Напротив, в планирующей системе фирма автоматически добивается контроля над ценами просто в силу своих размеров.

V. Техноструктура

В прошлом руководство в хозяйственной организации олицетворял предприниматель – лицо, объединявшее в себе собственность на капитал или контроль над капиталом со способностью организовать другие факторы производства и обладавшие к тому же в большинстве случаев способностью вводить новшества. С развитием современной корпорации и появлением организации, которая подчиняется требованиям современной техники и планирования, а также в связи с отделением функций собственности на капитал от функции контроля над предприятием предприниматель в развитом промышленном предприятии уже не выступает как индивидуальное лицо. *Вместо предпринимателя направляющей силой предприятия считается администрация. Она представляет собой некую коллективную единицу*. В крупной корпорации в состав администрации входят председатель совета директоров, президент, вице-президенты, а также лица, занимающие другие ответственные административные посты.*Основной положительной целью техноструктуры является рост фирмы. Затем этот рост становится важнейшей целью планирующей системы и – как следствие – общества, в котором доминируют крупные фирмы.* (Однако в более поздней работе “Экономические теории и цели общества” он напишет: “Голоса в корпорации распределяются пропорционально собственности в ней. А распределение собственности таково, что голоса немногих и очень богатых людей неизменно перевешивают голоса большинства).  
По своим деловым качествам, ценностям, корпоративным нормам поведения менеджеры представляют собой противоположность индивидуальным предпринимателям. Им чужды индивидуализм, жесткость, способность рисковать, соперничество и властолюбие. Напротив, им присущи стремление работать «в команде», коллективизм, осознание ценности сотрудничества. Принципиально отличны и интересы предпринимателей и менеджеров. Индивидуальный владелец капитала, как правило, стремился к получению максимальной прибыли. Для менеджеров гораздо важнее сохранение условий получения стабильного дохода и гарантии сохранения своего социального положения. Поэтому в процессе управления корпорацией высший менеджмент стремится отстранить владельцев капитала (акций) от процесса принятия решений, обосновывая данную тенденцию их некомпетентностью.

*На основе этого Гэлбрейт делает вывод: “Современная капиталистическая организация и развитая социалистическая организация не противостоят друг другу”. Будущее — это конвергенция, сближение и слияние различных систем, представляющих собой лишь особые разновидности “индустриального общества”.*

В уже отмеченной более поздней работе “Экономические теории и цели общества” (опубл. в США в 1973 г.) Гэлбрейт пишет, что индустриальное общество состоит из индустриальной, планирующей системы (крупнейшие господствующие монополии) и рыночной системы — монополизированного сектора.  Неэквивалентный обмен между системами, неравенство их доходов, ведущее к обнищанию рыночной системы, неравномерность экономического развития на мировой арене (развивающиеся страны — это рыночная система, а развитые — планирующая, индустриальная), рост цен — это результат отношений двух систем индустриального общества. На ослабление противоречий должны быть направлены реформы — государственное регулирование. Оно предполагает национализацию ряда транснациональных компаний, монополий, входящих в военно-промышленный комплекс, ограничение всевластия монополий, обеспечение гарантированного дохода трудящихся, ликвидацию дискриминации в оплате труда по полу, возрасту, цвету кожи, улучшение охраны окружающей среды. “Планирующая система при отсутствии государственного регулирования, как правило, нестабильна. Она подвержена спадам и депрессиям, которые не самоограничиваются, но могут приобрести кумулятивный характер.

   Главным в теории Гэлбрейта является понятие "индустриальной системы" - та часть экономики, которая характеризуется наличием крупных корпораций. В истории американской корпорации Гэлбрейт отмечал несколько этапов:

1. Предпринимательская корпорация (предприниматель сам же и управляющий, и инженер, например Г.Форд);
2. Революция управляющих. Корпорация становится менеджериальной;
3. Корпорация техноструктуры. Производство настолько усложняется, что ни один управляющий в нем не разбирается. Техноструктура-Это широкая социальная группа (ученые, инженеры, экономисты, психологи, отдельные квалифицированные рабочие).   Техноструктура, стоящая у власти, уже по Гэлбрейту, не ставит своей целью получение максимальной прибыли, что обуславливает принципиальное отличие "зрелой корпорации" от предпринимательской. Материальное стимулирование техноструктуры осуществляется через оклады, продвижения по службе, а это достижимо по мере расширения масштабов производства.
4. Гэлбрейт считает, что техноструктура воплощает "мозг корпорации", и таким образом, по праву обладания самым дефицитным фактором производства - знанием - она имеет все основания для гипотетического "перехода власти".

   Разрабатывая "сценарий будущего", Гэлбрейт представляет переход к "новому социализму", включающий три главных звена:

1. Всесторонняя поддержка "рыночной системы".
2. Буржуазная национализация отдельных корпораций и расширение государственного сектора в экономике.
3. Создание системы "национального планирования".

   Понятие "социализм" он использует "в качестве меры, направленной на исправление положения там, где существует общий низкий уровень развития, и как средство контроля над гипертрофированным развитием. Программа реализации "нового социализма" Гэлбрейта предполагает воздействие современного буржуазного государства на два основных объекта: рыночную и планирующую системы. Он предлагает различные стратегии для этих двух секторов капиталистической экономики. По его мнению государство должно относиться к рыночной системе как к отсталому сектору экономики и оказывать ей всестороннюю помощь.   (Фактически буржуазно-реформистская концепция Гэлбрейта означает осуществление ряда мероприятий, направленных на дальнейшее развитие государственно-монополистического капитализма. Огосударствление ряда отраслей инфраструктуры позволит переложить тяжесть финансирования малодоходных или убыточных отраслей на госбюджет, т.е. прежде всего на трудящихся-налогоплательщиков).

**Петер Верхан** Петер Х. Верхан, 1913 года рождения, дипломированный экономист, доктор политический наук.

Одна из основных работ **– «Предприниматель, его экономическая функция и общественно-политическая ответственность».**

Почти семидесятилетний опыт плановой экономики в социалистических странах показывает, что такой подход к решению проблемы управления экономическим процессом закончился неудачей. Драматические события в Восточной Европе, начиная с осени 1989 года, подтверждают этот вывод. Если в основе плановой экономики лежит принцип принуждения, рыночная экономика, наоборот, характеризуется фактором свободы. В условиях рыночного хозяйства решения отдельных экономических субъектов определяются не всеобъемлющим центральным планом, а ценами на товары и услуги, диктуемыми рынком. В этой системе предпринимателю, который определяет судьбу инвестиций и производства на основе сигналов рынка, отводится центральная роль.

История развития предпринимательства. Общий прорыв позитивной теории предпринимательства последовал лишь в 1912 году, когда вышла в свет книга Йозефа А. Шумпетера „Теория экономического развития”. Для Шумпетера функциональная сущность предпринимателя заключена в его особой роли: осознании и реализации новой комбинации факторов производства. Шумпетер разрабатывает тип творческого предпринимателя, который реализует нововведения и тем самым обеспечивает экономический рост.

Конечно, без прибыли обойтись трудно. Но она не является главным и единственным побудительным мотивом предпринимателя. Таковым следует считать: заинтересованный творческий подход, семейные чувства, стремление к обладанию прочными позициями на рынке, а также к общественному признанию.

Предприниматель действительно стремится к получению прибыли, но для подавляющего большинства предпринимателей важно другое — сохранение начатого дела. Для этого требуется перспективное мышление, а иногда и отказ от сиюминутной максимизации прибыли.

Исследования:

В условиях Федеративной Республики Германии каждодневная практика доказала наличие тесной связи между обликом предпринимателя и масштабами предприятия. В ходе опросов, проводившихся на крупных фирмах, часто назывались негативные качества предпринимателей.

Здесь опять-таки давало себя знать различие между образом „на расстоянии“ и образом „вблизи“: Многие крупные фирмы этот результат побудил к улучшению отношений между верхами и низами путем более активной децентрализации или более интенсивной коммуникации между ними.

Таким образом, попытка создания более привлекательного образа предпринимателя на крупных предприятиях — не тщеславная самоцель, а составная часть современного управления производством. Физиология труда, психология труда и психология производства давно уже доказали целесообразность многосторонней заботы о физическом и психическом состоянии человека в производственной обстановке.

Тот факт, что в большинстве развивающихся стран образ предпринимателя воспринимается чаще всего со знаком минус, объясняется тем, что в общественных структурах этих стран преобладает государственный дирижизм и почти отсутствует настоящий творческий дух предпринимательства, который и способствует получению стабильной прибыли.

Кроме взгляда со стороны существует еще „автопортрет“, который складывается у предпринимателя о самом себе. „Автопортрет“ предпринимателя, как правило, со знаком плюс. Это говорит о ярко выраженной профессиональной удовлетворенности. А вот в представлении других людей о предпринимателях обычно больше негативного, чем в объективных данных проведенных опросов. Во взглядах предпринимателей на социальную значимость их деятельности, по оценке общественного мнения, превалируют пессимистические настроения.

Вызывает интерес результат исследования 1983 года о влиянии производственных услуг социального характера на „ имидж“ предпринимателя. Согласно проведенным опросам, 64 процента рабочих и служащих на фирмах, предоставляющих своему персоналу весьма ограниченный набор социальных благ, тем не менее довольны своим шефом. На предприятиях,где объем предоставляемых благ значительно шире, эта цифра составляет 61 процент.

Приведенные факты свидетельствуют о негативном влиянии крупных предприятий, хотя на них, как правило, выплачиваются боле высокие социальные льготы. Надо сказать, что в глазах общественности идеальным считается такой тип предпринимателя, который распределяет среди работающих максимальное количество социальных благ. Однако, на взгляд самих предпринимателей, такой подход весьма условно согласуется с подлинным назначением предпринимательства. Повышенное внимание к социальным нуждам сотрудников идет вразрез с конкурентоспособностью предпринимателя. Очевидно, это осознали и многие работающие прежде всего малых предприятий.

В Соединенных Штатах, где „менеджер“ и „главный менеджер“ — общепризнанные привлекательные идеалы, образ предпринимателя на расстоянии“ не кажется столь уж блистательным. Человек с улицы проявляет двоякое отношение к предпринимателю и к жизненно необходимой концентрации капитала. Утверждают, что по сравнению с утратой доверия, затронувшей все институты, „имидж“ делового мира пострадал больше всего. Это частично объясняется тем, что в современной литературе и искусстве получил распространение клишированный образ бессовестного, властного, завистливого и аморального предпринимателя стал именем нарицательным. Формированию такого образа способствуют прежде всего левые интеллектуалы, представленные в том числе и в церковных кругах. Среднестатистический гражданин вполне благосклонно относится к частному предпринимательству вообще и к прибыли в частности. Однако его симпатии зависят от масштабности предприятий: на крупные он смотрит боле критично и с большим предубеждением.

Так, например, в американских колледжах используются по преимуществу учебники, которые по направлению следует считать в лучшем случае „уравнительными“ и „интервенционистскими“, а в худшем — антикапиталистическими. В этой связи заслуживает упоминания прежде всего ставший базовым учебник Пола Самуэлсона, выпущенный тиражем в несколько миллионов экземпляров. Хотя далеко не все учебники и далеко не весь учебный процесс в американских колледжах имеют идеологическую окрашенность, левые взгляды тем не менее определяют центр тяжести и учебного процесса и учебных пособий.

Впрочем, несмотря на целенаправленные политические нападки на свободное предпринимательство, *левые интеллектуалы* пользуются весьма ограниченной политической поддержкой масс в Соединенных Штатах Америки.

**Современный предприниматель – теория и практика предпринимательской деятельности**

Предприниматель должен успешно вести дела на своем предприятии, т. е. он призван насыщать рынок все новыми товарами и услугами, причем по возможно низким ценам. Это требует от него новаторского подхода и постоянного учета издержек производства. К таким действиям предъявляются, однако, морально-этические критерии.

Этика менеджмента означает осуществление воли предпринимателя и его руководящих кадров, самого предприятия в соответствии с этическими, т. е. ценностными, критериями. Это предполагает социально ответственные действия в духе этических ценностей того культурного круга, к которому тяготеет предприниматель.

В общем и целом можно сказать, что ожидаемая от предпринимателя этика предполагает верное взаимоотношение прибыли и общего блага в самом широком смысле этого слова. В силу рациональности экономической деятельности прибыльные предприятия оказываются предпосылкой всеобщего блага. Характерные качества предприимчивого человека — это способность и готовность:

— проявлять инициативу,

— принимать решения,

— не щадить себя,

— идти на риск,

— понимать рынок и его развитие,

— стремиться к нововведениям

— руководить людьми

и особенно:

— вдохновлять сотрудников и координировать их работу.

сложности в предпринимательской деятельности:

1. Давление, оказываемое конкурентами

Добросовестная конкуренция среди предпринимателей — основа рыночного хозяйства. Давление, оказываемое конкурентами, — это стимул для более производительного труда в соревновании с конкурентами. Рынок отторгает несосотоятельных предпринимателей, а ихпредприятия объявляются банкротами. Ясно поэтому, что многие пытаются манипулировать рыночными структурами. Так, предприниматели не только стремятся улучшить свое производство. Они пытаются разработать стратегию, позволяющую застраховаться от банкротства. Сюда относятся засекречивание методов производства, патентование, разумное дифференцирование ассортимента изделий, реклама. Все эти приемы должны соответветствовать морально-этическим требованиям. Однако нередко партнеры, сговорившись между собой, устанавливают цены выше конкурентных. Таким приемом пользуются особенно продавцы так называемых однородных массовых товаров, типа цемент, кирпич, щебень, уголь, сталь. Все приемы, подрывающие правила конкурентной борьбы, по сути своей бесперспективны.

Рыночная экономика для морали — погибель, если только соответствующие положения и законодательство не обеспечат заслон многочисленным искушениям на пути предпринимательства“. Нужны законы против ограничения конкуренции (картельное право, контроль над слияниями, антитрестовские законы), трудовое социальное право. Здесь уже на государство возложена разработка правил поведения предпринимателей, удовлетворяющего запросы рынка. Вместе с тем в реальной жизни нарушение принципов конкуренции не правило, а исключение.

Подавляющее большинство предпринимателей изо дня в день живет и действует по законам конкуренции. Только благодаря этому во многих странах Запада были достигнуты крупные успехи рыночного хозяйства.

**2.Соблазн дирижизма**

В дирижистских экономических системах государство непосредственно воздействует на экономический процесс. Это может происходить по-разному:

— установление государственных цен вместо рыночных,

— распределение квот на сырье или импорт,

— установление размеров заработной платы,

— концессии на определенную продукцию,

— разрешение на открытие предприятия.

Все эти дирижистские меры создают помехи для свободной конкуренции, благоприятствуя тем, кто пользуется государственными субсидиями. Поскольку в этом случае рисковая конкуренция исключается, пользующиеся системой дирижизма без особых экономических усилий могут рассчитывать на легкую прибыль. Подобная система представляет собой барьер для экономического роста, но вместе с тем является значительным соблазном для многих предпринимателей. Только этим можно объяснить что прежде всего во многих развивающихся странах так называемые предприниматели, которые не имеют ни малейшего права так называться, принимают государственный дирижизм как должное. Это значит, что создание структур в духе рыночной экономики — прежде всего политическая задача.

**3.Теневая экономика**

Почти во всех странах в той или иной степени существует так называемая теневая экономика, которую еще называют черным рынком. Речь идет об экономической деятельности, которая развертывается в стране вне рамок законности. Причиной таких действий почти всегда является неразумно высокое налоговое обложение прибылей, которое вместо того, чтобы поощрять частную инициативу, откровенно подавляет ее.

Однако и забюрократизированная регламентация способна удушить частную инициативу, которая затем ищет выход в теневой экономике. В еще большей степени это касается меркантилистически-дирижистски организованных экономических структур. Существование теневой экономики подтверждает наличие не использованного официальной экономикой значительного потенциала творческой предпринимательской инициативы.

Интересный пример теневой экономики мы находим в Перу. Эрнандо де Сото описал это явление в известной в Латинской Америке книге „Соблазн дирижизма. Другой мир“. Эта неформальная экономика представляет собой стихийную и творческую реакцию народа на неспособность меркантилистско-дирижистски организованной государственной экономической политики.

Нормальный гражданин с весьма скромными средствами не в состоянии оплатить легальную бюрократическую операцию, связанную с разрешением на открытие хотя бы самого малого предприятия. В одном таком случае в 1983 году на получение разрешения потребовалось 289 дней, а связанные с этим расходы составили 31 минимальные зарплаты.

Черный рынок — это ответ масс нам существование малоэффективной и несправедливой системы. Изложенная ситуация сложилась после 1940 года, когда сельское население устремилось в города, не находя там ни жилья, ни работы. Перу стало страной, в которой 48 процентов экономически активного населения и 61 процент всего рабочего времени в неформальной сфере черного рынка стали производить 39 процентов валового социального продукта.

**4.проблемы окружающей среды**

Довольно часто предпринимателей упрекают в невосприимчивости к природоохранной проблематике, на них показывают пальцем как на главных виновников бедственного положения. Надо сказать, что такой вывод не соответствует действительности. Между тем многие предприниматели, разумеется, осознали, что конструктивная природоохранная политика и для них обретает общественно-политический смысл. Это проявляется как в сплошь и рядом дорогостоящих отдельных инициативах многих предприятий, так и прежде всего в том, что предприниматели и их объединения поддерживают усилия государства по внедрению природоохранных технологий.

Система рыночного хозяйства вполне созвучна цели — решить экологические проблемы на основе соответствующего рынку правового регулирования. Как только природопользование перестанет быть бесплатным, станет возможным регулировать нагрузку на окружающую среду с помощью механизма цен. Вместе с тем важно признать, что и общество должно проявить полную готовность к решению этой проблематики. На практике это означает необходимость повышения цен на многие изделия, а также отказ от целого ряда продуктов (упаковочный материал, газообразное топливо) и удобств (например, бутылки разового пользования).

**5.руководство персоналом**

Классические функции предпринимателя включают в себя оптимальное сочетание факторов производства с целью создания рентабельно функционирующего предприятия, контроль за издержками и внедрение нововведений. В настоящее время к этому перечню добавляется новая задача, а именно руководство людьми. Руководство предприятием — это в значительной степени и руководство людьми, проявляющееся в стиле управления. Этот стиль призван стимулировать рост производства.

Но успеха можно достичь только в том случае, если будет приниматься во внимание чувство достоинства работающего на предприятии персонала. Поэтому все меньше приверженцев остается у широко распространенного ранее авторитарного стиля руководства, хотя и трудно полностью обойтись без приказов (решения) и подчинения (исполнения). Откровенно авторитарное поведение далеко не всегда приводит к желаемому результату. Поэтому в последнее время все большую популярность приобретает кооперативный стиль руководства: наряду с профессиональной компетентностью предприниматель должен обладать даром коммуникабельности. Кооперативный стиль руководства, с точки зрения нравственности, предполагает уважительное отношение к сотруднику на предприятии с тем, чтобы он ощущал свою сопричастность и ответственность за работу.

Главное, чтобы предприниматель вызывал доверие у своих сотрудников. Это означает:

— не давать пустых обещаний,

— всегда выполнять обещанное,

— лучше смолчать, чем говорить неправду.

Это мышление, выдержанное в кооперативном духе, изначально было продиктовано не этическими категориями, а соображениями рентабельности и экономии затрат. Выявилась целесообразность учета физического и психологического своеобразия индивидуума на производстве. Суть вопроса характеризуется в современном предпринимательстве следующими исходными моментами:

— информирование сотрудников и их мотивация,

— коммуникация на уровне руководящего звена и между подобными звеньями,

— делегирование ответственности,

— поощрение коллективного труда,

— гуманизация и флексибилизация рабочих мест, а также

— обучение и повышение квалификации сотрудников.

Современное управление производством предполагает соучастие руководимого персонала. При всей верности утверждения о желательности и даже необходимости социально-этического поведения предпринимателя налицо объективные препятствия для того, чтобы постоянно и неизменно проявлять человеческую предупредительность. На пути этого чаще всего оказывается неизбежный критерий инородности и естественное техническое осуществление на предприятии.

Несмотря на добрую волю, предпринимателю часто не просто отказаться от рационализации и механизации в интересах конкуренции. В конкретных случаях свои решения предприниматель продиктованные действия могут получить мировоззренческо- этические ориентиры. Выразителем этики ответственности можно считать предпринимателя, который сознает ответственность за предполагаемые последствия своих действий.

**6.культура предпринимательства**

Хотя в это довольно расплывчатое понятие вкладывается неодинаковый смысл, исходным неизменно является представление культурного мира как мира человеческого.

Понятие „культура предпринимательства“ призвано особо акцентировать этическое и поведенческое начало в деятельности предпринимателя. Для Петера Друкера („Шанс предпринимателя“. Дюссельдорф, 1987 г.) культура предпринимательства — средство легитимизации предпринимательской власти через обоснование с помощью подлинных ценностных представлений. Показателем культуры предпринимательства является также отношение к пенсионерам и социальным конфликтным ситуациям, а также то, как расстаться с сотрудником, включая достойный человека стиль при решении конфликтов.

Для культуры предпринимательствва характерно то, что она преодолевает общественные конфликты. Примером того служат дискуссии насчет детского питания (фирма Нестле), или вредности асбеста (этернита), или проблем экологии. Хотя в отдельно взятом случае такой подход может показаться проблематичным, наверное справедливо встает вопрос об ответственности предпринимателей перед обществом.

**7.коропоративная этика**

Дадим краткий обзор двух американских публикаций — „Корпоративная этика: главный актив бизнеса“ и „Успешные американские компании (в поисках совершенства)“. Они представляют попытку ввести в практику культуру предпринимательства.

Организация америанских предпринимателей США „Бизнес раундтэйбл“ в феврале 1988 года опубликовала доклад „Политика и практика в поведении компании“ под рубрикой „Корпоративная этика: главный актив бизнеса“. В центре внимания исследователей оказалось сто компаний, выяснилось, что многие известные компании США уже давно руководствуются принципами „этического поведения“. Кодексы этики (или поведения) получили широкое распространение. Но лишь в последнее время этические проблемы и пути их решения все активнее стали дискутироваться и в обширных деловых кругах. Кроме того, предпринимаются решительные попытки создания в корпорациях организационных и структурных предпосылок „этической политики и соответствующих ей действий“. Самой практикой доказано, что решающая роль в этической политике корпораций принадлежит их руководящему звену. Руководители корпораций должны однозначно заявить о своей приверженности принципам „этического поведения“, подкрепив его позитивным примером из собственной практики. Эта политика получает в корпорациях различное воплощение: директивы, заявления с изложением позиций, доклады, заводские газеты, а также конкретные практические шаги. Пример упомянутых предпринимателей развенчан миф о непримиримом противоречии между этикой и прибылью. Растет также убежденность в том, что в пору обострения конкуренции серьезная культура предпринимательства, которая зиждется на этических принципах, представляет собой важную предпосылку выживания и прибыльности предприятия.

В докладе о „Корпоративной этике“ говорится, что большинство предприятий в полном объеме сформулировало свои этические принципы поведения и представило их в письменном виде. Хотя в каждой отрасли есть свои правила поведения, почти во всех случаях основу составляли следующие вопросы:

— приличие (честность) и законопослушание,

— надежность и качество изделий,

— безопасность и здоровье людей на рабочем месте,

— конфликты интересов и их разрешение,

— практика рабочих соглашений,

— честность при сбыте изделий,

— отношения с поставщиками,

— договорная практика, определение цен и внутренняя информация при торговле ценными бумагами,

— охрана окружающей среды.

**8.успешно действующие американские компании**

В своем бестселлере „В поисках совершенства“ Петерс и Уотерман сделали предметом исследования предпосылки успешной деятельности крупных предприятий. Авторы пришли к выводу, что суть заложена во взаимодействии семи переменных величин:

— организационная структура,

— стратегия,

— сотрудники,

— стиль руководства,

— системы и процессы,

— общие ценностные оценки (культура),

— особые ноу-хау.

Эти принципы были представлены в виде семичленной схемы, в центре которой расположены „разделяемые ценности“ (shared values). Определяющим для нашей схемы оказывается центральное значения принципа „разделяемые ценности“. Именно они составляют суть предпринимательской культуры. Это вновь и вновь встречается в многочисленных описаниях.

При этом особая роль отводится отношениям между руководством и сотрудниками. На успешно функционирующих предприятиях к мнению сотрудников прислушиваются. Творчески мыслящим сотрудникам уделяется значительное место для развития собственных идей. Правильное руководство персоналом хотя и является необходимой, однако, далеко не всегда достаточной предпосылкой успешного предпринимательства. И тем не менее: „разделяемые ценности“, убедительная культура предпринимательской деятельности оказываются основой для прочного успеха многих предприятий.

В заключение, видимо можно констатировать, что экономический успех и этика не исключают, а скорее обусловливают друг друга. Ориентированная на мораль предпринимательская инициатива, представляющая собой сознательный и глубокий вклад в общее благо, должна упреждать государственное регламентирование. Этика зиждется на добровольности, но не на принуждении.

Революционные события, происходящие в Восточной Европе с конца 1989 года, побуждают сделать вывод о взаимной обусловленности экономической и политической свободы. Свободные предприниматели и предприятия, т. е. свобода занятия промыслом в самом широком смысле слова, являются неотъемлимыми элементами демократии. Предприниматели — это не какая-то привилегированная каста, а важная составная часть свободного общества.

В своем главном методологическом труде "Основы национальной экономии" (1939 г.) **В. Ойкен** критикует экономическую науку своего времени. Для преодоления "большой антиномии" предназначен "третий путь" В. Ойкена, сочетающий теоретическое и эмпирическое исследование и ставящий перед экономической наукой две главные проблемы: познание количественных взаимосвязей хозяйственного повседневного процесса и качественно различных хозяйственных порядков.

В своем главном методологическом труде "Основы национальной экономии" (1939 г.) В. Ойкен критикует экономическую науку своего времени. Для преодоления "большой антиномии" предназначен "третий путь" В. Ойкена, сочетающий теоретическое и эмпирическое исследование и ставящий перед экономической наукой две главные проблемы: познание количественных взаимосвязей хозяйственного повседневного процесса и качественно различных хозяйственных порядков.

**Хозяйственный порядок** – это те реальные формы, в которых протекает деятельность фирм, организаций, отдельных участников. **Ойкен** считает, что политические, экономические, социальные и правовые порядки взаимозависимы. Любое конкретное хозяйство состоит из одного и того же набора элементов (разделения труда, кредита, прибыли, процента, зарплаты и т. д.), но эти элементы сочетаются всякий раз по-новому в зависимости от господствующего принципа (децентрализации или централизации), а также исторических обстоятельств.

**Ойкен** был **категорически против планирования на уровне народного хозяйства** (но не на предприятии, где оно даже необходимо, и где может охватить весь процесс целиком). Критикуя планирование, также как и кейнсианские методы вмешательства в экономику, **Ойкен** выступал и против свободного рынка XIX в. Ученый прекрасно понимал, что конкуренция не появляется и не воспроизводится автоматически, а вытесняется монополией, и поэтому нуждается в специальной защите.

В. Ойкен установил, что бесчисленное разнообразие хозяйственных порядков можно рассматривать и классифицировать на основе выделения ограниченного числа "чистых форм": от различных форм централизованно-управляемого хозяйства до рыночных (полная конкуренция, олигополия, частичная монополия, чистая монополия). Очевидно, что крайние "чистые формы" характеризуются противоположными отношениями экономической власти: от административного хозяйства, в котором индивид максимально лишен прав и влияния на процесс принятия решений, до чистой конкуренции, где каждый хозяйствующий субъект составляет собственный хозяйственный план.

**Экономический порядок** представляет собой компонент целостного жизненного порядка общества. Его составными частями являются совокупность институтов и норм, связанных с экономическими организациями и типами экономического поведения и регулирующих отношение между элементами народного хозяйства (домашними хозяйствами, предприятиями, государственными и экономико-политическими единицами). **Задачами экономического порядка** являются создание и обеспечение способности экономики к функционированию, оптимальное управление экономическим процессом в рамках систем внеэкономических и экономических целей общества, а также способствование достижению общественно-политических целей (Ламперт, 1994, 17).

Таким образом, В. Ойкен подчеркивает, что в центр изучения надо ставить именно форму управления, а не форму собственности, как это делает, например, марксистская экономическая наука. Более того, В. Ойкен был против использования в научном анализе таких понятий, как "социализм" и "коммунизм", считая их неточными. Истории известны случаи, когда экономики и социалистических, и капиталистических стран характеризовались одним и темже хозяйственным порядком.

В. Ойкен утверждает, что в ходе развития экономики за всю историю человечества можно выделить две основные чистые формы, точнее два "идеальных типа хозяйства". Один из таких типов — централизованно управляемая экономика (авторитарная модель), в которой регулирование осуществляется из единого центра путем прямых приказов и указаний. В простейшем виде такое регулирование встречается в натуральном хозяйстве, где роль центра берет на себя глава семьи, координируя деятельность членов группы в соответствии с производственными целями и способностями членов группы. Если авторитарная модель реализуется в масштабах всей нации, то таким ценным центром выступает административный аппарат.

Поэтому неотъемлемыми признаками центрально-управляемой экономики являются:

1. Отсутствие частной собственности на средства производства. Это необходимая предпосылка авторитарной модели, так как возможность не только отдавать распоряжения, но и добиваться их выполнения зависит от наличия у экономической администрации права распоряжаться материальными средствами производства, землей и капиталом.

2. Наличие многочисленной, высококвалифицированной и дорогостоящей государственной бюрократии, которая добывает информацию об общественных потребностях, запасах товаров, экономических ресурсов, а также составляет производственные планы, согласовывает эти планы и добивается их выполнения.

3. Ограниченная возможность хозяйственных субъектов принимать решения и проводить в жизнь свои интересы. Это связано, с одной стороны, с тем, что политическое руководство не всегда готово предоставлять свободу индивидуального развития. С другой стороны, организационные возможности преобразовать волю большинства в соответствующие экономические действия с помощью административных методов всегда ограничены. Поэтому "люди, осуществляющие власть, скорее находят оправдание своего господствующего положения при авторитарном экономическом порядке в том, что они, по собственному убеждению, действуют в интересах народа. Авторитарность заключается в том, что перед лицом претензий руководства не обладание истиной все остальные мнения автоматически являются неправильными и поэтому подлежат подавлению" (Ламперт, 1994, 20).

Другой "идеальный", по В. Ойкену, тип хозяйства — это рыночное хозяйство, в котором хозяйственный процесс регулируется самими субъектами рыночного хозяйства (фирмами и домашними хозяйствами), т. е. оно децентрализовано. Это хозяйство, характеризующееся наличием свободной конкуренции. Планы потребления домохозяйств и планы получения прибыли предпринимателей (другими словами, спрос и предложение) координируются за счет обмена товаров и услуг на деньги, причем по свободным ценам, устанавливающимся в зависимости от соотношения спроса и предложения. В условиях конкуренции именно цены выступают регулирующим механизмом. Это своеобразный "прибор", измеряющий уровень ограниченности ресурсов и продуктов и сигнализирующий об этом всем участникам рыночного процесса. Именно механизм цен через отклонение цены от издержек производства и перелив ресурсов из одной сферы производства в другую обеспечивает правильные народнохозяйственные пропорции, правильное (т. е. экономически эффективное) решение проблемы распределения.

Характерными чертами "рыночного хозяйства", таким образом, являются: •наличие частной собственности (конкретно-частной собственности на средства производства);

•наличие основополагающих гарантий свободы (свобода заключения договоров, свобода выбора профессии и рабочего места, свобода производства, торговли и потребления);

•инструментами управления являются наличие у производителя прибыли или убытка, а у владельцев ресурсов: доходов от товаров и услуг, имеющих экономическое применение; покупательная способность производственных и потребляющих единиц, действующая посредством спроса; возможности роста или соображения социального престижа;

•государство исключается из сферы экономических отношений; задача государства — поддержание правового порядка: предотвращение насилия и мошенничества, содействие формированию прав собственности с акцентом на частную собственность как условие для функционирования конкурентных рыночных структур, обеспечение свободы договоров, создание правового института ответственности и т. д.

В чистом виде ни один из "идеальных типов" в реальности не встречается. Современные капитализм и социализм представляют собой сочетание этих типов. Это так называемые смешанные экономические порядки. Например, свободный рынок не справляется с задачей производства общественных благ, снабжение которыми обеспечивается государством. Точно также частная деятельность, спонтанные рыночные элементы и стимулы являются необходимым дополнением для функционирования централизованной социалистической экономики. В связи с этим встает очень важная проблема возможностей комбинирования различных форм хозяйственного порядка. Это вопрос о совместимости элементарных экономических форм с основным типом хозяйственного порядка. Так, рыночному хозяйству полностью соответствуют такие формы, которые дополняют и обеспечивают систему определения ограниченности благ через цены и регулирующую функцию этих цен при координации хозяйственных планов с помощью рыночных отношений, — такие, как свобода конкуренции и договоров или свободная торговля. Наоборот, дирижизм, государственная валютная монополия, опыт государства "всеобщего благосостояния" ограничивают дееспособность рыночной системы.

Существующие в богатых индустриальных странах рыночные системы ни в коем случае не являются, как об этом постоянно говорят, рыночным хозяйством конкуренции результатов, а посему не является также и совершенной противоположностью централизованно управляемой экономике. Они все больше и больше определяются третьим типом порядка: регулированием экономики властными экономическими группировками.

С основным типом центрально-управляемого хозяйства несовместимы такие элементарные формы, которые мешают формированию и функционированию централизованной плановой системы, — свободное ценообразование, ориентация на прибыль, свобода торговли и др. Комбинация несовместимых форм нарушает дееспособность совокупного общественного порядка и может повлечь за собой тенденцию к трансформации данного основного типа хозяйственного порядка (Основы рыночного хозяйства: понятия и концепции,

В работе "Основные принципы экономической политики" В. Ойкен выделяет восемь конституирующих принципов, определяющих основные параметры идеальной конкурентной экономики и четыре принципа регулирования, составляющие компоненты государственной экономической политики. Основной и первый конституирующий принцип подчеркивает наличие неразрывной взаимосвязи между экономической политикой и совокупным процессом хозяйствования. Фактически, он коренным образом пересматривает роль государства, которое не должно устраняться из области экономики, а должно проводить политику конкурентного порядка, т. е. реализовывать позитивную конституирующую политику поддержания полноценной конкуренции и дееспособной системы цен.

Остальные семь принципов раскрывают этот основной, конституирующий принцип и определяют способы его реализации.

Принцип 2-й: обеспечение стабильности денежного курса — обязательная предпосылка успешного функционирования конкурентной экономики. Это связано с тем, что и инфляция, и дефляция затрудняют или вообще делают невозможным расчет цен и издержек производства. Стабилизация денежного курса — это важная предпосылка автоматизма экономического развития, когда исключаются резкие колебания в виде фаз подъема или депрессии. В. Ойкен — противник политических манипуляций с валютной системой; 3-й принцип "открытых рынков" запрещает всевозможные протекционистские меры (ограничение ввоза, монополия на экспорт и субсидирование экспорта, ограничения по проникновению на отдельные рынки и т. д.) и ограничение конкуренции в любом виде (монополии, вертикальные принудительные поставки продукции и т. д.). Хотя, по оценке В. Ойкена, всегда присутствовали попытки государства контролировать монополии и ограничивать концентрацию производства, этот принцип последовательно никогда не соблюдался.

4-й принцип: частная собственность;

5-й принцип: свобода заключения договоров;

6-й принцип: ответственность предпринимателя.

Последние три принципа — традиционные элементы рыночного хозяйства. Частная собственность необходима, с точки зрения принятия гибких децентрализованных решений, особенно в области инвестиций. Поэтому частная собственность является одной из предпосылок конкурентного порядка.

Принцип ответственности также органически присущ рыночному хозяйству: "тот, кто имеет доходы, должен нести и убытки" (Ойкен, 1995, 365). Ответственность важна для конкурентного порядка еще и потому, что она препятствует организационному объединению других предприятий (обусловленное, например, стремлением к власти). Наоборот, любые попытки ограничения ответственности — от различных форм обществ с ограниченной ответственностью и до попыток получения доходов обманным путем (без выполнения работ и предоставления услуг), а также неискупленных промахов в хозяйственной деятельности (путем переложения потерь на другие лица) — разрушают конкурентный порядок и порождают тенденцию развития в направлении к централизованно управляемой экономике.

7-й принцип: постоянство экономической политики — это еще один важный, конституирующий принцип. По В. Ойкену он является предпосылкой устойчивого экономического роста и высокого уровня занятости.

8-й принцип: единство конституирующих принципов — важное интегрирующее правило. Только "комплексное, одновременное выполнение всех принципов в конкретной исторической ситуации конституирует определенный, желательный экономический порядок, создавая условия, способствующие расцвету этого порядка" (Ойкен, 1995, 376 — 377).

Заметим, что все вышеперечисленные принципы конкурентного порядка, даже последовательно и комплексно гарантированные государством и реализованные обществом, не означают того, что этот желаемый порядок будет полностью избавлен от слабых сторон и недостатков.

Классические проблемы конкурентной экономики (монополизм, неравенство в распределении доходов, наличие "внешних эффектов" и аномалии предложения) В. Ойкен предлагает нивелировать с помощью государственных регулирующих мер. Такими регулирующими принципами, позволяющими сохранить функциональную способность конкурентного порядка, должны быть:

1. Надзор за монополиями. Речь идет не просто о государственном контроле за деятельностью монополий, но и о мерах, предотвращающих само возникновение монополистических властных структур.

2. Политика в области доходов. Как и все либералы, В. Ойкен считает, что распределение общественного продукта с помощью механизма цен свободной конкуренции лучше, чем распределение на основе произвольных решений частных или общественных властных структур.

Но и этот механизм нуждается в корректировке с точки зрения этического принципа социальной справедливости. "Неравенство в доходах" ведет к тому, что предметы роскоши начинают производить в то время, когда еще не удовлетворены насущные потребности домашних хозяйств с незначительными доходами.

Способом такой корректировки может быть политика перераспределения доходов, например, с помощью системы прогрессивного налогообложения.

3. Введение обоснованного экономического расчета предполагает учет возможных в рыночной экономике "внешних эффектов". При наличии внешних отрицательных эффектов (разрушение окружающей среды, ущерб здоровью из-за негуманных условий труда и т. д.) конкурентные цены не отражают реальные издержки производства, а следовательно, и распределение не соответствует действительной ограниченности ресурсов. В этих случаях государству необходимо вводить особые налоги и сборы или налагать соответствующие обязательства и запреты.

При возникновении положительных внешних эффектов является справедливым введение соответствующего вознаграждения.

4. Аномалии предложения. Речь идет о случаях нетрадиционной динамики предложения, когда при снижающихся (повышающихся) ценах объем предложения товара растет (снижается). Для таких рынков характерно неравновесие: при определенных обстоятельствах цена здесь может падать или возрастать до бесконечности. Такие ситуации характерны для аграрного рынка и рынка рабочей силы. Снижающиеся цены на продовольствие могут побудить фермеров повысить предложение, чтобы таким образом наверстать потери дохода из-за падения цен.

Вслучаях аномалий предложения требуются стабилизирующие меры государства (регулирование цен и объемов на аграрных рынках, установление минимальной зарплаты и т. д.).

Таким образом, идеальная экономическая система, описанная В. Ойкеном (позже названная А. Мюллером-Армаком социальным рыночным хозяйством), — это есть взаимодействие рыночного механизма и "социально озабоченного" или "ходатайствующего" государства.

Неоклассический синтез. (50-60-е гг.) **Пол Антони Самуэльсон** (1915)-американский экономист, профессор экономики Массачуссетского технологического университета. Автор одного из наиболее распространенных учебников «Экономикс». Теоретические взгляды П. Самуэльсона базируются на соединении различных школ и направлений экономической мысли на основе так называемого «нео­классического синтеза». Стержневая концепция неоклассического синтеза – синтез микроэкономических идей классиков и макроэконо­мического анализа **кейнсианства.** Исходит из того, что в современных экономических традиционных теориях господствуют два течения: нео­классическое и кейнсианское направление, у каждого есть слабые и сильные стороны. С точки зрения теории неоклассического синтеза, основная задача экономической теории – поиск оптимального соче­тания рыночного регулирования с государственным воздействием на экономику, использование в период глубокого спада бюджетных ры­чагов, в условиях подъема – кредитно-денежных.

Тем самым он объединил неоклассиков и кейнсианцев, показав, что их методы исследования и выводы могут быть непротиворечиво объединены картиной экономической реальности.

Ученый предложил объединить рыночное регулирование с государственным влиянием на экономику. П.-Э. Самуэльсон сравнивает признаки рыночной и административной экономик и отдает предпочтение рыночному механизму, способному, по его мнению, автоматически поддерживать экономику в состоянии равновесия. Он отмечает, что рыночная экономика подчинена воздействию природных сил и она является экономикой сурового порядка. Однако на определенном этапе становится необходимым вмешательство государства, которое должно быть эффективным, стабильным и справедливым. Эта необходимость обусловлена возникновением монополий, нечестной конкуренцией, обострением экономических и социальных противоречий. Действия государства должны быть направлены против монополизации экономики, на поддержку стабилизационных способов по смягчению делового цикла, сдерживанию безработицы и инфляции, стимулирование экономического роста. П.-Э. Самуэльсон поддерживает введение государственных программ перераспределения национального дохода с целью ликвидации социальных возмущений.  
По его мнению, рыночный механизм определяет цены и объемы производства, а государство регулирует рынок с помощью налогов, государственного субсидирования и других экономических методов.  
Он приходит к выводу, что для налаживания хозяйственного механизма необходимо содействовать функционированию рыночной экономики на уровне ее основной составляющей - предприятия. Ученый отметил, что без понимания того, от чего зависит цикл деловой активности субъекта, невозможны макроэкономические обобщения.  
П.-Э. Самуэльсон приходит к выводу о малой эффективности законодательного вмешательства государства в процесс формирования монополий и целесообразности использования экономических рычагов.  
В соответствие с теорией неоклассического синтеза, мировая экономическая система является стабильной независимо от направления национальных политических курсов. Она функционирует по законам рыночной экономики, которые отражают столкновение экономических интересов. Поэтому условием ее успешного развития является достижение рыночного равновесия при минимальном межгосударственном регулировании. С учетом этого целесообразным является ограничение протекционистского вмешательства, которое препятствует свободному движению капиталов.  
Сложность управления смешанной экономикой обусловлена природой двух форм собственности: частной, подчиняющейся законам рыночной конкуренции и стихийного ценообразования, и государственной, управляемой на основе государственного законодательства. П.-Э. Самуэльсон разработал концепцию экономических стабилизаторов (механизмов): автоматических, рыночных (спрос, предложение, цены, прибыль, проценты) и регулируемых государством (налогообложение, госзаказы, инвестиции, субсидии). По его мнению, при продуманной комбинации таких стабилизаторов государство может содействовать росту производства.   
 В основе великого неоклассического синтеза лежат две основные предпосылки.  
1. Макроэкономика не есть что-то отдельное и самостоятельное. Ее функциональные связи формируются из множества микроэкономических событий и процессов.  
  
2. Современная экономическая система (рыночная) может успешно бороться с безработицей и инфляцией, если в ней удастся совместить два начала: эффективное воздействие государства на рынок как единое целое и свободу поведения производителя и потребителя.

Экономическая система современного рыночного хозяйства в концепции **неоклассического синтеза** П. Самуэльсона представлена как 2-х уровневая:

1) уровень –это рынки спроса и предложения, где механизм ценообразования решает 3 главные **вопроса** рынка: Что? Как? И для кого? производить. И для достижения равновесия на рынках спроса и предложения нужно соблюдать **неоклассические** принципы оптимума: -

цены на товары должны быть равны предельной полезности; -

зарплата должна соответствовать– предельной производительности труда; -

процент (%)- соответствовать предельной производительности капитала; -

рента – предельной производительности земли.

2) уровень – пронизывающий все экономические связи - это: денежно-кредитная и финансовая система. Для развития нормальной экономики ещё недостаточно равновесия на товарных рынках, а необходимо ещё достижение равновесия на денежном рынке. И лишь при выполнении этих 2-х условий одновременно (т.е. равновесия на товарном и на денежном рынках) экономика развивается бескризисно.

П. Самуэльсон считал нежелательным вмешательство государства в сферу ценообразования на товарных рынках и рынках факторов производства, т.к. оно не сможет оптимизировать действие рыночных механизмов (т.е. применительно к первому уровню экономики -микроуровню). Зато считал необходимым государственное регулирование для достижения равновесия денежного рынка, входящего во 2-й уровень экономики (макроэкономики).

Неоклассический синтез в действии.

Существует способ, при помощи которого, как можно рассчитывать, смешанная экономика ускорит темпы своего роста. Она может рассчитывать таким способом изменить темпы своего роста.

этот процесс, в ходе которого общество неуклонно увеличивает капиталообразование по мере все большего снижения процентных ставок и все большего облегчения кредита-развитие капитала вглубь.

Жесткая фискальная политика в сочетании с политикой кредитно-денежной экспансии.

Часть продукции, созданной в условиях высокой занятости, может быть

изъята из сферы потребления и выделена на капиталообразование при помощи сочетания двоякого рода мероприятий:

V С одной стороны, надо проводить политику кредитно-денежной экспансии, способствующей развитию капитала вглубь и значительным масштабам капиталообразования.

V С другой стороны, тенденция к возникновению инфляционного разрыва в результате такого увеличения инвестиционных расходов должна быть нейтрализована при помощи жесткой **фискальной политики,** предусматривающей достаточно высокие налоговые ставки (и достаточно низкие правительственные расходы). Это должно привести к такому сокращению доходов, остающихся у населения (после уплаты налогов), чтобы заставить его сократить потребление и, таким образом, высвободить средства для инвестиций, не вызывая при этом инфляции.

Посредством такого сочетания мероприятий — и не прибегая в сущности к каким-либо другим мерам — свободное общество может рассчитывать изменить эффективные темпы капиталообразования и экономического роста.

1 Фискальная политика, направленная на поощрение роста, влияла бы на

потребление при помощи количественных размеров налогообложения. Можно было бы также видоизменить налоговую систему качественно, чтобы она благоприятствовала инвестициям в целях стимулирования роста.

Если описанный выше процесс нельзя привести в действие, тогда способность смешанной экономики к ускорению собственного роста весьма ограниченна. В этом случае страна должна более или менее примириться с темпами роста, предначертанными ей судьбой.

Далее Самуэльсон пишет о структуре смешанной экономики. Это — "экономическая система свободного предпринимательства, эконо­мический контроль в которой осуществляется со стороны как обще­ства (в лице государства), так и частных институтов". Основным механизмом, устанавливающим в обществе пропорции производства и распределения, выступает конкуренция, которая со временем пре­вращается из свободной в монополистическую. Вместе с тем возрас­тает экономическая роль государства, которое призвано корректи­ровать недостатки системы свободного рынка. Основой экономики смешанного типа остается товарное производство с развитым разде­лением труда и сложной денежной системой.

Автор убежден, что конкурентная система рынков и цен своим функционированием доказывает, что это вовсе не хаос и анархия, что она способна выжить. В то же время необходимо выработать законы и правила, которые улучшили бы действие не­совершенной конкурентной системы. Увеличение государственных расходов, наблюдаемое в анализируемый в книге период, означает рост потребления со стороны общества все большей части нацио­нального продукта, производство которого сосредоточено в основ­ном в руках частных производителей.

Изложив основы функционирования смешанной экономичес­кой системы, Самуэльсон приходит к выводу, что это такая систе­ма, при которой рынок посредством спроса и предложения опре­деляет, какие товары, для кого и в каком объеме надо производить, а государство корректирует издержки рыночной экономики, беря на себя ответственность за оборону страны, охрану окружающей сре­ды, перераспределение доходов в пользу малоимущих и т.д.

 Создание неоклассического направления в экономической теории связано с работами английского экономиста  **Альфреда Маршалла** (1842-1924, Англия). В отличие от классиков, уделявших главное внимание теории стоимости, неоклассическая школа выдвинула в центр исследования законы ценообразования, анализ взаимосвязей спроса и предложения.

А. Маршалл предложил «компромиссную» теорию цены, переработав и соединив трудовую теорию стоимости и теорию предельной полезности. Так была создана двухфакторная теория цены, основанная на анализе взаимных связей спроса (полезности) и предложения (затрат).

**Принцип экономического равновесия** является одним из определяющих положений неоклассической школы. Равновесие в экономике - это соответствие между спросом и предложением, между ресурсами и потребностями. Через ценовой механизм равновесие устанавливается путем либо ограничения потребительского спроса, либо увеличения объема производства (и предложения).

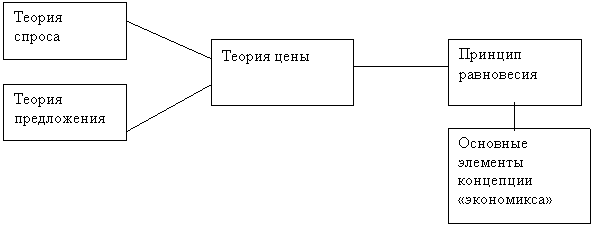
Обосновывая принцип равновесности, А. Маршалл ввел в экономическую науку категорию **«равновесной цены»**, которая представляет собой точку пересечения кривой спроса (предельной полезности) и кривой предложения (предельных издержек). Оба эти фактора - слагаемые цены - полезность и издержки одинаково значимы.

Фактор времени Маршалл называл источником наибольших затруднений в экономической теории.

Кроме того, важную роль Маршалл отводил понятиям внутренней и внешней экономии. По существу, в этих понятиях нашло отражение различие между индивидуальными (частными) и общественными затратами при производстве товаров.

Наибольшую известность А. Маршаллу принесла синтетическая теория цены. Она вобрала в себя теорию спроса и предложения, полезности, издержек производства.   
  
А. Маршалл построил график спроса с обратной зависимостью между ценой и объемом спроса. Считал, что величина спроса определяется предельной полезностью вещи. Полезность измеряется максимальной ценой, которую покупатели согласны уплатить за товар. По мере насыщения потребностей убывает полезность товара и цена спроса снижается. А. Маршалл ввел понятие эластичность спроса, представляющее собой соотношение между измене­нием цены и величиной спроса. Неэластичный спрос — это когда с повышением цены величина спроса уменьшается незначительно. Такой спрос характерен для товаров первой необходимости (соль, хлеб, картофель и т. д.). Эластичный спрос — это когда с повышением цены величина спроса уменьшается в значительной мере. Такой спрос характерен для товаров не первой необходимости. А. Маршалл построил график предложения, где наблюдается прямая зависимость между ценой и объемом предложения. По его мнению, цена предложения определяется издержками производства, которые сводятся к зарплате и прибыли. Величина издержек тесно связана с объемом выпускаемой продукции. Здесь действуют три закона:  
1) закон постоянной отдачи, когда величина издержек не зависит от объема производства;   
2) закон возрастающей отдачи, когда с ростом производства издержки снижаются;   
3) закон падающей отдачи, когда с ростом производства издержки увеличиваются.   
Экономическую теорию Маршалла можно представить в виде сле­дующей схемы (рис. 1).

Схема (в несколько упрощенном виде) иллюстрирует ход рассуж­дений Маршалла. Определяющую роль в его концепции играет цена, которая формируется на основе взаимодействия спроса и предложе­ния. Каждая из двух составляющих представляет отдельный, специ­фический раздел. Рассматриваются факторы, под воздействием кото­рых формируются эти параметры. Рыночное равновесие Маршалл рассматривает как равенство цен предложения и спроса.



*Рис. 1. Логическая схема концепции «Экономикса»*

Теория цены и принцип равновесия положены в основу всего по­следующего анализа: выявления сути отдельных категорий, определе­ния [функциональных](http://click02.begun.ru/click.jsp?url=*sSB0qCqq6oLTsV6yt6FthyLQ6lYUNT10xOcHTyIjHa*QRUr03E8RQ3ETT99s8UR*1J0Ab109c2jTNr7VSvMQon8INs-boKIj*TetDLNLEytP5jVO2bQh6ETBbhoHLfwSDwvq9jrRx1ugLK8*tGqgPbF9defbvLWLUoq2spGUal6LC9zJlQgav2ZKxO6lEha57ylct51zes9VIpgflDShhEGSS5QOyYQMdnyZWasFIx94NsW-5SYzCbAy2E1g2p0mg8cDxAxWDeJQcKuRbfym77xhzAdd7biw25jKtiUjwQJTzROMhjTPQv*OKeTBACfk7r2bwxJS0-HvQg-Avfzz1mt3GmvWfiYKl1mtOKpOWXA1ZVMu3nO5Sb*yO4-o47uV4l57v8BoX0hb-fCuqGG1HV2GTPuTGbGYB9ZFfkIqVNlaLfzhtdpyhI-asoEq9GVX2I7kwQulkKYoLpizyN4hyILUmUqVwFVUxRN2m55biJ416*PeGkh0ftO3zI) взаимосвязей, обоснования тенденций развития и выводов.

Анализ хозяйственной деятельности и соответствующих взаимо­связей проводился главным образом применительно к условиям кон­курентного рынка с использованием кривых спроса и предложения.

Маршалл расширил категорийный аппарат, предложил ряд новых подходов, обогатил методологию. Один из приемов анализа состоит в том, что все элементы, кроме одного, принимаются в качестве посто­янных, затем тщательно изучаются последствия происходящих изме­нений. Основной принцип – учет взаимодействия спроса и предложе­ния как важнейших слагаемых, определяющих рыночные процессы и явления.

Спрос и предложение формируются на основе взаимодействия многих факторов в сферах производства и потребления, таких как об­щественное устройство, условия жизни, способности, наклонности, вкусы, трудолюбие, мода.

Ученый предложил рассматривать взаи­модействие спроса и предложения с учетом фактора времени. В крат­косрочном периоде решающая роль отводится полезности и спросу. В долгосрочном периоде преобладающее значение приобретают издерж­ки. Он ввел понятие «представительной фирмы», издержки которой определяют цену в длительном периоде времени. Важную роль Маршалл отводил понятиям внутренней и внешней экономии. По существу, в этих понятиях нашло отражение различие между индивидуальными (частными) и общественными затратами в производстве товаров.

По Маршаллу, распределение представляет собой один из аспектов теории стоимости. Из существа этой теории вытекает вывод о том, что служит действительным источником доходов в обществе. Создание стои­мости есть результат функционирования всех факторов, включая фактор организации, введенный Маршаллом в качестве самостоятельного.

Концептуальный подход и теоретические разработки Маршалла служат и в настоящее время общей основой западной экономической науки, прежде всего ее микроэкономического раздела. Позитивная экономическая наука тесно связана с нормативной, призванной выра­батывать практические предписания и рекомендации.

Капитал, по мнению А. Маршалла, не имеет вещественной формы, но тесно связан с вещами. К капиталу он относил и нематериальные блага: знания, организацию, а также деловые способности, профессиональное мастерство и деловые связи предпринимателя.

Принципу замещения А. Маршалл придавал большое значение. Предприниматель выбирает себе те факторы производства, которые считает наиболее подходящими для достижения цели. Цена суммы его факторов всегда ниже цены любого другого набора факторов.

Если изучать методы исследований, которыми пользовался Маршалл, то следует остановиться на методе частичного равновесия. Альфред Маршалл исследовал рынок конкретного блага отдельно, для того чтобы исследовать равновесие, а не все взаимосвязанные рынки. Чтобы определить факторы, которые могут влиять на величину спроса и предложения на рынке какого-то определенного блага, кроме цены, Маршалл предложил включить в данный анализ другие показатели. К таковым показателям он относил следующие:

1. цены ресурсов, которые потребуются для производства;
2. цены на товары, которые способны заменить данный товар;
3. цены на дополнительные товары;
4. доход потребителей;
5. вкусы, желания, потребности покупателей, причем как нынешних, так и будущих.

Хотя существуют и другие косвенные факторы, которые могут влиять на цену товара, Маршалл посчитал возможным принять их за одинаковые. По его словам, это самый оптимальный подход для практики. Но он также считал, что существует всеобщая взаимозависимость рынков. В своей работе Маршалл в одном из замечаний разбирает проблему цены факторов производства, которую он исследует при помощи системы общего равновесия. Поскольку эта система достаточно абстрагированная, Маршалл не оставил ее в самой работе. Метод частичного равновесия дал возможность решить многие из экономических проблем того времени, которые касались совершенно разных частей экономической теории в целом.

Само понятие «кривая спроса» в теорию экономической теории ввел О. Курно. До Альфреда Маршалла никто не связывал этот термин с теорией предельной полезности или первым законом Госсена. Он первый, кто связал между собой уменьшающуюся предельную полезность и закон спроса. По мнению Маршалла, измерить саму полезность благ возможно лишь косвенным путем. Это может быть достигнуто при помощи цен, которые покупатель способен заплатить за тот или иной товар. Для этого же нужно, чтобы денежная единица всегда имела ту же самую цену для покупателя.

По мнению Альфреда Маршалла, возможно вывести кривую спроса и для крупных рынков. Собственно, для больших рынков он и вывел «общий закон спроса». Его суть заключается в следующем: чем больше товара производитель желает продать за небольшой промежуток времени, тем больше он должен снизить цену, чтобы тем самым заинтересовать большее число покупателей.

Сама идея об эластичности спроса тоже не является заслугой Маршала. Эта идея уже встречалась в работах О. Курно и Ф. Дженкина. А вот то, что это понятие стало относиться к категориям экономического анализа, – это целиком и полностью заслуга Альфреда Маршалла. Он первый, кто применил это понятие как к спросу на товар, так и к спросу на факторы производства. Еще его идеей было применить это понятие к предложению. Количественное выражение эластичности спроса – это то, как относится изменение величины спроса к изменению цены в процентном соотношении. По поводу эластичности спроса Альфред Маршалл говорил: «Эластичность спроса велика при высоких ценах, велика или по крайней мере значительна при средних ценах, но по мере снижения цен сокращается и эластичность спроса, причем она постепенно вовсе исчезает, если падение цен настолько сильно, что достигается уровень насыщенности спроса». Он также считал, что следует уделять внимание тому факту, что эластичность спроса различна для представителей различных социальных слоев.

По мнению Маршала, существуют кое-какие закономерности, подчиняющие себе эластичность спроса. На товары, которые обладают следующими свойствами, спрос всегда более эластичен, чем на другие товары. К этим свойствам он относил то, что:

1. эти товары всегда являются жизненно необходимыми;
2. на эти товары всегда приходится большая часть бюджета;
3. цены изменяются на эти товары очень продолжительный период;
4. такие товары всегда имеют огромное количество товаров-заменителей;
5. такие товары всегда могут употребляться большим количеством способов.

Что касается издержек и предложения, то, анализируя эту область, Альфред Маршалл больше всего обращал свое внимание на тенденции возрастания или убывания роста объема производства.

Маршалл сделал определенный вывод, что использование приводных ресурсов ведет к уменьшению роста объемов производства, а вот применение усовершенствований, созданных человеком, приводит к увеличению роста объемов производства. Это происходит за счет экономии. Маршалл считал, что существуют два вида такой экономии: внутренняя и внешняя. Внутренняя экономия – это технологические усовершенствования и организаторские способности внутри самой фирмы. Внешняя экономия – это зависимость от всеобщего роста производства в данной отрасли (возможно, речь идет о том, что предприятие должно сосредоточивать свои средства в одной хорошо отлаженной отрасли производства, а не распылять их). По словам Маршалла, в отраслях, которые специализируются на сырье (например, сельское хозяйство), в большей части применим закон убывания отдачи. В других же производственных областях, в которых сырье практически не играет роли, действует закон возрастания прибыли или уменьшения издержек.

Альфред Маршалл показал возможность «компромиссного» варианта: цена – это предельные издержки плюс предельная полезность. Таким образом, равновесная (компромиссная) цена – это максимальная цена, которую согласен заплатить будущий потребитель, опираясь на свои вкусы и потребность, и минимальная цена, за которую готов продать предприниматель исходя из своих издержек и желаемой прибыли. Маршалл и его сторонники пришли к выводу, что каждый из этих пунктов в равной степени влияет на цену товара, какое-либо изменение одного из факторов приводит к изменению цены на товары.

**Л Мизес** разделяет основные установки австрийской школы - методологический индивидуализм, субъективную теорию ценности, дедуктивный метод анализа, критику абсолютизации метода историзма и т др. Л Мизес считает, что в основе всех общественных явлений находится субъективный мир действующего человека В работе "Человеческая деятельность" он систематизирует структуру экономической науки, выделяет общую, универсальную теорию человеческой деятельности. Л Мизес доказывает, что человеческая деятельность является рациональной и экономической. Человеческие поступки возникают от пережитого индивидуумом чувство беспокойства. Беспокойство может быть связано как с материальными, так и с идеальными, или духовными, потребностями. Традиционно, как предмет исследования экономическая наука стремилась выделить только экономическую сторону человеческой деятельности. Но каждый раз, когда экономист ограничивает исследования только материальными аспектами человеческой деятельности, предмет исследования исчезает. Теория рациональной деятельности должна охватывать такое действие, как целостное. Сферы рациональной и экономической деятельности, таким образом, совпадают. Всякая разумная деятельность является одновременно и деятельностью экономической. Всякая экономическая деятельность – рациональная.

В рыночной системе Л. Мизес рассматривает проблему эволюции и роль частной собственности в хозяйственной деятельности. Частная собственность, с его точки зрения, является необходимым реквизитом цивилизации и материального благосостояния. Социальная роль частной собственности состоит в оптимальном использовании ресурсов и обеспечении суверенитета потребителей.

В нерыночной системе (социализм) Л. Мизес подвергает критике прежде всего планирование. В плановой экономике, где централизованно устанавливаются цены, достижение экономического равновесия невозможно. Ведь если спрос и предложение не уравниваются ценами, то не будет происходить рационального распределения ресурсов. При социализме, по мнению автора, существует система произвольных оценок, результатом которых является «запланированный хаос». Еще одной негативной чертой нерыночной системы является усиление роли бюрократии при усилении роли государства. Страшным можно назвать и факт появления прослойки людей, которые очень консервативны в своих взглядах и не приемлют ничего новаторского, то есть не приемлют экономического прогресса.

Свободные цены играют центральную роль в осуществлении эффективности функционирования экономики. В норме цены должны регулироваться спросом; если возникает зависимость цен от обесценивания денег – это отклонение. В период изменения ценности денег продавцы определяют для себя оптимальный размер цен на продукцию. Если бы покупательная сила денег сокращалась равномерно, то при этом самым важным был бы выигрыш должников и проигрыш заимодавцев. Но этот процесс неравномерен. Вздорожание, как считает ученый, наступает сначала только в одном каком-нибудь пункте народного хозяйства и для одних каких-нибудь товаров и шаг за шагом распространяется дальше, пока оно не охватывает всех товаров.

Л. Мизес выступал против антиинфляционной политики, которая заключается в контроле за ценами и заработной платой.

Более развитую "австрийскую" теорию предпринимательской функции создал специализировавшийся в данной области ученик Мизеса **И. Кирцнер.** Естественно, что реальная рыночная экономика постоянно находится в неравновесии. Информация в ней не бывает полной и равномерно распределенной, а поэтому человек, обладающий повышенной "чуткостью" (alermess) к возможностям извлечения прибыли, может заработать на арбитражных сделках, т.е. на спекуляции в нашем понимании этого слова. Этот человек, которого Кирцнер и считает предпринимателем, может купить товар по дешевой цене, а продать его в другом месте или в другое время по более дорогой. В результате последующей конкуренции ситуация становится более равновесной, т.е. цены на разных рынках выравниваются и возможность непредсказуемых и прибыльных арбитражных сделок исчезает. Свою функцию кирцнеровский предприниматель может выполнить, не имея собственного капитала (в отличие от Мизесовского предпринимателя) и даже особого воображения (в отличие от Шэкловского). Достаточно просто раньше других заметить валяющуюся на улице десятидолларовую бумажку и быстро поднять ее - такой аналогией Кирцнер обычно поясняет сущность предпринимательства в своей трактовке.

Работа Кирцнера представляет собой негармоничное сочетание глубинного влечения к субъективистской позиции и сохраняющегося несогласия с ней (Littlechild, 1979). Кирцнер открыто признает созидательную динамику рыночного процесса, который находится в центре внимания всей его работы. Он критикует неоклассическое направление за то, что в нем «нет места для креативного предпринимателя» (Kirzner, 1985, р. 13); он рассуждает о роли **предпринимательства** «в открытом, неопределенном мире» (ibid., р. 52); мире, в котором мы «обнаруживаем свободу для непредсказуемого, созидательного, творческого выражения человеческого сознания» (Ibid., р. 58); он говорит о новых товарах, новых качествах товаров, новых методах производства и новых формах организации, постоянно создаваемых в ходе предпринимательского процесса. В то же время этот акцент на созидательности, воображении и новизне сочетается с теоретическими воззрениями, согласно которым сущность **предпринимательства** помещается в пространство «обнаружения ошибки» (Kirzner, 1985, р. 50), а пространство для деятельности **предпринимательства** —в пространство «возможности обнаружения ошибки» (Ibid., р. 51). В контексте теории Кирцнера обнаружение ошибки означает такие вещи, как выявление «ошибочно низкой оценки» (Ibid., р. 50) ресурсов, «бдительность к ранее не осознававшимся возможностям» (Ibid., р. 52) или замечание «ситуаций, ошибочно упускавшихся из виду в прошлом» (Ibid.).

Если, как это, предполагает конструкция Кирцнера, сегодняшняя неудача с точки зрения обладания завтрашними знаниями квалифицируется как ошибка, избежать которой позволяет предпринимательская «бдительность», то исходной точкой отсчета или референтной базой такого рода суждения является воображаемый мир, в котором обнаруживается все, что только могут себе представить, о чем могут подумать или что могут знать люди. Только в этом случае каждое действие, каким бы творческим и созидательным оно ни было, может рассматриваться как обнаружение чего-то такого, что только и ждет, чтобы его открыли. Соответственно, неспособность открытия может обсуждаться в терминах ошибок и упущенных возможностей. Однако возникает вопрос о полезности этой ментальной конструкции с точки зрения аналитического руководства в тех случаях, когда ее пытаются применить к исследованиям социально-экономических изменений.

**Друкер П.** **Ф.** – крупнейший современный исследователь менеджмента, один из основателей эмпирической школы. В центре его внимания – предпринимательская деятельность, инновации, роль менеджеров в организации, организационные цели и логика формирования организационных структур. Является одним из создателей теории управления по целям, разработчиком метода кейс-стади, инициатором сравнительного исследования культур. По его мнению, специфике культуры соответствует особая формула успеха в бизнесе. Известен также как критик ряда положений школы человеческих отношений, называющий их концепции "психологическим деспотизмом", и исследователь наследия классической школы.

Согласно его концепции, общество – это глобальная организация, причем нынешняя стадия его развития обусловлена доминированием торговых отношений и определяется как "глобальный торговый центр".

Ему принадлежат ряд известных и широко используемых принципов и положений, например: определение менеджмента "как проблемной инициативы", а менеджера "как динамичного элемента любого общества". С его именем связаны тезисы: "децентрализация управления – способ упорядочения крупной организации", "оптимизация частных функций организации не ведет к оптимизации целого".

П. Друкер: "менеджмент существует ради результатов, которых учреждение достигает во внешней среде. Менеджмент должен определять, каких результатов необходимо достичь. Менеджмент должен мобилизовать ресурсы организации для достижения этих результатов. Менеджмент предназначен для того, чтобы любая организация имела возможность достичь запланированного результата".

 В рамках теории управления по целям деятельность по формированию и установлению системы целей и работы с ними рассматривается как главная задача менеджера, а система целей – как фактор, влияющий на структуру организации и обеспечивающий ее эффективное функционирование и долгосрочное развитие.

П. Друкер рассматривает управление по целям как необходимый элемент деятельности менеджеров в деловой организации и считает, что их основными функциями являются формирование целей и соотнесение с общими целями. Основываясь на представлении о деловой организации как о системе, имеющей множество потребностей, Друкер полагает, что менеджеры должны обязательно учитывать и отражать в формируемой на разных уровнях организации системе целей.

П. Друкер связывает возникновение системы целей с многообразием задач, решаемых менеджерами в разных секторах, а также с разнообразием потребностей различных социальных групп как внутри, так и вне организации, заинтересованных в ее деятельности. Он формирует два тезиса:

1.      Менеджер не может эффективно управлять организацией, ориентируясь только на экономическую цель.

2.      Работа по усовершенствованию системы целей и с системой целей необходима любым деловым организациям, поскольку их выживание и успешное развитие зависят от удовлетворения многообразных потребностей социальных групп.

 Исходя из этого, П. Друкер формирует примерный перечень целей организации, связанных:

·        с определением типа (типов) рынков, на котором она должна работать;

·        с установлением типа продукта, выпускаемого на данный рынок;

·        с определением уровня планируемой прибыли;

·        с установлением типа и источника необходимых ресурсов;

·        с отношением к нововведениям и допустимому риску;

·        с удовлетворением потребностей персонала;

·        с обеспечением общественного признания ее деятельности в более широком социуме;

·        с развитием менеджмента как главного фактора организационного развития.

В рамках данной концепции работа с целями необходима для повышения эффективности деятельности и разработки долгосрочных стратегий развития организации. Содержание этой работы может быть сведено к выбору перечня целей, расстановке приоритетов в системе целей, "уравновешиванию" и "жонглированию" целями. Наконец, именно с соотнесениями реальных результатов с планируемыми (на основе созданной системы целей), а также с соотнесением целей между собой связывается оценка эффективности деятельности организации.

Рассматривая цели как планируемый результат деятельности организации, П. Друкер пытается определить задачи, решению которых способствует работа с целями:

·        оценка "широкого спектра коммерческих, производственных и социальных процессов" и их интерпретации"

·        проверка истинности утверждений, латентно заложенных менеджером в основу проводимого курса;

·        оценка и прогнозирование поведения отдельных работников, подразделений и других организаций;

·        совершенствование деятельности организации.

   Одними из первых работ П. Друкера являются **«Концепция корпорации» и «Практика менеджмента»**. В них в качестве выводов, П. Друкер определил отсутствие понятия менеджмент, как профессии: менеджеры не осознают, что выполняют набор функций менеджера. При этом он также выделил 3 основополагающие функции менеджера:  
  ✔ управление бизнесом;  
  ✔ управление менеджерами;  
  ✔ управление работниками.  
   Третьим важным выводом было определение бизнеса, как фирмы, включающее 3 понятия. Во-первых, как «бизнеса», то есть экономического института, образованного для создания продукции, удовлетворяющей запросы рынка, клиентов фирмы. Во-вторых, как гуманитарной и социальной «организации», нанимающей людей и обязующейся платить им за труд. В-третьих, как «социального института», интегрированного в общество и потому подверженного влиянию общественных интересов. При этом в «Практике менеджмента» обсуждается почти неизвестное в 50-е годы явление «социальной ответственности бизнеса», которое в конце XX века стало самостоятельной сферой исследований и преподавания в школах бизнеса. Главным в первых книгах П. Друкера является попытка представить управление в виде систематизированной суммы знаний, то есть новой научной дисциплины.  
   Но наиболее известна на Западе **концепция П. Друкера об управлении по целям (МВО).**  
   Это система менеджмента, в соответствии с которой конкретные рабочие цели вырабатываются совместно с подчиненными и их менеджерами, прогресс продвижения к ним периодически оценивается, а вознаграждения распределяются на основе этой оценки. При таком методе управления цели используются не только в качестве механизмов контроля, но и для мотивации сотрудников. Задача рационального менеджера состоит в сбалансировании различных целей организации. Определенность целей для каждой сферы управленческой деятельности позволяет, во-первых, объяснять весь спектр хозяйственных явлений в нескольких обобщающих формулировках; во-вторых, проводить проверку этих суждений на практике; в-третьих, предсказывать поведение фирмы; в-четвертых, проверять разумность решений в процессе их принятия, а не после их реализации; в-пятых, улучшать будущую деятельность на основе анализа прошлого опыта. Использование механизма управления по целям как метода повышения эффективности организации позволяет объединить планирование и контроль, повысить вовлеченность руководителей всех уровней в процесс выработки целей и стимулирует процессы обратной связи. Другим важным достоинством этой концепции является соединение задач, стоящих перед отдельным менеджером, с общими целями фирмы. Управление по целям, таким образом, предполагает, что руководство организацией является функцией группы менеджеров, а не исключительной привилегией одного человека. Поскольку составной частью управления по целям является широкое участие в нем нижестоящих работников, высшие менеджеры должны поддерживать сотрудничество с ними и их участие в выработке решений.  
   П. Друкер определил набор целей, определяющих долгосрочный успех, в который входят совершенствование: положения компании на рынке, производительности труда, показателей прибыльности, инновационной активности, физических и финансовых ресурсов, деятельности менеджеров и развития их способностей, деятельности работников и отношения их к труду, ответственности компании перед обществом.  
   В 1984 году П. Друкер издает книгу под названием «Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы» («Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles»). В этой работе П. Друкер вводит термин «революция в управлении», подразумевая под ним инновационную деятельность и предпринимательство. Автор пишет, что они (инновационная деятельность и предпринимательство) помогают достичь тех изменений, которых пытались добиться с помощью различных исторических революций, но только без кровопролития, гражданской войны, концентрационных лагерей и экономических провалов. Созидательные функции инновационной деятельности и предпринимательства отличаются целенаправленностью, определенностью и контролируемостью. Автор говорит о **необходимости предпринимательского общества**, в котором инновационность и предпринимательство были бы устойчивым, нормальным и обязательным явлением. Они должны стать неотъемлемой жизненно важной деятельностью в организациях, в экономике, в обществе.  
   От руководителей всех учреждений требуется, чтобы они превратили инновационность и предпринимательство в нормальную, непрерывную, каждодневную деятельность, в практику их личной работы и работы их организации. Таким образом, менеджер выходит на первую роль, и возникает понятие «менеджер-предприниматель». П. Друкер отмечает, что предпринимательство носит более качественный характер, а предпринимателем считает того, кто создает принципиально новые товары или услуги. Кроме того, П. Друкер широко трактует сферы предпринимательства: мелкий бизнес, внутрифирменное предпринимательство (технологическое и организационное), предпринимательство в социальной сфере (новые подходы к мотивации труда).  
   В своей работе П. Друкер выделяет также условия становления и существования предпринимательского общества. Первоочередной задачей государственной политики и мер, которые необходимо проводить в предпринимательском обществе, автор считает определение областей отказа, то есть тех направлений, в которых инновационная и предпринимательская деятельность не приносят желаемых результатов. Так, по его мнению, планирование в традиционном понимании не совместимо с предпринимательским обществом и предпринимательской экономикой. Действительно, инновационная деятельность должна быть целенаправленной, а предпринимательская — управляемой. Но по своей сути инновационные мероприятия должны быть децентрализованы, оперативны, конкретны и должны носить микроэкономический характер. Лучше всего сделать так, чтобы они реализовывались постепенно, были бы гибкими и результативными.  
   Автор также предостерегает, что не стоит считать инновациями только развитие высокой технологии. Наиболее вероятным результатом политики, способствующей развитию только высокой технологии, может быть очередное дорогостоящее фиаско. Прежде всего, высокая технология — лишь одна из областей инновационной и предпринимательской деятельности, но отнюдь не единственная. Основная масса нововведений приходится на другие области.  
   П. Друкер **определяет два участка**, в которых предпринимательское общество требует проведения инновационных мероприятий социального характера. Первый участок — политика, направленная на социальную защиту резервной рабочей силы. Абсолютное количество людей, не имеющих работы, невелико. Но дело в том, что производственные рабочие, занятые в традиционных отраслях, сконцентрированы в очень немногих местах. Они имеют ограниченную степень свободы, то есть ограничены в смене работы, места жительства и т.д. Они не обладают ни достаточным образованием, ни высокой квалификацией, ни социальной компетентностью, ни уверенностью в собственных силах. Эта категория работников в развитых странах образует тот слой, уровень образования и общей культуры которого не претерпел радикальных изменений в этом столетии. Но эти рабочие составляют самую высокооплачиваемую группу в индустриальном обществе. Если общество не проявит заботу об их трудоустройстве — пусть даже предоставлением им менее высокооплачиваемых рабочих мест, - они превратятся в сугубо отрицательную силу. Эта проблема разрешима при условии превращения экономики в предпринимательскую. Новые предприятия, открытые в рамках предпринимательской экономики, создают новые рабочие места. Но даже если предпринимательская экономика и создает новые рабочие места, все равно необходимы организационные меры по подготовке и трудоустройству высвобожденных из традиционных индустрий работников. Самостоятельно они этого сделать не смогут. Если не принять этих мер, то высвобожденная индустриальная рабочая сила будет оказывать возрастающее сопротивление всему новому, включая средства своего собственного спасения.  
   Другое необходимое **социальное нововведение** отличается своей радикальностью, сложностью и необычайностью. Оно заключается в организации систематической замены изжившей себя социальной политики и устаревших структур сферы обслуживания, поскольку активный период социальной политики весьма ограничен, и ограничен период эффективной деятельности обслуживающих учреждений.   
   Помимо этих двух инновационных мероприятий социального характера П. Друкер **выделяет** в качестве одного из важнейших условий функционирования предпринимательского общества **налоговую политику**. Она важна и как инструмент, оказывающий влияние на поведенческие нормы экономических агентов, и как символ ценностей и приоритетов общества. В настоящее время в развитых странах избавление от традиционных нерациональностей прошлого сурово наказывается существующей налоговой системой. В США, например, налоговые инспекторы относят денежные суммы, полученные от продажи или ликвидации предприятия или подразделения, к доходам. В действительности эти суммы идут в счет возмещения капиталовложений. Предпринимательское общество нуждается в такой налоговой системе, которая бы мотивировала перемещение капитала из «дня вчерашнего в день завтрашний» и стимулировала капиталообразование. Существующая же система препятствует такому перемещению, расставляя на его пути фискальные барьеры.  
   Не менее важным инструментом, чем налоговая и бюджетно-фискальная политика, направленная на поощрение предпринимательства (или, по крайней мере, не сдерживающая его), является защита новых предприятий от необходимости выполнять правительственные задания бюрократического характера (отчетность, справки и т.п.). Эти расходы выражаются не только в финансовых издержках, связанных с недоиспользованием наиболее квалифицированного персонала, его рабочего времени и сил. Эти издержки невидимы, потому что напрямую не фигурируют в бюджетах правительства, а скрыты, например, в счетах врача, медицинская сестра которого тратит добрую половину своего рабочего времени на заполнение всевозможной официальной отчетности; в бюджетах университета, где полтора десятка высококвалифицированных специалистов вынуждены заниматься несвойственной им непроизводительной работой — подготовкой отчетов о соответствии университетской, научной и преподавательской деятельности правительственным распоряжениям и постановлениям.  
   Питер Друкер **определил и первостепенную задачу**, стоящую перед членами предпринимательского общества и относиться к которой следует как к благоприятной возможности для собственного роста: непрерывное обучение и переобучение. Забота о личном росте и профессиональной карьере мотивирует индивидуальных членов предпринимательского общества во все большей степени брать на себя ответственность за свое непрерывное обучение и переобучение. Они не могут более руководствоваться тем представлением, что знания, полученные в детстве и в юношестве, будут служить им «фундаментом» на всю оставшуюся жизнь. Заложенные в ранние годы знания следует рассматривать как «стартовую площадку» для разбега, взлета, а не как базу для возведения здания, в котором собираешься провести всю жизнь. Люди должны быть готовы к тому, чтобы самостоятельно определять для себя направления своей деятельности. Интенсивность обновления знаний и навыков зависит от уровня исходной подготовки и того, насколько их профессиональная карьера связана с предпринимательством. В этом отношении большое значение имеет область **деятельности работников**. Например, навыки, полученные плотником в годы учения, могут служить ему верой и правдой без значительных изменений лет сорок, то есть практически до конца его экономически активной жизни. Что же касается врачей, инженеров, учителей, юристов, менеджеров и т.п., то они должны исходить из того, что приобретенные ими знания, навыки и умения устаревают лет через пятнадцать. Более того, специалисты этого уровня должны быть готовы к тому, что через полтора десятка лет после освоения ими знаний и навыков на настоящем уровне, им фактически придется решать совершенно другие проблемы, перед ними будут стоять иные цели, и во многих случаях их профессиональная «карьера» может пойти в ином направлении. Из данных рассуждений вытекает следующая концепция П. Друкера — концепция **«общества знаний**».  
   Основной идеей этой концепции является выражение самого П. Друкера: “В обществе знаний менеджеры должны быть готовы отказаться от всего, что они знают.» В подобном обществе знания являются первостепенным ресурсом и всеобъемлющим ресурсом и для индивидуумов, и для экономики в целом. Такие традиционные факторы производства, как земля, труд и капитал, не исчезают, но отходят на второй план. Они могут приобретаться и достаточно легко приобретаются как раз с помощью специализированных знаний. В то же время специализированные знания сами по себе ничего не производят. Они могут быть продуктивными только в том случае, если интегрированы в задачу. И именно поэтому общество знаний является также обществом организаций, поскольку цель и функция любой организации, как связанной с бизнесом, так и не связанной с ним, - это интеграция специализированных знаний в общую задачу.  
   Согласно данной концепции **появляется новый тип работника** — работник, обладающий знанием (knowledge worker). П. Друкер выделяет две категории работников: управленцы и специалисты (менеджеры определенного уровня, консультанты, программисты, пользователи программного обеспечения и т.п.). Пользователи и программисты могут работать как самостоятельно, так и в компании. Основное отличие их деятельности в том, что они создают продукт собственными средствами, не используя средства компании. Возникает справедливый вопрос: как управлять такими работниками? Отвечая на этот вопрос, П. Друкер рассмотрел три типа команд:  
   1) **парный теннис**, характеризующийся высокой взаимозависимостью партнеров, необходимостью увязки их сильных и слабых сторон и отсутствием свободы;  
   2) **бейсбол**, где место и функции каждого игрока строго определены и четко сформулированы;  
   3) **американский футбол** со значительно большей степенью свободы, по ходу игры любой игрок может брать инициативу на себя и выполнять различные функции.  
Автор считает, что структуру и тип работы большинства организаций можно сопоставить с той или иной категорией спортивных команд и выбрать соответствующий стиль работы с персоналом.  
   П. Друкер также отмечает, что динамика знаний четко предписывает менеджерам, что каждая организация должна строить управление изменениями по своей **собственной системе**, близкой именно этой организации. С одной стороны, это означает, что каждая организация должна быть готова к отказу от всего, что она делает. Менеджеры должны учиться через определенное количество времени относительно каждого процесса, каждого продукта, каждой процедуры и политики периодически задаваться вопросом: «Если мы этого уже не делаем, следует ли это делать, зная то, что мы сейчас знаем?» Если на этот вопрос будет отрицательный ответ, должен возникнуть следующий вопрос: «Так что же нам делать сейчас?» И организация должна что-то предпринимать именно для разрешения этой проблемы, а не призывать к проведению другого исследования. Организация должна уметь отказываться от какой-либо неперспективной и невыгодной деятельности, а не стараться пролонгировать жизнь какому-то успешному на сегодня продукту производства. Иногда подобная стратегия приносить большую выгоду, чем последняя.  
   С другой стороны, святой долг каждой организации посвятить себя созданию чего-то нового. Для данной идеи характерно утверждение того, что каждое управление в ходе своей деятельности должно использовать **три основных принципа**. Во-первых, процесс, названный японцами кайзен (kaizen), который предполагает продолжение усовершенствования продукта компании. Цель кайзена таким образом усовершенствовать продукт или услугу, чтобы через два — три года они смогли стать действительно отличным (от «отличаться») продуктом или услугой.   
   Во-вторых, каждая организация должна учиться использовать свои знания для развития собственного успеха и дальнейшего его применения, а не только почивать на лаврах.  
   И в-третьих, каждая организация должна учиться инновационной деятельности как систематическому процессу. Без учитывания этих трех принципов основанная на знании организация очень скоро изживет себя, потеряв производительную способность и вместе с ней возможность привлекать и удерживать профессиональных работников, обладающих специализированными знаниями, от которых производительность и зависит.  
   Еще одна концепция, разработанная П. Друкером, - концепция теории бизнеса. Она построена на попытках ответить на вопрос, что произошло с известными фирмами в 80-90 годах. Автор проанализировал причины кризисов крупных корпораций (например, «Дженерал Моторс» и «ИБМ») и сделал соответствующие выводы. Для «Дженерал Моторс» главной проблемой стала утрата понимания своего рынка, а для «ИБМ» — своего продукта, то есть компании не смогли адаптировать свою теорию бизнеса к современным условиям.  
   Главной же разработкой П. Друкера стали три элемента, из которых состоит теория бизнеса. Первый элемент — представление об окружающей среде организации: общество и его структура, рынок, потребитель и технология. Второй — представление о специфической (особой) миссии организации. Третий элемент — представление о ключевых возможностях компании или стержневая компетенция (core competencies) — совокупность возможностей, определяющих конкурентные преимущества и необходимых для выполнения миссии организации.  
   Автор отмечает, что эти три пункта обманчиво просты. Обычно на выработку четкой, полноценной и действенной теории бизнеса уходят годы интенсивной работы, размышлений и экспериментов. Для достижения успеха организация должна работать на износ и развиваться по своему собственному пути.  
   **Чтобы теория бизнеса была действенной, следует учитывать четыре важных момента**.  
   Представления об окружающей среде, миссии организации и стержневой компетенции должны соответствовать действительности. То есть необходимо учитывать изменения, происходящие в обществе, его структуре, а соответственно в потребностях и возможностях потребителей, и уже, исходя из этого, каким-то образом развивать и изменять свой бизнес.  
   Представления об этих трех элементах должны соответствовать друг другу. Возможно, это было самой **сильной стороной «Дженерал Моторс»,** определяющей доминирующее положении компании в течение десятилетий. В компании было замечательное сочетание представления о рынке и об оптимальном процессе производства. В середине 20-х годов компания решила, что ей также необходимы совершенно новые, неизвестные до сих пор ключевые возможности: финансовый контроль производственного процесса и теория распределения капитала. В результате появились современный учет издержек и первый рациональный процесс распределения капитала.  
   Все сотрудники организации должны знать и понимать ее теорию бизнеса. Это просто осуществить на начальном этапе деятельности организации. Однако с постепенным ее становлением и приходом к успеху все больше и больше проявляется тенденция считать теорию бизнеса чем-то само собой разумеющимся. Затем в работе организации появляется некая небрежность, она начинает «срезать углы». Компания начинает делать то, что кажется подходящим, а отнюдь не то, что является правильным. Она перестает задумываться, задаваться вопросами. Она помнит ответы, но забывает задавать вопросы. Теория бизнеса становится культурой. Однако культура не является заменой дисциплины, а теория бизнеса — это прежде всего дисциплина.  
   Теория бизнеса должна постоянно проверяться. Она не выгравирована на камне. Она состоит из предположений о вещах, находящихся в постоянной динамике, движении — общество, рынки, потребители, технологии. Таким образом, сама теория бизнеса должна предполагать возможность ее изменения.  
   В 1966 году Питер Друкер выпустил книгу под названием **«Эффективный управляющий» («The Effective Executive»)**. Интересно то, что в этой работе ученый выступил не только в качестве теоретика, но и в качестве практика, дающего конкретные советы. Автор пишет, что эффективности нельзя научить, но можно и нужно научиться самому. Он говорит, что управляющие, которые не в состоянии направить свою деятельность в эффективное русло, вряд ли смогут правильно управлять своими сослуживцами и подчиненными. Управляющие, не знающие, как эффективно организовать собственный трудовой процесс, показывают дурной пример для окружающих.  
   Для того, чтобы эффективно работать, еще недостаточно быть трудолюбивым, хорошо информированным или обладать высокими интеллектуальными способностями. Эффективность — это нечто самостоятельное и особенное. Однако для того, чтобы быть эффективным, совсем не обязательно иметь особые способности, склонности или приобретенные навыки. Эффективность управляющего выражается в его способности выполнять определенные — достаточно простые — задачи. Эффективность слагается из нескольких практических компонентов.  
   П. Друкер выделяет пять основных элементов для повышения эффективности труда работника управления.  
   **Во-первых**, эффективные управляющие должны знать, на что они расходуют свое время. Умение контролировать свое время является важнейшим элементом производительной работы. Этот шаг носит чисто методический характер: регистрация времени, ведение контрольных записей с его замерами. Это заставляет работника более внимательно взглянуть на то, куда он тратит свое время, на свою деятельность и цели, что в значительной степени повлияет на уровень и качество выполняемой работы.  
   **Во-вторых**, эффективные управляющие должны концентрироваться на достижениях, выходящих за рамки своей организации. Им следует быть нацеленными не на выполнение работы как таковой, а на конечный результат. Хороший управляющий, прежде чем приступить к выполнению того или иного задания, задают себе вопрос: «Каких результатов я должен достичь?» Сам процесс работы и ее методы отходят для него на второй план. Этот этап носит уже концептуальный характер. Управляющий приучается анализировать свою роль в организации и определять свой вклад в ее деятельность. Ответы на поставленные вопросы должны вести к повышению требований к самому себе, к размышлениям относительно собственных целей и целей организации, а также к определению ценностей. Самое главное, вопросы должны натолкнуть на мысль о необходимости повысить показатели своей работы. Они стимулируют управляющего на принятие на себя большей ответственности и отказ от роли подчиненного лица, для которого хорошо все то, что устраивает начальство. Иными словами, концентрируясь на собственном вкладе, управляющий приучается ориентироваться не на средства как таковые, а на конечные цели.  
   **В-третьих**, эффективные управляющие должны строить свою деятельность на преимущественных, сильных качествах, как собственных, так и руководителей, коллег и подчиненных, а также обязаны отыскивать положительные моменты в конкретных ситуациях. Им не следует опираться на то, что ненадежно. Нельзя начинать работу с решения нереальных на данный момент задач. Активизация сильных сторон характера находит свое отражение в поведении. Это уважение личности как своей собственной, так и других. Это система ценностей и действий. Но это снова учение в процессе выполнения работы и саморазвитие на практике. Акцентируя сильные качества, управляющий объединяет индивидуальную цель и потребности организации, индивидуальные способности и результаты работы организации, индивидуальные достижения и возможности организации.  
   **В-четвертых**, эффективные управляющие концентрируют свое внимание на нескольких важнейших участках, в которых исполнение поставленных заданий принесет наиболее ощутимые результаты. Они должны научиться устанавливать приоритетные направления работ и не отклоняться в их выполнении. Пустая трата сил и времени приводит к самым отрицательным результатам. В центре внимания на данном этапе — функциональные показатели управляющего и организации. Анализируется не то, что происходит, а то, что хочется, чтобы произошло в окружающих условиях. Развитию в данном случае подлежит не информация, а характер: предусмотрительность, уверенность в своих силах, смелость. Другими словами, здесь развивается лидерство, основанное на целеустремленности, решительности и уверенности.   
   **И в-пятых**, эффективные управляющие должны принимать эффективные решения. А это, прежде всего вопрос системности, то есть процесс выполнения задания должен проходить в нужной последовательности. Следует помнить, что эффективное решение — это всегда суждение, основанное, скорее, на несовпадении мнений, чем на согласованности по фактам. Чрезмерная поспешность ведет к принятию неверных решений. Решений должно быть немного, но все они должны быть фундаментальными. В принятии решений нужно руководствоваться верной стратегией, а не сиюминутными тактическими соображениями.  
   Автор самое большее внимание уделяет саморазвитию управляющего, играющему огромную роль в его становлении как эффективного работника. Он должен приобрести соответствующие знания и умения. Он должен освоить множество новых для себя навыков по мере смены деятельности. Но любые навыки и знания мало чем помогут руководителю, если он не будет развивать себя под углом зрения эффективности. Саморазвитие управляющего в целях повышения собственной эффективности является центральным звеном в развитии организации. Это верный путь к достижению высоких результатов работы всей организации. В той мере, в какой управляющие стремятся приносить конкретную пользу, они поднимают функциональный уровень организации, в которой работают. В результате организация не только становится способной на более производительную деятельность, она приобретает возможность выполнять самые различные функции и стремится к самым разным целям.  
   Каждый сотрудник в современной организации является "управляющим", если в силу занимаемой им должности или имеющихся знаний он отвечает за деятельность, которая непосредственно влияет на способность данной организации функционировать и добиваться результатов. Например, это может быть способность производственного предприятия выпускать новую продукцию или увеличивать свою долю на данном рынке или способность больницы предоставлять лучший уход за пациентами и т. д. Такой человек обязан принимать решения; его деятельность не может сводиться к исполнению приказов. Он должен нести ответственность за свою деятельность. Предполагается, что в силу своих знаний он более чем кто-либо другой способен принимать правильные решения. Его предложения могут отвергаться, он может быть понижен в должности или уволен. Но если он находится при исполнении своих обязанностей, он отвечает за реализацию поставленных целей, качество исполнения заданий и вообще за достижения своей организации.  
   Большинство руководителей, хотя и не все, являются управляющими. Одновременно многие неруководители в современном обществе становятся управляющими. Как известно, современные учреждения не могут обойтись как без руководителей-администраторов, так и без индивидуальных специалистов-разработчиков, занимающих ответственные должности, связанные с принятием решений.  
   От управляющих прежде всего требуется эффективность. Но достижение эффективности в современных условиях становится все более трудной задачей. Если управляющие не будут стремиться к максимальной эффективности в своей работе, они просто превратятся в чиновников, отсиживающих положенные часы, либо вовсе останутся не у дел.  
Жизнь управляющего связана со многими совещаниями, докладами и презентациями. Они являются оперативными инструментами в его обычной деятельности. Они же отрывают у него значительную часть времени, даже если он преуспевает в его анализе.  
   **Эффективные управляющие знают,** что им следует ждать от совещания, доклада или презентации, а также и то, какую цель должны преследовать такие мероприятия. Они спрашивают себя: "Почему мы собираем это совещание?", "Хотим ли мы выработать какое-то решение, сделать сообщение или же выяснить направление нашей деятельности?" Они обычно настаивают на том, чтобы содержание таких совещаний, докладов или презентаций тщательно обдумывалось и заранее доводилось до сведения участников. Они настаивают на том, чтобы каждое совещание приносило конкретную пользу и продвигало решение поставленных задач.  
   Человек, нацеленный на повышение эффективности, всегда заранее оговаривает задачу того или иного совещания. Он делает все возможное, чтобы оно отвечало поставленным требованиям. Он не допустит превращения совещания в пространный обмен "замечательными идеями". Одновременно он старается сделать так, чтобы оно не превратилось в изложение точки зрения какого-то одного участника, а стимулировало бы мыслительный процесс всех присутствующих. В конце совещания знающий руководитель возвращается к повестке дня и сравнивает, насколько решения совещания отвечают поставленным целям.

|  |
| --- |
| Взаимосвязь факторов лидерства и команды, а также место человеческого фактора в деятельности инновационной компании наглядно демонстрирует модель предпринимательского процесса **Джеффри Тиммонса** |
|  |
| http://www.m-economy.ru/ftp_images/arts/37/37_06_07_01.png |
| Рис. 1. Модель предпринимательского процесса Д. Тиммонса *Тема 14. Правовая характеристика белорусского предпринимательства* |

Предпринимательство - это самостоятельная деятельность физических и юридических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность  
и направленная на систематическое получение прибыли (реализация товаров, услуг и работ). Не является предпринимательством деятельность физических лиц по использованию собственных ценных бумаг, банковских счетов в качестве средств платежа или сохранения денежных приобретений. Предпринимательская деятельность должна осуществляться на постоянной основе. Регулируется она Законом "О предпринимательстве в Республике Беларусь" от 28.03.91 г., в котором определены правовые и экономические основы предпринимательства, права, обязанности и ответственность субъектов предпринимательства. Действующее законодательство, регулирующее предпринимательскую деятельность в Республике Беларусь, направлено сегодня на обеспечение развития предпринимательства в республике, обеспечение государственной поддержки малым предприятиям, упрощенной процедуры регистрации предпринимательских структур, создание рациональной системы налогообложения, привлечение инвестиций в бизнес.  
Предпринимательство может осуществляться в виде индивидуальной трудовой деятельности и в различных организационно-правовых формах предприятия, не запрещенных законодательством. В налоговом законодательстве различаются производственная, торговая, посредническая и иные виды предпринимательской деятельности. Поскольку любая предпринимательская деятельность связана либо с производством продукции и услуг, либо с обменом и распределением товаров, их использованием, можно выделить следующие виды предпринимательской деятельности: производственное предпринимательство, коммерческая и финансовая деятельность. Осуществление предпринимательской деятельности и отношения, связанные с предпринимательством, независимо от форм собственности, вида и сферы деятельности регулируются актами законодательства. Под источниками права в юридической литературе понимаются акты компетентных органов, регулирующие соответствующие общественные отношения. Гражданский кодекс, исходя из его статуса, является основным актом, регулирующим предпринимательскую деятельность. В нем закреплены основные ее принципы, статус предпринимательских структур, в том числе основы правового положения юридических лиц, им регулируются отношения собственности, обязательственные правоотношения и т. д.  
Помимо Гражданского кодекса существуют другие акты законодательства, регулирующие предпринимательскую деятельность. Гражданский кодекс, ст. 3 определяет источники гражданского права, следовательно, и предпринимательского:  
- законодательные акты (Конституция Республики Беларусь, Гражданский кодекс, законы Республики Беларусь, декреты и указы Президента Республики Беларусь);  
- распоряжения Президента Республики Беларусь;  
- постановления Правительства Республики Беларусь;  
- акты Конституционного, Верховного, Высшего Хозяйственного судов Республики Беларусь, Национального банка Республики Беларусь, изданные в пределах их компетенции по регулированию гражданских отношений;  
- акты министерств, иных республиканских органов государственного управления, местных органов управления и самоуправления, изданные  
в случаях и пределах, предусмотренных законодательными актами.  
К *источникам правового регулирования* предпринимательской деятельности относятся:

1. Конституция Республики Беларусь от 15.03.1994 № 2875-ХП (ред.17.11.2004).
2. Кодексы (Гражданский кодекс Республики Беларусь, Хозяйственный процессуальный кодекс Республики Беларусь, Банковский кодекс Республики Беларусь, Инвестиционный кодекс Республики Беларусь, Таможенный кодекс Республики Беларусь и др.);
3. Законы (Закон Республики Беларусь «О государственной поддержке малого предпринимательства в Республике Беларусь» и др.);
4. Декреты и указы Президента Республики Беларусь (например, Декрет Президента Республики Беларусь от 16.01.2009 № 1 (ред. от 01.03.2010) «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования»; Указ Президента Республики Беларусь от 29.12.2007 №685 «О дополнительных условиях осуществления предпринимательской деятельности» и др.);
5. Постановления Правительства Республики Беларусь (Постановление Кабинета Министров Республики Беларусь «Об утверждении Положения о поставках товаров в Республики Беларусь» и др.);
6. Постановления республиканских органов государственного управления;
7. Инструкции, правила, приказы;
8. Решения органов местного управления и самоуправления.

Правомерно утверждать, что изучать вопрос государственного регулирования предпринимательства — это значит изучать процессы принятия решения, касающихся предпринимательства, с точки зрения взаимодействующих по вопросам предпринимательства сторон — предпринимателей, самого государства, а также всех групп и категорий работающего и неработающего населения.

Классификация решений государственных органов по вопросам предпринимательства возможна по различным основаниям (признакам) В зависимости от участия самих предпринимателей, представителей различных групп населения в принятии решений можно различать:

1) «чисто» властные (государственные) решения и

2) совместные (смешанные по характеру участников) решения.

Принятие совместных решений связано с реализацией важных принципов управления и регулирования, таких, как делегирование государством ответственности самим предпринимателям и населению и так называемое «единоначалие» государства в этих вопросах.

Принцип делегирования ответственности в данном случае означает передачу или закрепление государством определенных функций, полномочий по вопросам предпринимательства самим предпринимателям, их

организациям, а также другим общественным формированиям, выражающим интересы тех или иных категорий населения в отношении предпринимательства.

При этом обеспечивается перераспределение объемов власти между собственно властью — государством, муниципальными органами, и другими сторонами.

Делегирование или закрепление тех или иных полномочий основывается на доверии государства своим гражданам, поощрении их инициативы, внимательном отношении к их мнению.

Практическая реализация принципа делегирования приобретает сегодня совершенно новое значение в связи с радикальной экономической реформой, заменой прежней системы хозяйствования (государственно-административной) принципиально иной — рыночной, в которой государство сознательно стремится к существенному свертыванию своей административной функции, если это отвечает потребностям дела и ведет к более эффективному удовлетворению потребностей населения.

Это, в частности, предполагает распространение практики совместных решений и делегирование населению, предпринимателям части прав и обязанностей по регулированию предпринимательства, например, через Советы предпринимателей соответствующих уровней, конференций, ассамблей предпринимателей и т.п., с одной стороны, и Общества потребителей — с другой.

По степени компетентности можно различать такие решения в отношении предпринимательства, как основанные на так называемом здравом смысле (фактически, любительские, дилетантские), и профессиональные, для чего, собственно, и нужна социология предпринимательства. Ибо научно обоснованными могут считаться только профессиональные решения. Именно компетентность предпринимателей, государственных органов, в лице их представителей, представителей различных категорий населения, участвующих в принятии соответствующих решений, дает возможность расширять сферу применения совместных (смешанных) решений.

Но для эффективного регулирования процессов предпринимательства мало принять даже хорошо обоснованные решения. Необходимо обеспечить их выполнение.

Реализация решений по вопросам предпринимательства зависит в значительной степени от того порядка вещей, который сложился или складывается на каждой конкретной территории, в каждом конкретном регионе, области, городе и т.д.

Само собой разумеется, что недостаточная степень реализации тех или иных, особенно обоснованных, решений по предпринимательству имеет серьезные негативные, экономические, социальные и, как следствие, политические последствия, осложнения разного рода.

Следует остановиться на вопросе о регулировании предпринимательства и роли предпринимателей-лидеров.

В различных локальных сообществах предпринимателей на поведение его членов влияет лидер (лидеры) сообщества.

Предпринимательское лидерство — это процесс стихийного, спонтанного регулирования воздействия на сообщество предпринимателей изнутри, со стороны наиболее авторитетных, значимых членов сообщества.

Как и в любом деле, в сообществе предпринимателей лидерами становятся наиболее инициативные, наиболее энергичные, общительные, информированные его члены.

В различных ситуациях жизнедеятельности сообщества лидерами могут стать разные предприниматели, члены сообщества.

Лидерство возникает лишь в том случае, когда в предпринимательском сообществе есть члены со склонностью к лидерству. Если в том или ином конкретном сообществе таких личностей нет, то оно остается, до поры до времени, без лидера.

Безлидерные предпринимателские сообщества менее эффективны и отличаются заметно более низким уровнем интеграции, координированности и т.п.

Наиболее эффективным случаем является тот, когда лидером становится предприниматель, связанный с предприятием, играющим наиболее важную роль в данном регионе, области и т.д. Но и это не всегда имеет место.

Представители государственных органов, изучая структуру предпринимательства подведомственной территории, изучая возможности сотрудничества с предпринимателями других регионов, других стран, в частности, должны выявить предпринимателей-лидеров в соответствующих регионах, чтобы опираться на них в своих попытках регулировать предпринимательские отношения.

Воздействовать на сообщество предпринимателей следует, прежде всего, через его лидеров. Однако, представители государственных органов, в частности администраций, по каким-либо признакам не соответствующие своему должностному положению, могут и реально опасаются появления среди предпринимателей лидеров, правомерно считая их своими потенциальными и реальными соперниками, крепкими оппонентами. Последнее, естественно, часто приводит к различным конфликтам.

Несколько слов о стиле (режиме) регулирования предпринимательских процессов. Особенности взаимодействия государственных органов с предпринимателями и населением по поводу предпринимательства, по поводу принятия и осуществления решений о предпринимательстве и контроля над их реализацией формирует стиль регулирования этой сферы со стороны государства.

Этот стиль определяется особенностями властно-распорядительных отношений и складывается из ряда элементов, среди которых:

— распределение полномочий между госорганами и предпринимателями, предоставление последним широкой экономической и иной самостоятельности;

— участие в информировании предпринимателей и всего населения по вопросам предпринимательства;

— отношение госорганов, в лице их представителей, к советам, высказываниям, критике со стороны предпринимателей и других категорий населения;

— используемая государством тактика воздействия на предпринимателей;

— преобладающие формы обращения государственных чиновников к предпринимателям;

— особенности социального контроля в сфере предпринимательства;

— характер взаимодействия госорганов с организациями предпринимателей, советами предпринимателей и т.п.;

— позиция госорганов и их представителей в предпринимательских конфликтных ситуациях и конфликтах.

В зависимости от сочетания вышеперечисленных элементов можно говорить о трех видах стиля (режима) регулирования предпринимательских процессов государством:

1) демократическом,

2) директивном и

3) халатно-попустительском.

Для демократического, партнерского стиля характерно участие предпринимателей и населения в обсуждении важнейших вопросов экономики, хозяйственной и иной жизнедеятельности, в выработке и принятии соответствующих решений; интерес государства, его представителей к мнению предпринимателей, максимальное осуществление обоснованных предложений со стороны последних.

Партнерский стиль характеризуется сочетанием совместных (смешанных) подходов и административного при взаимодействии, как представителей государства, различных его структур между собой по вопросам предпринимательства, так и их вместе взятых с предпринимателями и населением. Демократическая власть умеет привлекать к выработке решений предпринимателей и населения и интегрировать их мнения.

Для директивного, или автократического, авторитарного стиля регулирования (управления) в сфере предпринимательства характерно отстранение предпринимателей, как, впрочем, и других категорий населения,

от участи в выработке и принятии решений, отсутствие возможности у

предпринимателей и населения законным путем проявлять инициативу и

самостоятельность, без чего, напомним, предпринимательство просто немыслимо; отсутствие взаимопонимания между предпринимателями, населением и властью по вопросам предпринимательства, а также и по другим.

Директивный стиль (режим), который был господствующим в административно-командной системе (АКС) управления обществом. Он может с соответствующими изменениями, как правило, чисто внешними,

иметь место и сегодня.

Этот стиль, кстати, вынуждает предприимчивого человека снова и снова уходить «в тень», тем самым снова и снова расширяя теневые стороны в обществе.

Так называемый халатно-попустительский, или анархический стиль (режим), с элементами авторитарного и отдельными элементами демократического, сегодня, пожалуй, является наиболее распространенным в России и в странах ближнего зарубежья. Это значит, что власти, по существу, самоустраняются от регулирования, если не всех, то очень многих вопросов, связанных даже не с предпринимательством как таковым (его еще во многом и нет в достаточно развитом виде), а с самим переходом к рынку, с созданием условий такого перехода. Таких условий, которые никто кроме власти не может обеспечить в принципе, или же власть должна просто измениться сама.

Попустительство и анархия в вопросах предпринимательства, регулирования возрождающегося предпринимательства со стороны власти —

это самый неэффективный стиль регулирования.

Важно здесь также отметить, что именно сочетание, своеобразный симбиоз попустительствующего и директивного стилей порождает самый махровый бюрократизм государства в отношении предпринимательства.

Следует также подчеркнуть, что эффективным в том или ином случае может оказаться как демократический, партнерский стиль, так и директивный по преимуществу, если, скажем, предпринимательство еще толком не «запущено», а население поражено вирусом недоверия, отторжения предпринимательства. Это зависит от ситуации, от уровня интеграции предпринимательства, от уровня профессионализма, квалификации как предпринимателей, так и представителей власти. При их недостаточности не используются полностью потенциал отдельных предпринимателей и предпринимательского сообщества в целом.

### *Тема 15. Становление и развитие предпринимательства в Беларуси*

Предпринимательская деятельность проявляется в самых различных сферах и является прежде всего интеллектуальной деятельностью не только энергичного и инициативного, но и высоконравственного человека, который, владея полностью или частично материальными и интеллектуальными ценностями, исполь­зует их для организации своего дела с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей других членов общества.

В соответствии с Основными положениями Программы социально–экономического развития Республики Беларусь динамичность развития экономики зависит от предпринимательской активности и инициативы. В этом приоритете заложен принцип полноценного партнерства частной и государственной форм собственности, что достигается совершенствованием делового климата для всех субъектов хозяйствования — государственных и частных, отечественных и иностранных, и в конечном итоге — созданием безбарьерной деловой среды. Предпринимательство становится основой развития экономики Беларуси как ее наиболее гибкая, инновационно активная, быстро реагирующая на изменения внешних факторов составляющая.

К факторам, обусловливающим развитие предпринимательства в Республике Беларусь, относятся:

* наличие правовых гарантий предпринимателям;
* поддержка предпринимательства со стороны государства путем соответствующей налоговой и финансово – кредитной политики;
* доброжелательное отношение со стороны общества;
* устойчивое, стабильное социально-политическое и экономическое положение государства, которое способствует привлечению иностранного капитала;
* развитие рыночной инфраструктуры (инновационные центры, банки, биржи, рекламные агентства и пр.);
* повышение материального и культурного уровня населения, расширение круга их запросов и интересов;
* это реальная форма связи производителя с собственностью на средства производства;
* необходимость создания конкуренции на рынке;
* необходимость соединить интересы науки и производства.

Прежде всего предпринимательство — не просто наличие в собственности предприятия, производящего те или иные про­дукты или услуги, а обязательно — выгодная торговля. Последняя требует не только определенных знаний и навыков, но и поиска и участия в ней равноправных партнеров. Предпринимательство невозможно без торговли. Торговля — это особая сфера деятельности людей, обладаю­щих не столько специфическим складом ума, сколько особен­ным талантом — успешно торговать: не просто заключать сдел­ки, покупать и продавать, а обеспечивать получение прибыли, достаточной для нормального развития предприятия. Богатство — это не деньги, а способность делать деньги.

Условия развития предпринимательства

|  |  |
| --- | --- |
| Условия | Характеристика |
| Затраты | Без затрат невозможно обеспечить эффективное функ­ционирование бизнеса. При этом расходы всегда предшествуют поступлению денег от реализации продуктов и услуг. Чем больше мы хотим заработать, тем больше нам необходимо тратить, а на это не так просто решиться в условиях, когда конечный результат не гарантирован. |
| Власть | Власть заставляет других делать то, без чего они могли бы обойтись, или побуждает их это делать иначе, чем они бы делали сами. Любая предпринимательская структура представляет собой жесткую иерархическую систему |
| Свобода | Только тот, кто по своей сущности является независимым челове­ком и стремится все свои проблемы решать самостоятельно, выби­рает своей профессией предпринимательскую деятельность. Свободный в бизнесе тот, кто добровольно берет на себя смелость прини­мать ответственные решения |
| Творчество | Предпринимательство предоставляет право заниматься тем видом деятельности, который больше всего нравится предпринимателю и в наиболь­шей степени соответствует его природным склонностям и пред­почтениям |
| Здравый смысл | В бизнесе достигают успеха только те, кто может объективно оценить положение дел, каким бы без­надежным оно ни казалось, и поступить так, как этого требует реальная ситуация |
| Риск | Предпринимательство связано с готовностью человека идти на риск и добровольно брать на себя всю ответственность за конечные результаты своей деятельности. Без риска предпринимательство вообще невоз­можно |
| Правовые гарантии | Право собственника владеть, контролировать ис­пользование определенных ресурсов, распределять возникающие при этом выгоды и затраты должно быть незыблемо. Без решения данного вопроса инвесторы не станут вкладывать деньги в серьезные долгосрочные проекты |

Основной закон предпринимательской деятельности гласит: собственное изделие (товар) должно быть лучше или дешевле тех, которые сегодня продаются на рынке. Это аксиома совре­менного цивилизованного предпринимательства. Кто ее игно­рирует, рано или поздно окажется побежденным в конкурент­ной борьбе и вынужден будет уйти с рынка.

Успех бизнеса во многом зависит от наличия у предпринима­теля определенного набора качеств и специфических способно­стей, которые в наибольшей степени определяются особенно­стями предпринимательской деятельности. По результатам мно­гих зарубежных исследований, наиболее важными качествами для человека, который решил открыть свое дело, являются чест­ность, искренность, инициативность, позитивное отношение к другим людям, чувство ответственности, хорошие организа­торские способности, решительность, упорство, настойчивость в достижении поставленных целей, сила воли, творчество, ком­муникабельность, трудолюбие.

Работа по улучшению делового климата в Республике Беларусь должна реализовываться в плодотворном партнерстве бизнеса и власти. Сегодня активно обсуждаются вопросы улучшения делового климата в республике и решение определенных проблем:

- доверие власти и бизнеса;

- конкурентоспособные налоги;

- умеренные, справедливые штрафы;

- приватизация арендуемого государственного имущества и другие.

Национальная платформа бизнеса Беларуси года выделяет следующие приоритетные направления реформирования делового климата страны:

I. Добросовестная конкуренция и равные условия хозяйствования

II. Права собственности и рост частного сектора

III. Налоговая система и бухгалтерский учет

IV. Дебюрократизация и либерализация

V. Доступ к финансам и инновационное развитие

VI. Партнерство и доверие бизнеса и власти

Добросовестная конкуренция и равные условия хозяйствования предполагает:

- Создание равных условий доступа к ресурсам для государственных и частных субъектов хозяйствования; запрет на принятие дискриминационных мер в отношении предприятий частной формы собственности на всех сегментах рынка, в том числе при осуществлении государственных закупок, трастового управления активами, проведения расчетов, а также при проведении аукционов и тендеров.

- Отмена механизма распределения сырья белорусских предприятий – монополистов через механизм квот и по ценам, которые существенно ниже рыночных цен, проведение единой ценовой политики предприятий-монополистов в отношении коммерческих организаций, работающих на одном сегменте рынка.

Права собственности и рост частного сектора:

- Приоритетная продажа арендаторам-субъектам малого и среднего предпринимательства Беларуси арендованных помещений, зданий, сооружений и других объектов, если они арендуют их более 3 лет по инициативе арендатора. Предусмотреть приобретение права частной собственности на землю при продаже арендованных объектов.

- Установить право частной собственности для юридических лиц на землю. Устранение правовых барьеров на пути создания полноценного рынка земли

- Приватизация низкорентабельных и убыточных предприятий, как имущественных комплексов, предусматривающая, в том числе, банкротство, передачу в доверительное управление, продажу с отсрочкой платежа, безвозмездную передачу.

Становление малого бизнеса в рамках современной истории Беларуси можно условно разделить на два этапа:

первый этап (конец 80-х – середина 90-х годов) – быстрый рост количества предприятий малого бизнеса при отсутствии системной нормативно-правовой базы и слабой инфраструктуре поддержки предпринимательства;

второй этап (после 1996 года и по настоящее время) – переход к более жесткому государственному регулированию экономических процессов и контролю предпринимательской деятельности. Этот этап характеризуется как меньшей динамикой роста количества частных предприятий, так и их меньшим вкладом в общее экономическое развитие страны.

### *Тема 16. Тенденции развития малого бизнеса*

Поддержка малого предпринимательства – это реализация государственными органами и иными организациями правовых, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер по созданию благоприятных условий для развития субъектов малого предпринимательства и субъектов инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

К субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;

- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

В соответствии с действующим законодательством малый бизнес в Республике Беларусь существует в двух формах: юридические лица (малые предприятия) и предприниматели без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели). К малым предприятиям относятся предприятия со среднесписочной численностью работников:

- в промышленности и на транспорте – до 100 человек;

- в сельском хозяйстве и научно-производственной сфере – до 60 человек;

- в строительстве и оптовой торговле – до 50 человек;

- в других отраслях производственной сферы, общественном

питании, бытовом обслуживании населения и розничной торговле – до 30 человек;

- в отраслях непроизводственной сферы – до 25 человек.

Количественный учет малых предприятий и анализ их деятельности (численность работников, оплата труда, объемы производимой продукции, рентабельность и прочие показатели) осуществляют органы государственной статистики.

Статистика малого предпринимательства в Беларуси показывает, что со второй половины 90-х годов в развитии данного сектора экономики наблюдалась тенденция сокращения количества малых предприятий и увеличение числа индивидуальных предпринимателей.

Во всем мире признается ведущая роль малого и среднего бизнеса, как главного локомотива развития всей экономики. Если говорить о наиболее развитых странах, то в них доля малого и среднего бизнеса в производстве ВВП составляет на сегодняшний день от 50 до 70% и примерно такое же соотношение от общего числа занятых работников.

Проблемы малого бизнесе в Беларуси -Барьеры (институт социологии):

1)высокие арендные ставки

2)высокие ставки на заемные средства со стороны банков и других финансовых организаций

3)бюрократические барьеры и ограничения (регистрация, разрешение, лицензии, отчетность, большой документооборот)

4)отсутствие поддержки со стороны государства (льготные кредиты, участие в госпрограммах)

Количество бизнесменов, считающих, что права собственника в РБ слабо защищены в 7,3 раза больше, чем тех, кто считает, что они под надежной защитой.

Выход – создание эффективных механизмов государственно-частного партнерства.

### *Тема 17.Экономические условия развития малого бизнеса в Беларуси*

Несмотря на некоторую положительную динамику, общий уровень развития малого бизнеса в Беларуси по сравнению с другими странами, вставшими на путь рыночных реформ, является одним из самых низких.

Анализ причин столь низких темпов развития предпринимательства в Беларуси, проблем и препятствий, сдерживающих его динамичный рост, свидетельствует об определенной непоследовательности государственной политики в отношении данного сектора. Формально на уровне государства и правительства в целом роль малого бизнеса в экономике страны не отрицается и, даже напротив, особо акцентируется его важность и необходимость его поддержки. Однако в действительности каких-либо серьезных сдвигов в динамике развития малого бизнеса Беларуси не происходит. Отсюда очевидно, что на макроэкономическом уровне сложился ряд факторов, тормозящих развитие частного предпринимательства и тем самым снижающих эффективность работы действующей предпринимательской инфраструктуры и мер государственной поддержки в этой области.

Весь спектр проблем в развитии малого бизнеса в нашей стране с определенной долей условности можно разбить на две группы.

Первая из них касается сферы взаимоотношений частного бизнеса с государством. Вторая – экономические условия функционирования субъектов хозяйствования.

Усиление государственного регулирования экономических процессов привело к усложнению и удорожанию процедур создания бизнеса, возвело множество административно-бюрократических барьеров в его функционировании и развитии.

В настоящее время административные барьеры считаются серьезным препятствием на пути развития малого и среднего бизнеса как в странах с развитыми рыночными экономиками, так и в странах с переходной экономикой, особенно в странах СНГ, где малое предпринимательство до сих пор находится в непростом положении. Что касается формулировки понятия “административные барьеры”,то административные барьеры – это препятствия со стороны государственных органов, связанные с необходимостью выполнения излишних правовых правил и процедур, предусмотренных правовыми актами и действиями органов власти.

В странах Европейского Сообщества (ЕС) административными барьерами называют вообще все обязательные административные процедуры, исполнение которых обусловлено требованиями, вытекающими из национального или международного законодательства. Как считается, необходимость снижения административных барьеров вызывается следующими основными причинами:

- слишком сложные формы и требования;

- слишком большое количество форм и требований;

- слишком частая необходимость подачи форм и требований;

- слишком частые изменения форм и требований.

Малому бизнесу Беларуси в процессе его становления и развития перманентно приходится сталкиваться с решением схожих проблем, усугубленных активным неприятием предпринимательства как такового со стороны немалой части государственных чиновников. Ведь существующие административные барьеры генетически связаны с более чем семидесятилетней историей существования плановой социалистической экономики. По общему признанию и специалистов, и самих представителей малого бизнеса, наибольшие трудности в деятельности бизнеса приходится испытывать из-за сложности и бюрократизма систем государственной регистрации, лицензирования, сертификации, избыточных контрольно-проверочных процедур, запутанности налогового законодательства и необходимости выполнения большого количества других административных процедур.

В Беларуси отставание в развитии предпринимательского сектора связано с отсутствием благоприятной правовой среды. В отличие от многих других стран СНГ в республике до сих пор действует разрешительный порядок регистрации юридических лиц. Он возлагает ответственность за создаваемое предприятие на регистрирующий орган. Соответственно чиновник для формальной самозащиты от возможной недобросовестности будущего субъекта старается потребовать от заявителя максимум документов.

Только в нашей стране существует Комитет государственного контроля, которому предоставлены широкие полномочия по контролю цен, контрактов, заработной платы и любых других параметров хозяйственной деятельности. В Беларуси сохранено большинство бывших отраслевых министерств (концернов), которые осуществляют надзор и вмешательство в деятельность субъектов хозяйствования.

Высокий уровень налогов также является серьезным барьером в развитии белорусского предпринимательства. Налоги не относятся к административным барьерам, но система их взимания и налоговой отчетности, несомненно, должна быть отнесена к категории административных барьеров.

В странах с рыночной экономикой накоплен не только опыт оценки административного бремени, но и сформировалась практика по его минимизации. Исходя из мирового опыта, можно выделить различные механизмы, используемые государственными органами для устранения административных барьеров.

Традиционный подход основан на применении общих норм законодательства, устанавливающих статус субъектов малого предпринимательства и направленных на обеспечение защиты их прав и законных интересов. В то же время особенностью современного периода является более широкое использование процедур и мер институционального характера. Речь идет о создании специальных комиссий по устранению административных барьеров, основной целью которых является формирование благоприятных условий для предпринимательства путем преодоления административных препятствий в его развитии. Такие комиссии созданы в Великобритании, Германии, Дании, России и многих других странах. Решаемые ими задачи включают подготовку рекомендаций по снижению административных барьеров, анализ и координацию работы государственных органов в данном направлении.

### *Тема 18. Роль государства в развитии предпринимательства и проблема коррупции*

Роль предпринимательства в преодолении финансового кризиса, повышении эффективности экономики, решении социальных проблем признается обществом и государством, поэтому оно нуждается в поддержке и стимулировании своего развития. Во многих странах рыночной экономики существуют особые фонды государственной поддержки малого бизнеса. Поддержка предпринимательства должна осуществляться путем решения следующих основных задач:

* создания условий для беспрепятственного вхождения в рынок субъектов малого бизнеса;
* обеспечения условий роста частного сектора в экономике;
* привлечения предпринимательства к решению актуальных социальных, политических и экономических проблем государства.
* В Республике Беларусь обозначены основные направления поддержки предпринимательства:
* формирование инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;
* поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства;
* создание для субъектов малого предпринимательства льготных условий получения информации, финансовых и материально-технических ресурсов, научно-технических разработок и технологии;
* содействие организации и повышению квалификации кадров для малого предпринимательства.

*Поддержку предпринимательства осуществляют*:

* 1. Органы регулирования и контроля - Департамент по предпринимательству,Министерства экономики; управления и отделы по предпринимательству комитетов экономики облисполкомов, отделы предпринимательства горисполкомов.
  2. Финансовые органы – Белорусский фонд финансовой поддержки

предпринимательства.

* 1. Информационно-консалтинговые структуры, представленные центрами

поддержки предпринимательства, технопарками, бизнес-центрами, агентствами экономического развития, бизнес-инкубаторами.

* 1. Общественные организации – различные союзы, ассоциации, объединения

предпринимателей.

* 1. Центры занятости населения, оказывающие содействие безработным в

организации предпринимательской деятельности.

Центральный орган управления, организации и регулирования предпринимательства - Департамент по предпринимательству Министерства экономики. Основными задачами Департамента являются обеспечение государственной поддержки предпринимательства, развитие конкуренции, разработка и экспертиза законов и норм, затрагивающих интересы бизнеса, а также информационная работа в предпринимательской среде.

Областные территориальные комитеты предпринимательства и инвестиций должны оказывать консультативную и информационную помощь субъектам предпринимательства, принимать участие в подготовке региональных программ государственной поддержки развития малого предпринимательства, обеспечивать эффективное использование государственных средств, направляемых на поддержку и развитие предпринимательства на региональном уровне.

***Виды поддержки предпринимательства в Республике Беларусь****:*

1) *государственная* (законодательные акты, стимулирующие развитие бизнеса, финансовая поддержка, рациональное налогообложение и др.);

2) *общественная* (действия различных ассоциаций и союзов, Республиканской конфедерации предпринимательств).

***Формы государственной поддержки предпринимательства*** можно разделить на несколько главных блоков:

1) Финансовая поддержка.

2) Имущественная поддержка.

3) Информационная поддержка.

4) Иные формы поддержки, к которым относятся:

а) содействие участию субъектов малого и среднего предпринимательства в процедурах государственных закупок товаров (работ, услуг)

б) содействие внешнеторговой деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства

в) поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере подготовки, повышения, квалификации и переподготовки кадров

*Государственная финансовая поддержка* предоставляется субъектам малого предпринимательства на конкурсной основе. Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства осуществляется в соответствии с законодательством за счет средств республиканского и местных бюджетов. Меры финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства оказываются следующими структурами:

1. *Белорусским фондом финансовой поддержки предпринимателей* путем

предоставления финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе, имущества на условиях лизинга (финансовой аренды). Этим фондом осуществляется финансирование программ, проектов и мероприятий, направленных на поддержку и развитие малого предпринимательства путем использования денежных средств в виде бюджетных ассигнований, кредитных ресурсов, добровольных взносов и пожертвований юридических и физических лиц, доходов от выпуска и размещения ценных бумаг.

1. *Гарантий по льготным кредитам*, выдаваемым банками Республики

Беларусь в Областными и Минским городским исполнительными комитетами путем предоставления: финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе; субсидий для возмещения части процентов за пользование банковскими кредитами и др.

1. *Банками Республики Беларусь* путем предоставления льготных кредитов

за счет средств местных бюджетов, предусмотренных программами государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и размещенных во вклады (депозиты) этих банков.

*Меры имущественной поддержки*:

- передача в безвозмездное пользование находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей, в том числе с правом приобретения их в собственность после окончания срока безвозмездного пользования;

- применение понижающих коэффициентов к базовым ставкам арендной платы при аренде находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей;

- отчуждение находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей субъектам малого или среднего предпринимательства, осуществляющим деятельность в сфере производства товаров (выполнения работ, оказания услуг) и арендующим данное имущество не менее пяти лет, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь.

*Основными видами информационной поддержки* субъектов малого и среднего предпринимательства являются:

- освещение в средствах массовой информации, глобальной компьютерной сети Интернет различных вопросов предпринимательской деятельности, в том числе актов законодательства, регулирующих отношения в области предпринимательской деятельности, предложений в области имущественного обеспечения и делового сотрудничества, размещение приглашений к участию в процедурах государственных закупок товаров (работ, услуг), информации о субъектах инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;

- оказание информационных и консультационных услуг субъектами инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;

- создание и развитие системы консультирования с применением современных коммуникационных и информационных технологий (дистанционное консультирование);

- организация и проведение мероприятий, направленных на повышение информированности субъектов малого и среднего предпринимательства об условиях осуществления и направлениях развития предпринимательской деятельности;

- создание специализированных радио- и телепередач, периодических печатных изданий, освещающих актуальные вопросы развития малого и среднего предпринимательства.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 30.12.2010 № 1911 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» утверждены:

* Положение о центрах поддержки предпринимательства;
* Положение об инкубаторах малого предпринимательства;
* Положение об учреждениях финансовой поддержки предпринимателей;
* Положение об обществах взаимного кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства.

В целях реализации основных задач *базовый центр поддержки предпринимательства* осуществляет свою деятельность по следующим направлениям:

* анализ тенденций развития малого и среднего предпринимательства;
* организация взаимодействия центров, расположенных на территории области (г. Минска), по проведению мероприятий, оказанию субъектам малого и среднего предпринимательства услуг, связанных с организацией и осуществлением предпринимательской деятельности;
* участие в разработке программ государственной поддержки малого и среднего предпринимательства;
* информирование субъектов предпринимательства о системе поддержки предпринимательства в регионе.

*Инкубатор* малого предпринимательства предоставляет помещения в аренду (субаренду), безвозмездное пользование субъектам малого предпринимательства, если:

* срок деятельности субъектов малого предпринимательства с даты государственной регистрации не превышает трех лет;
* субъект малого предпринимательства использует предоставляемые инкубатором помещения для размещения офисов и производства товаров (выполнения работ, оказания услуг).

Не допускается предоставление помещений в инкубаторе субъектам малого предпринимательства, осуществляющим следующие виды деятельности:

* деятельность в сфере игорного бизнеса;
* лотерейная деятельность;
* деятельность по организации и (или) проведению электронных интерактивных игр;
* деятельность по производству и (или) реализации подакцизных товаров;
* деятельность по производству и (или) реализации ювелирных изделий из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней;
* деятельность по добыче полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых;
* риэлтерская деятельность;
* страховая деятельность.

*Учреждение финансовой поддержки предпринимателей* является некоммерческой организацией, создается по решению облисполкома (Минского горисполкома) или иного юридического лица. Целью создания учреждения является обеспечение содействия проведению государственной политики поддержки малого предпринимательства путем привлечения и эффективного использования финансовых ресурсов для реализации соответствующих целевых программ, проектов и мероприятий.

Отмечается активная общественная поддержка развития предпринимательства в Республике Беларусь. Предприятиями и организациями различных форм собственности формируется система общественных организаций и объединений предпринимателей. Наиболее крупные и авторитетные из них: Белорусская научно-промышленная ассоциация, Белорусский союз предпринимателей и арендаторов, Союз предпринимателей Республики Беларусь, Ассоциация заготовителей и переработчиков отходов и т.д.

В числе основных уставных целей и задач республиканских предпринимательских союзов и ассоциаций значительной место отводится оказанию практической помощи своим членам и деловым партнерам в решении возникающих у них вопросов, вызванных постоянным изменением действующего законодательства и принятием в последние годы новых нормативных актов, регламентирующих деятельность субъектов предпринимательства.

Действующее в настоящее время республиканские объединения промышленников, предпринимателей и нанимателей постоянно отслеживают процессы развития хозяйственного законодательства. Десятки законопроектов и проектов других актов (декретов, указов, постановлений) прошли экспертизу специалистов Белорусской конфедерации промышленников и предпринимателей. Ввиду значимости для субъектов хозяйствования, особое внимание было уделено подготовке и защите предложений по упрощению сложившейся системы и снижению уровня налогообложения, сокращению лицензионных и регистрационных процедур, либерализации внешнеэкономической деятельности.

Широко известно, что в развитых странах малый и средний бизнес формирует от 50 до 70% доли валового внутреннего продукта (ВВП). Республика Беларусь пока лишь стремится к этому показателю и одним из способов является должное правовое регулирование мер поддержки малого и среднего бизнеса.

Поддержка малого и среднего предпринимательства – это реализация государственными органами и иными организациями правовых, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер по созданию благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства и субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

К субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;

- микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

- малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

К субъектам среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Средняя численность работников субъектов малого предпринимательства – юридических лиц и субъектов среднего предпринимательства за календарный год определяется в установленном порядке как: списочная численность работников в среднем за год (за исключением работников, находящихся в отпусках по беременности и родам, в связи с усыновлением (удочерением) ребенка в возрасте до трех месяцев, по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет); средняя численность работающих по совместительству с местом основной работы у других нанимателей; средняя численность лиц, выполнявших работы по гражданско-правовым договорам (в том числе заключенным с юридическими лицами, если предметом договора является оказание услуги по предоставлению, найму работников).

*Основными целями государственной политики в сфере поддержки* малого и среднего предпринимательства являются:

* создание благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства и конкуренции;
* оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (выполняемых работ, оказываемых услуг) на рынок Республики Беларусь и рынки иностранных государств;
* увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;
* увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (выполняемых работ, оказываемых услуг) в объеме валового внутреннего продукта.

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства осуществляется в соответствии с республиканской и отраслевыми программами государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, разрабатываемыми уполномоченными Советом Министров Республики Беларусь республиканскими органами государственного управления, иными государственными организациями, подчиненными Правительству Республики Беларусь, а также региональными программами государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, разрабатываемыми местными исполнительными и распорядительными органами.

Предусмотрены меры стимулирования предпринимательской деятельности для коммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей с местом нахождения (жительства) на территории средних, малых городских поселений, сельской местности и осуществляющих на указанной территории деятельность по производству товаров (выполнению работ, оказанию услуг). В частности, в течение семи календарных лет со дня их государственной регистрации, указанные юридические лица освобождаются:

- от уплаты налога на прибыль (коммерческие организации) и подоходного налога с физических лиц (индивидуальные предприниматели) соответственно в отношении прибыли и доходов, полученных от реализации товаров (работ, услуг) собственного производства;

- уплаты государственной пошлины за выдачу специального разрешения (лицензии) на осуществление отдельных видов деятельности;

- обязательной продажи иностранной валюты, поступившей по сделкам с юридическими и физическими лицами-нерезидентами от реализации товаров (работ, услуг) собственного производства, в том числе от сдачи имущества в аренду.

Коммерческие организации на территории средних, малых городских поселений, сельской местности освобождаются от ввозных таможенных пошлин и налога на добавленную стоимость, взимаемых таможенными органами, при ввозе на территорию Республики Беларусь определенных товаров в качестве вклада в уставный фонд этих организаций.

В целях оказания содействия развитию малого и среднего предпринимательства в организации и осуществлении предпринимательской деятельности, создания системы непрерывного сопровождения субъектов малого предпринимательства с момента их государственной регистрации, на этапе становления, достижения ими финансовой самостоятельности и в ходе ведения хозяйственной деятельности, в республике создана и действует сеть субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

### *Тема 19. Позиционирование предпринимателей в социальной структуре общества*

Одно из наиболее значимых проявлений предпринимательства как социальной роли – *феномен «вынужденного предпринимательства» (* В.В. Радаев). Повышение предпринимательской активности приходится на кризисные периоды – проявление адаптации населения к изменившимся условиям жизни. Статистические данные отражают в этом контексте положительную связь с уровнем безработицы, отрицательную связь с экономическим ростом.

Социальные позиции предпринимательских групп. Неустойчивость – разрыв между прогнозируемыми и текущими доходами, зависимость от массы внешних факторов, не просчитываемая возможность провала. Сопротивление нововведениям со стороны общества – стабильность против слома устоявшихся порядков. Предпринимательство открывает каналы вертикальной социальной мобильности – возможность изменить социальный статус. Этническое предпринимательство – успешное этническое предпринимательство – турки в Германии, выходцы из Индии и Бангладеш в Великобретании, североафриканцы во Франции. Объясняется маргинальностью социального положения и склонностью к предпринимательству. Дискриминация на рынке труда, ограниченные возможности достижения более высокого социального статуса, чужая культурная среда, языковой барьер и прохладное отношение коренного населения. Не все этносы в равной мере успешно проявляют себя в предпринимательстве. Например, афрокарибские народности (за исключением Кубы),латиноамериканцы, а среди европейцев ирландцы сильно уступают по своей активности другим этносам. Причина скорее всего в характере социальных отношений, вырабатываемых в процессе исторического развития того или иного этноса. Явно преуспевают этнические меньшинства, для которых характерны высокая интенсивность внутренних связей и коллективная поддержка.

***Тема 20.Общественное мнение о предпринимательстве и предпринимателях в Республике Беларусь***

Результаты исследования по заказу проекта Международной финансовой корпорации “Развитие малого и среднего бизнеса в Беларуси”. (Новак, выборка 1 101 респондент).

*Общие представления населения о рыночной экономике:*

Судя по данным опроса, большинство населения республики (66%) положительно относится к существованию частного сектора в экономике Беларуси. Однако почти что каждому пятому из белорусов вообще безразлично, есть ли в республике частная собственность, а 8% относятся к ее существованию отрицательно.

Более 60% респондентов предпочли бы для Беларуси рыночную экономику. Однако опрос продемонстрировал, что население не совсем четко представляет рыночный тип экономики. Так, почти половина тех, кто выступает за рыночную экономику, хотели бы сохранить значительное государственное регулирование, не сознавая, что жесткое государственное регулирование не позволяет функционировать рыночным механизмам. Примечательны в отношении слабого понимания роли государства в рыночной экономике и ответы на вопрос о регулировании цен. При том, что за рыночную экономику высказываются более 60% населения республики, только пятая часть респондентов считает, что цены должны быть свободными, т.е. формироваться в зависимости от спроса и предложения.

Причем сторонники жесткого регулирования цен есть среди “рыночников”, а приверженцы свободного формирования цен – среди тех, кто поддерживает плановую экономику, что также свидетельствует о непоследовательности позиции респондентов. Возможно, такие результаты объясняются сложившимися у населения стереотипами о роли государства в экономике, оставшимися со времен бывшего СССР (плановая экономика).

*Отношение населения к предпринимательской деятельности*

Данные опроса подтверждают низкую вовлеченность белорусского населения в сферу частного предпринимательства. Лишь незначительная часть опрошенных (11%) имеет опыт предпринимательской деятельности, и почти для половины из них этот опыт негативный, так как в дальнейшем хотят работать в этой сфере только 7% респондентов. Тем не менее, предпринимательство в Беларуси имеет большой потенциал, поскольку среди тех, кто не пробовал себя в сфере предпринимательства, хотели бы заниматься им около трети.

Основной мотив – материальное обеспечение семьи и себя. Почти пятая часть респондентов считает, что занятие предпринимательской деятельностью дает возможность реализовать свои способности. И лишь каждый десятый назвал предпринимательство “любимым делом”.

*Отношение населения к предпринимателям*

Результаты опроса опровергают широко распространенное мнение, что население республики негативно относится к предпринимателям. Полученные данные позволяют говорить о формировании позитивного восприятия предпринимателей белорусским обществом. Респонденты отмечают, что частный бизнес становится ощутимой составляющей повседневной жизни их населенных пунктов и признают, что люди, работающие в сфере частного бизнеса, не только обеспечивают себя, но и решают социально значимые задачи, создают новые рабочие места.

78% респондентов ответили положительно на вопрос “Согласны ли Вы с тем, что предпринимательство вносит определенный вклад в социально-экономическое развитие Вашего населенного пункта (создание рабочих мест, пополнение местного бюджета, озеленение и т.д.)?”, отрицательный ответ дали только 22% опрошенных.

Эмоциональное восприятие предпринимательства носит четко выраженную возрастную специфику. Так, наибольший вклад в негативную оценку сделан респондентами старшего возраста (старше 55 лет), а наиболее позитивно характеризуют предпринимателей респонденты 18-45 лет.

Ответы на вопросы анкеты подтверждают более прогрессивную настроенность молодежи и людей среднего возраста по сравнению с более пожилыми респондентами. Это проявляется и в предпочтениях относительно рыночных преобразований в стране и в оценке частного бизнеса и его значения для общества.

Как и следовало ожидать, более четкое представление о рыночной экономике и последовательность в предпочтениях проявило население Минска. Здесь выше (на 5-15%), чем в других регионах республики, доля респондентов, предпочитающих рыночную экономику плановой. Минчане более других интересуются экономической ситуацией в стране и более высоко оценивают свою осведомленность в этой области.

Интересно, что самая большая доля населения, предпочитающего рыночную экономику с незначительным государственным регулированием, в Гомельской области, которая традиционно считается одной из наиболее консервативных в стране.

Наиболее консервативно и даже пассивно показали себя жители Минской и Витебской областей. Так, 40% представителей Минской области незначительно или вообще не интересуются вопросами экономического развития Беларуси (это на 10% и более, чем в других регионах). В Витебской области больше всего сторонников плановой экономики (на 5% и более), а также больше тех, кто высказался за жесткое регулирование цен на все продукты, товары и услуги со стороны государства.

В то же время в Витебской области респонденты высоко оценивают уровень своих знаний об экономической ситуации в стране.

Наименее уверены в себе в этом вопросе респонденты Минской, Могилевской и Гродненской областей.

Опрос выявил интересный факт, касающийся предпринимательской активности населения различных регионов. Несмотря на статистические данные о том, что абсолютное большинство предпринимателей зарегистрировано в Минске, наиболее высока доля респондентов, имеющих личный предпринимательский опыт, в Брестской области. Там относят себя к людям, занимающимся предпринимательской деятельностью, почти 30% респондентов против 10% в Минске и 6-8% в других регионах. Но в то же время это единственный регион, где доля предпринимателей, разочаровавшихся в предпринимательской деятельности, больше половины.

Обращает на себя внимание региональное различие в мотивах, побуждающих респондентов к занятию предпринимательством. Наиболее высоки ожидания материального благополучия (более 75% респондентов) и практически нет других мотивов в Могилевской, Минской, Гродненской и Витебской областях. В Минске, Брестской и Гомельской областях относительна высока доля тех, кто назвал среди причин, побудивших их к началу занятия предпринимательской деятельностью, потребность реализовать свои способности (37% в Минске, 23% и 18% в Гомельской и Брестской областях соответственно) и желание заниматься любимым делом (21% в Бресте, 19% в Минске и 15% в Гомельской области). И только в Минске, Гродненской и Брестской областях небольшая часть респондентов (10% и менее) рассчитывает в результате предпринимательской деятельности достичь высокого положения в обществе.

*Различия во мнениях городского и сельского населения*

Мнения респондентов имеют определенную зависимость от размера населенного пункта, в котором они проживают. Так, жители сельской местности и особенно маленьких городов более консервативны. Среди них больше тех, кто предпочел бы в Беларуси плановую экономику (около 30%), кто выступает за полное регулирование цен со стороны государства (более 40%) и меньше тех, кто интересуется экономическим развитием страны (менее 70% против 88% в Минске) и считает, что разбирается в нем.

Обращают на себя внимание различия в доле респондентов, которые имеют личный предпринимательский опыт, в населенных пунктах разного размера. Больше всего эта доля не в Минске (где, как и в сельской местности, около 9% населения отметили, что занимаются предпринимательством), а в городах с населением 100–500 тыс. человек, где более 14% населения заняты в этой сфере. Но, с другой стороны, среди тех, кто не занимается предпринимательством, доля желающих заняться им несколько выше (30%) в Минске, чем в других населенных пунктах (26-27% респондентов).

Интересно, что менее всего склонны к предпринимательству жители маленьких городов (5 – 50 тыс. жителей): из тех, кто не хочет заниматься предпринимательством, более 65% считают, что это не подходит им по складу характера. Самыми потенциально предприимчивыми, но осторожными оказались жители городов областного масштаба (100 – 500 тыс. жителей): среди тех из них, кто не хочет заниматься предпринимательством, меньше всего доля тех, кто полагает, что не способен к этому (39%), и считает, что не может быть предпринимателем по другим причинам.

В то же время в маленьких городах большая доля населения положительно относится к частному сектору в белорусской экономике (71%, в Минске эта доля немногим больше – 74%), чем в больших городах с населением 100–500 тыс. (65%) или на селе, где частный сектор поддерживает менее 60% населения. Более того, эмоциональное отношение к предпринимателям в маленьких городах более позитивное. Это может быть обусловлено тем, что население этих городов уже успело осознать, что экономическое развитие малых городов со скромным бюджетом и слабыми возможностями госсектора может получить толчок только благодаря развитию частной инициативы.

### *Тема 21. Исследования предпринимательства в Беларуси*

Трансформационные процессы в экономике постсоветских стран проходили с разной интенсивностью и привели к различающимся результатам. Одни страны быстро перешли к рынку и стимулировали развитие частного сектора через создание благоприятного бизнес климата, другие сдержанно проводили реформы и сохранили большую долю участия государства в экономике. Предпосылки для институциональных изменений в странах появляются при изменении внешних условий и внутренних мыслительных конструкций, при этом новые институты встречают сильное сопротивление в сложившейся институциональной системе. В случае Беларуси реформы условий ведения бизнеса были обусловлены скорее внешними факторами (мировой финансовый кризис, неблагоприятная внешняя конъюнктура, снижение возможностей государства по поддержанию неконкурентоспосособных государственных производств и т.д.), нежели внутренними.

Как показал анализ международных рейтингов, показатели благоприятности бизнес среды напрямую связаны с показателями конкурентоспособности стран, объемами привлекаемых ими иностранных инвестиций. Наиболее успешные и конкурентоспособные страны характеризуются минимальными административными барьерами для развития бизнеса, большой долей частного сектора в ВВП. Беларусь по данным регрессионного анализа доли частного сектора в ВВП и рейтинга легкости ведения бизнеса «Doing Business» выпадает из общей зависимости; несмотря на активные реформы условий ведения бизнеса в стране, зафиксированные в последние годы Всемирным банком и МФК, доля частного сектора в ВВП не превышает 30%. Это может свидетельствовать как о номинальном характере реформ, так и о недостатках методологии рейтинга.

В Беларуси в последние годы все же проводятся некоторые реформы законодательства, регулирующего бизнес. Они касаются наиболее проблемных сфер регулирования бизнеса – налогообложения, лицензирования, ценообразования и т.д. Несмотря на то, что проведенные реформы существенно не меняют системы регулирования бизнеса в стране, они способствуют улучшению бизнес среды. Если курс на либерализацию бизнес климата в стране будет продолжен, Беларусь сможет улучшить свои конкурентные позиции на мировых рынках товаров и услуг и на рынке доступа к иностранным инвестициям. Частный бизнес Беларуси в основном представлен малыми и средними предприятиями. Белорусские промышленные гиганты – это государственные или бывшие государственные предприятия. Эти предприятия по-прежнему обеспечивают основную долю ВВП и экспорта и играют ключевую роль в экономике. Многие из государственных предприятий были преобразованы в 1990е гг. в открытые акционерные общества (ОАО), но большинство из них попрежнему контролируется государством. Многие ОАО относятся к частной форме собственности, но де факто они управляются государством. Несмотря на то, что в Беларуси на протяжении многих лет делались попытки изменений бизнес среды, в частности, законодательства, административных процедур, и бизнес сообщество Бизнес климат в Беларуси: основные проблемы и влияние на конкурентоспособность инициировало диалог с властью по проблемам регулирования бизнеса, более ли менее активные реформы в сфере регулирования бизнеса, направленные на его либерализацию, начались в 2008 г. В 2008 г. на сайте Совета Министров начал работать специальный информационный ресурс, содержащий информацию о мерах, принимаемых по либерализации условий хозяйствования в Беларуси, приведена информация об уже принятых нормативных правовых актах (тексты и комментарии), а также планируемых. Это было призвано свидетельствовать о старте планомерной политики государства в отношении либерализации бизнес климата.

Основные направления либерализации бизнес климата в стране можно сгруппировать в следующие разделы:

− упрощение сертификации, строительных, санитарных, противопожарных норм и правил;

− совершенствование процедур, связанных с проектированием, строительством и вводом в эксплуатацию объектов;

− совершенствование имущественных и земельных отношений;

− совершенствование налогового и таможенного законодательства;

− совершенствование ценового и антимонопольного регулирования;

− совершенствование инвестиционной и инновационной деятельности;

− регулирование денежно-кредитных отношений и банковской деятельности;

− развитие финансового рынка;

− развитие самозанятости населения;

− стимулирование рынка труда;

− упрощение вхождения в бизнес, ведения и прекращения деятельности и др. Еще одним документом, декларирующим намерения правительства по либерализации экономики в этот период, стал Меморандум МВФ об экономической и финансовой политике. В обмен на финансовые транши в 2009 г., МВФ потребовал от Беларуси выполнения определенных условий, в том числе либерализации экономики – реформирования налоговой системы, системы оплаты труда, цен, ослабления государственного контроля и влияния на производственные предприятия, продолжения приватизации. За 2009 г. в действительности были осуществлены достаточно значимые шаги по либерализации бизнес климата в Беларуси. Так, были:

− упрощены процедуры регистрации новых предприятий (четыре процедуры регистрации предприятий объединены в одну, отменены требования о минимальном уставном фонде, время открытия бизнеса сократилось до нескольких дней);

− несколько упорядочено лицензирование, считающееся излишним по сравнению с мировой практикой (некоторые объекты лицензирования были объединены в группы; есть дальнейшие намерения по сокращению около 20 из них, в частности, отмена лицензии на розничную торговлю (кроме алкоголя и табака), аудиторскую, туристскую деятельность; взамен отмененного лицензирования предполагается ввести обязательное страхование ответственности);

− упрощена сертификационная деятельность, строительные, санитарные, противопожарные нормы и правила, отменена обязательная сертификация туристических услуг, отдельных видов строительных работ;

− расширен спектр малых предприятий, которые могут использовать упрощенную систему налогообложения, а также снижены ставки самих налогов;

− отменена регистрация цен на новые товары (кроме тарифов на новые платные медицинские услуги), отменены ограничения торговых надбавок практически на все товары (сохраняется лишь 50 позиций, по которым цены будут регулироваться), в том числе по импортным товарам, разрешено делить оптовую скидку между неограниченным количеством торговых звеньев, однако о полном освобождении ценообразования речь пока не идет – предприятия по-прежнему должны составлять разного рода калькуляции и обосновывать уровень цен);

− осуществлены некоторые реформы в отношениях аренды (увеличен минимальный срок аренды до 3 лет, отменена государственная регистрация договоров аренды, унифицированы арендные ставки по аренде государственной недвижимости для арендаторов различных форм собственности, установлены повышающие и понижающие коэффициенты к базовым ставкам; аренда сейчас исчисляется не в евро, как ранее, а в базовых ставках в белорусских рублях);

− осуществлены реформы в сфере оплаты труда (у предприятий появилось больше гибкости в повышении и дифференцировании заработных плат, но тарифная сетка даже для частных предприятий все еще сохраняется);

− осуществлен переход к применению линейной (единой) ставки подоходного налога в размере 12%;

− упорядочены и разъяснены разного рода административные процедуры, сформированы достаточно прозрачные перечни административных процедур, осуществляемых министерствами и ведомствами, они размещены на сайтах этих организаций;

− изменен подход к контролю за бизнесом – субъекты хозяйствования объединены в группы риска, и в зависимости от степени риска, сопряженной с их деятельностью, устанавливается периодичность проверок; также введен мораторий на проведение плановых проверок вновь созданных предприятий на два года.

### *Тема 22. Предпринимательская среда и проблема выхода на рынки*

предпринимательстве, как неотъемлемой части экономической деятельности.

Существование предпринимательства – обязательное условие функционирования рынка. В современных условиях хозяйствования каждый предприниматель функционирует в условиях достаточно глубокой специализации производства, возникшей на основе разделения труда. Любой предприниматель нуждается в эффективных партнерских связях: только в таком случае он может эффективно действовать в рамках того или иного фрагмента целостного производственного процесса.

В условиях рынка от предпринимателя требуется умение действовать в союзе с другими предпринимателями и вести постоянный поиск наиболее эффективных партнерских связей, в ходе которого предприниматель осуществляет переориентацию своей деятельности.

Функционирование предпринимательской структуры зависит от различных факторов (внутренних и внешних). Предприниматель функционирует в определенной предпринимательской среде, которая оказывает влияние на всю его деятельность.

|  |
| --- |
| ***Предпринимательская среда*** характеризуется сложившейся экономической и политической обстановкой, правовой, социально-культурной, технологической, географической средой, экологической ситуацией, а также состоянием институциональной и информационной систем. |

Экономическая ситуация определяет доходы и покупательную способность населения, уровень безработицы и занятости, степень экономической свободы предпринимателей, возможности инвестирования, наличие и доступность денежных ресурсов и другие экономические факторы.

Политическая ситуация зависит от целей и задач находящегося у власти правительства. Проводя ту или иную экономическую политику, государство может стимулировать или сдерживать предпринимательскую активность в тех или иных отраслях или регионах.

Правовая среда характеризуется системой законов и других нормативных актов, регулирующих торговую, производственную, финансовую, налоговую, инновационную и инвестиционную сферы деятельности предприятия. Степень разработанности правовой базы предпринимательства во многом обусловливает стабильность и устойчивость предприятия.

Географическая среда определяет природные условия, в которых осуществляется предпринимательство, например доступность сырья, энергоресурсов, климатические и сезонные условия, наличие автомобильных магистралей, железных дорог, морских и воздушных путей. Географические факторы учитываются при выборе места размещения предприятия, разработке схем поставки сырья, распределении готовой продукции и т.д.

Экологическая обстановка отражает состояние окружающей среды, степень экологических рисков, разработанность систем контроля и мер воздействия на предприятия, загрязняющие окружающую среду. Эти и иные экологические факторы принимаются во внимание при выборе предприятием той или иной технологии, используемого сырья или вида производимой продукции.

Институциональная среда характеризуется наличием разнообразных институтов (организаций), с помощью которых осуществляются различные коммерческие операции, устанавливаются деловые взаимоотношения. К числу таких институтов относятся банки, страховые компании, биржи, фирмы, оказывающие различные профессиональные услуги (юридические, бухгалтерские, аудиторские и т.д.), рекламные агентства, бюро по трудоустройству и др. Под предпринимательской средой следует понимать сложившуюся в стране благоприятную социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую экономическую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью направленной на удовлетворение потребностей всех субъектов рыночных отношений. Предпринимательская среда представляет собой сложную систему, подразделяющуюся как на внешнюю, независимую от самих предпринимателей, так и на внутреннюю, которая формируется непосредственно самими предпринимателями.

Предпринимательская среда формируется на основе развития производительных сил, совершенствования производственных (экономических) отношений, создания благоприятного общественного и государственного менталитета, формирования рынка как среды существования (деятельности) предпринимателей и других важнейших условий.

Под внешней предпринимательской средой следует понимать совокупность условий и факторов, влияющих на развитие в стране предпринимательства, действующих независимо от воли самих предпринимателей.

Внешняя среда по отношению к предпринимателям является средой объективной и действует независимо от их желаний. Чтобы добиваться успехов, предприниматели должны хорошо знать все внешние факторы и условия, чтобы в своей деятельности предвидеть их влияние на конечные результаты своего бизнеса. Подсистемы внешней предпринимательской среды:

1) экономическое положение в стране и регионах (по существу финансовая среда);

2) политическая ситуация, характеризующая стабильность развития общества и государства;

3) правовая среда, четко устанавливающая права, обязанности, ответственность предпринимателей и других субъектов рыночной экономики;

4) государственное регулирование и поддержка предпринимательства;

5) социальная обстановка, связанная с уровнем платежного спроса населения и уровнем безработицы;

6) культурная среда, обусловленная уровнем образования населения, обеспечивающая возможность заниматься определенными видами предпринимательской деятельности;

7) научно-техническая и технологическая среда;

8) наличие в достаточном количестве природных факторов производства необходимых для развития определенных видов деятельности;

9)физическая среда, связанная с климатическими условиями функционирования предпринимательских организаций;

10) институционально-организационная среда, свидетельствующая о наличии достаточного числа организаций, обеспечивающих возможность осуществления коммерческих операций и деловых связей.

Существенное значение для развития предпринимательства имеют позитивное экономическое положение, характеризующееся формированием условий для становления конкурентного рынка как среды существования предпринимателей, а также поступательное осуществление экономических реформ, обеспечивающих возможность доступа предпринимателей ко всем видам ресурсов (кроме запрещенных законом), необходимых для развития их деятельности.

Предпринимательский успех зависит от многих факторов, среди которых важнейшим является *внутренняя предпринимательская среда* как определенная совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации. В значительной мере внутренняя предпринимательская среда носит субъективный характер: она напрямую зависит от самого предпринимателя, его компетентности, силы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса. К внутренней предпринимательской среде следует отнести следующие подсистемы (факторы):

1) наличие необходимого объема собственного капитала;

2) правильный выбор организационно-правовой формы предприятия;

3) выбор предмета деятельности;

4) подбор команды партнеров;

5)знание рынка и квалифицированное проведение маркетинговых исследований;

6) подбор кадров и управление персоналом;

7) механизм сохранения предпринимательской тайны.

Особое значение для успешной предпринимательской деятельности имеют разработка обоснованного бизнес-плана, предвидение и расчет последствий наступления предполагаемых рисков, внедрение новых технологий, диверсификация деятельности, разработка и внедрение обоснованной стратегии развития фирмы.

К факторам внутренней среды следует также отнести четкое соблюдение предпринимателями и наемными менеджерами законов и нормативных актов, регулирующих деятельность данного вида бизнеса или соответствующей организационно-правовой формы предпринимательской организации.

Добиваться успеха могут только те предприниматели, которые имеют долгосрочную обоснованную цель, поддерживаемую всеми работниками, в фирмах которых налажена железная дисциплина, которые сами много и плодотворно трудятся, советуются с подчиненными, а затем принимают обоснованные решения, нацеленные не на сиюминутный успех, а на долгосрочную перспективу.

Благоприятная предпринимательская среда (благоприятные условия для деятельности хозяйствующих субъектов) рассматривается как комплекс юридических, налоговых, организационных и прочих условий, стимулирующих сохранение и развитие хозяйственной деятельности в различных формах. В условиях переходной экономики и общеэкономического кризиса развитие предпринимательства является тем социальным и экономическим приоритетом, который является ключевым фактором, определяющим уровень социально-экономического развития территории.

Решающее значение в создании благоприятной предпринимательской среды имеет понимание органами местного самоуправления своей задачи по созданию в регионе прозрачной системы отношений, всемерно направленных на понимание проблем предпринимателей, принятие предсказуемых решений, положительно влияющих на хозяйственную жизнь, устранение бюрократических барьеров.

**Темы и планы семинарских занятий**

**Планы семинарских занятий по дисциплине**

**«Социология бизнеса»**

***Тема 1. Предпринимательство и его роль в развитии общества***

Занятие проводится в форме *«мозгового штурма*». В результате группа формулирует собственное определение предпринимательской деятельности.

В начале занятия группа путем жеребьевки делится на команды. Команды в процессе обсуждения выделяют характеристики наиболее точно отражающие сущность современной предпринимательской деятельности. Затем каждая команда записывает получившийся перечень характеристик. Под руководством преподавателя происходит сравнение списков. Выбираются характеристики, повторяющиеся у всех или большинства команд. После чего группы по очереди приводят аргументы в защиту тех характеристик, которые выделила только данная команда. После активного обсуждения формулируется и записывается на доске окончательное определение предпринимательской деятельности. Преподаватель комментирует работу группы и знакомит группу с определениями, которые давали их предшественники.

***Тема 2. Основные цели, принципы и функции предпринимательства***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Укажите основные цели предпринимательства.
2. Охарактеризуйте функции, осуществляемые предпринимателем.
3. Назовите субъекты предпринимательской деятельности.
4. Перечислите виды предпринимательства.
5. Дайте краткую характеристику форм предпринимательства.

***Тема 3. Основные организационно-правовые структуры предпринимательства в Республике Беларусь***

***Задание:*** провести *сравнительный анализ* организационно-правовых форм предпринимательства в Беларуси.

***Тема 4. Основные формы предпринимательской активности в Беларуси***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Охарактеризуйте подвиды производственного предпринимательства.
2. Что представляет собой финансовое предпринимательство, приведите его примеры.
3. Охарактеризуйте коммерческое предпринимательство.
4. Обоснуйте перспективность развития сервисного предпринимательства.

***Тема 5. Создание предпринимательских структур и программа приватизации в РБ***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Перечислите этапы создания предпринимательской структуры.
2. Объясните значение каждого этапа.
3. Раскройте сущность программы приватизации в Республике Беларусь.
4. Назовите принципы процесса приватизации.
5. Охарактеризуйте способы приватизации предприятий.

***Тема 6.Функциональное содержание труда предпринимателей***

**Задание:** охарактеризуйте основные концепции мотивов предпринимательской деятельности. Обоснуйте, почему активность является имманентным свойством предпринимательского труда.

***Тема 7. Социальный портрет современного предпринимателя***

**Задание:** разработать и обосновать модель личных и деловых качеств, которыми должен обладать современный предприниматель. Обсуждение докладов.

***Тема 8. Планирование в предпринимательской***

***деятельности***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Назовите основные виды планирования, дайте их характеристику.
2. Раскройте структуру бизнес-плана.
3. Перечислите правила, которые следует использовать при разработке бизнес-плана.
4. Охарактеризуйте информацию, которая содержится в резюме бизнес-плана.
5. Перечислите цели составления бизнес-плана.
6. Дайте краткую характеристику разделов бизнес-плана.
7. Дайте рекомендации по составлению бизнес-плана развития.
8. Укажите, что понимают под точкой безубыточности?

***Тема 9. Сущность предпринимательского***

***риска и его классификация***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Дайте понятие предпринимательского риска.
2. Перечислите причины возникновения потерь от предпринимательской деятельности.
3. Перечислите виды предпринимательских потерь.
4. Охарактеризуйте виды предпринимательского риска.
5. Охарактеризуйте зоны риска.

***Тема 10. Методы оценки предпринимательского***

***риска***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Что понимают под управлением рисками?
2. Перечислите используемые методы управления рисками.
3. Укажите способы, которые может использовать предприниматель для снижения степени риска.
4. Раскройте сущность страхования предпринимательских рисков.
5. Перечислите виды и формы страхования.

***Тема 11. Коммерческая (предпринимательская)***

***тайна и ее защита***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Перечислите сведения, которые могут быть отнесены к коммерческой тайне.
2. Назовите требования, которые предъявляются к коммерческой тайне.
3. Перечислите сведения, которые не могут относиться к коммерческой тайне.
4. Перечислите способы охраны коммерческой тайны.
5. Поясните важность сбора информации о конкурентах легальным способом.
6. Охарактеризуйте организационные мероприятия по защите коммерческой тайны организации.

***Тема 12. Классические теории предпринимательства***

*Тест* для промежуточного контроля работы студентов по теме:

1. К признакам, характеризующим предпринимательскую деятельность, не относится:
   1. ориентация на получение прибыли;
   2. обоснованный риск;
   3. новаторство (поиск новых решений);
   4. производство продукта с целью личного потребления.
2. К внешней среде предпринимательства прямого воздействия не относятся:
   1. конкуренты;
   2. потребители;
   3. муниципальные органы власти;
   4. контактные аудитории.
3. Какой доход приносит фактор предпринимательская способность:
   1. процент;
   2. рента;
   3. заработная плата;
   4. прибыль.
4. Термин предприниматель впервые применил:
   1. В. Зомбарт;
   2. Р. Кантильон;
   3. К. Маркс;
   4. А. Маршалл.
5. Роль предпринимателя как новатора наиболее полно раскрыл:
   1. М. Вебер;
   2. П. Друкер;
   3. Й. Шумпетер;
   4. А. Смит.
6. В роли предпринимателя не может выступать:
   1. собственник;
   2. менеджер;
   3. бизнесмен;
   4. мерчендайзер.
7. Главной целью предпринимательской деятельности является:
   1. удовлетворение потребностей потребителей;
   2. создание валового внутреннего продукта;
   3. получение прибыли;
   4. самореализация.
8. Какой доход приносит фактор предпринимательская способность:
   1. процент;
   2. рента;
   3. заработная плата;
   4. прибыль.

***Тема 13. Современные теории предпринимательства***

**Задание:** написание эссе по теме «Социокультурный аспект в концепции П.Верхана».

Ссылка на работу: http://ordosocialis.de/pdf/pwerhahn/Der%20Unternehmer/werrussa4.pdf

Задание: раскрыть социокультурный аспект в концепции П.Верхана, основываясь на данных исследований, приведенных в работе.

Рассмотреть:

1. Управление хозяйственным процессом.
2. Историческое развитие понимания предпринимательства.
3. История рыночного хозяйства.
4. Место предпринимателя в рыночной экономике.
5. Образ предпринимателя: на расстоянии, вблизи, автопортрет.
6. Современный предприниматель: теория и практика предпринимательской деятельности.

***Тема 14. Правовая характеристика белорусского предпринимательства***

**Вопросы для обсуждения**:

1. Назовите основные нормативные правовые документы, регулирующие предпринимательскую деятельность в Республике Беларусь.
2. Приведите основные права предпринимателей.
3. Перечислите обязанности предпринимателя.
4. Перечислите случаи имущественной ответственности предпринимателя.
5. Назовите формы юридической ответственности за правонарушения в предпринимательской деятельности.

***Тема 15. Становление и развитие предпринимательства в Беларуси***

**Задание:** охарактеризуйте основные этапы в развитии предпринимательства в постсоветской Беларуси.

***Тема 16. Тенденции развития малого бизнеса***

**Задание:** написание письменной работы по теме: «Планируемая предпринимательская структура».

Выбрать сферу деятельности планируемой предпринимательской структуры и сформулировать цель. Далее письменно ответить на ряд вопросов:

1.Почему выбран данный бизнес?  
2.Какую вы будете выпускать продукцию либо какую услугу предоставлять?  
3.Какие цели выдвигаются на ближайший период, каковы долгосрочные цели?  
4.Какова конкуренция на рынке?  
5.Характеристика потребителей продукции.

***Тема 17.Экономические условия развития малого бизнеса в Беларуси***

**Задание:** обсуждение основных барьеров ведения малого бизнеса на основе сданных социологических исследований.

***Тема 18. Роль государства в развитии предпринимательства и проблема коррупции***

**Задание:** Обсуждение докладов по теме.

***Тема 19. Позиционирование предпринимателей в социальной структуре общества***

**Задание:** круглый стол на тему «Эмпирические исследования предпринимательства». Обсуждение результатов социологических исследований, объектом которых выступали предприниматели.

***Тема 20.Общественное мнение о предпринимательстве и предпринимателях в Республике Беларусь***

**Задание:** Обсуждение докладов по теме.

***Тема 21. Исследования предпринимательства в Беларуси***

**Задание:** подготовка и представление результатов социологического исследования по дисциплине.

***Тема 22. Предпринимательская среда и проблема выхода на рынки***

**Задание:** круглый стол на тему «Выход на международные рынки».Обсуждение барьеров выхода на рынки, анализ окружающей деловой среды и ее особенностей.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

**Вопросы к экзамену по дисциплине «Социология бизнеса»**

**для студентов дневной формы обучения**

1. Сущность предпринимательства. Предмет и объект социологии предпринимательства.
2. Цели предпринимательства. Основные принципы и функции предпринимательства.
3. Субъекты, виды и формы предпринимательства: их особенности и отличия.
4. Организационно-правовые формы предпринимательства в Беларуси.
5. Государственное и частное предпринимательство. Общие предпринимательские принципы. Отличительные особенности.
6. Традиционалистское и инновационное предпринимательство.
7. Производственная и посредническая предпринимательская деятельность.
8. Предпринимательство в финансовой сфере. Сервисное предпринимательство.
9. Этапы создания предпринимательских структур.
10. Мотивы и функции предпринимателя.
11. Активность как имманентное свойство предпринимательского труда.
12. Социальный портрет современного предпринимателя
13. Понятие бизнес-плана и его основные функции.
14. Понятие предпринимательского риска: его основные виды. Зоны риска.

1. Деятельность предпринимателя в условиях риска.
2. Понятие, сущность, классификация и защита коммерческой тайны.
3. Развитие представлений о предпринимательстве (Платон, Аристотель, идеологи христианства, И. Месснер, Т. Гоббс).
4. Предприниматель как ключевая фигура социально-экономической системы (Р. Кантильон, А. Смит, Д. Рикардо, Ж. Сисмонди, К. Маркс).
5. Критика предпринимательства в теории праздного класса Т. Веблена.
6. Первая группа теоретических концепций предпринимательства (И. Шумпетер, В. Зомбарт, М. Вебер). Дух буржуа и предпринимательский дух.
7. Трансформация социально-экономической системы и пересмотр классических теорий предпринимательства. Изменение структурных позиций, ролей и функций предпринимателей.
8. Анализ социально-политического аспекта предпринимательства, роли предпринимателей в социально-политической системе (Ф. Хайек).
9. Анализ социетального (системного) аспекта предпринимательства как важнейшего элемента собственно социально-экономической системы, которая определяет характер всех отношений в обществе (Дж. Гэлбрейт).
10. Анализ социокультурного аспекта предпринимательства как процесса взаимодействия хозяйственных субъектов с неэкономическими факторами общественной динамики (П. Верхан).
11. Анализ феномена предпринимательства в русле концептуальной схемы социальной рыночной экономики (В. Ойкен, П. Самуэльсон).
12. Анализ рисковой деятельности как основы предпринимательского процесса (М. Фридмен и Д. Сэвэдж).
13. Анализ организационных и управленческих аспектов предпринимательской деятельности (А. Маршалл, Л. Мизес, .И. Кирцнер)
14. Анализ организационных и управленческих аспектов предпринимательской деятельности (П. Дракер, Дж. Тиммонс, Г. Стивенсон).
15. Конституция РБ как правовая основа предпринимательства. Многообразие форм собственности и одинаковая их государственная защита. Социальная ориентированность экономики.
16. Характеристика условий и предпосылок становления предпринимательства в Беларуси: экономические, политические, социальные.
17. Основные этапы в развитии предпринимательства в постсоветской Беларуси. Изменение условий и характеристик предпринимательской практики.
18. Формирование и эволюция деловых сетей. Этика внеконтрактных отношений.
19. Экономическая и социальная сущность малого предпринимательства.
20. Региональные особенности развития малого бизнеса.
21. Проблемы малого бизнеса в Беларуси и перспективы развития.
22. Административные и иные барьеры развития бизнеса. Инфраструктура поддержки предпринимательства.
23. Формирование системы государственно-частного партнерства.
24. Предприниматели в современной социальной структуре (А.Л. Журавлев, В.П. Поздняков).
25. Теоретические и эмпирические исследования предпринимательства В.В. Радаева.
26. Концепция «бизнес-слоя» предпринимательства Т.И. Заславской.
27. Предпринимательская деятельность и средний класс.
28. Трансформация общественного мнения о предпринимателях за последние годы.
29. Демографическая специфика общественного мнения в отношении предпринимательства.
30. Характеристика причин изменения отношения к предпринимательству за последние годы.
31. Взаимосвязь между оценкой общественного отношения к предпринимательству и реализуемыми индивидуальными жизненными стратегиями.
32. Структура и содержание отдельных компонентов деловой среды. Правовой, политический, социальный и экономический факторы среды.
33. Особенности предпринимательской среды. Внешняя макросреда и микросреда.
34. Анализ окружающей деловой среды и самоорганизация предпринимателя в окружающей деловой среде.

**ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**ЛИТЕРАТУРА**

**Основная**

1. Барков, С. А.  Социология организаций : учебник для вузов / С. А. Барков, В. И. Зубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 414 с. – (Высшее образование).
2. Рохмистров, М. С.  Социология предпринимательства : учебное пособие для вузов / М. С. Рохмистров, С. Н. Рохмистров. – М. : Издательство Юрайт, 2020. – 245 с. – (Высшее образование).
3. Социология предпринимательства : учебное пособие. / Осипов Е. М., Ковальчук В. К., Усов А. И., Халиков М. С. – М.: Русайнс, 2021. – 298 с. – (Аспирантура, Бакалавриат, Магистратура).

**Дополнительная**

1. Андрос, И. А. Белорусский предприниматель в обществе и государстве : историко-социологический анализ / И. А. Андрос ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларуская навука, 2015. – 364, [1] с.
2. Гэлбрейт, Д. К. Новое индустриальное общество : избранное : [пер. с англ.] / Д. К. Гэлбрейт ; [редсовет: Автономов В.С. и др. ; под науч. ред. И.В. Филатова]. – М. : Эксмо, 2008. – 1197, [1] с. – (Антология экономической мысли / отв. ред. Л.А. Амелехин).
3. Классика новой экономической социологии : [хрестоматия / сост.] и перевод с англ. и фр. под науч. ред. В.В. Радаева, Г.Б. Юдина ; Высшая шк. экон., Нац. исслед. ун-т. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 380, [1] с. : ил.
4. Осипов, Е. М. Институционализация социального партнерства и малый бизнес : учебное пособие / Е. М. Осипов. – М. : Академический проект, 2017. – 316, [3] с. : ил.
5. Силласте, Г. Г. Экономическая социология : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся в бакалавриате и магистратуре по направлению 040100 "Социология" / Г. Г. Силласте ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. – 479 с. – (Социология) (Экономика).
6. Соколова, Г. Н. Экономическая социология : хрестоматия : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по социологическим и экономическим специальностям / Г. Н. Соколова. – Минск : Вышэйшая школа, 2016. – 224 с.
7. Технологии и модели GR в Беларуси и России: сравнительный анализ : [монография / И.В. Сидорская и др. ; под ред. И.В. Сидорской, В.В Грибанова, Л.Г. Титаренко] ; Белорус. гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2015. – 141, [2] с.
8. Экономическая социология: от классики к современности : антология / [сост., авт. введ., биобиблиогр. сведений и коммент. Г.Н. Соколова] ; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск : Беларуская навука, 2016. – 440, [1] с.
9. Экономическая социология : учебник для социально-экономических направлений подготовки (бакалавриат) / [М.А. Васьков и др.] ; под науч. ред. К.В. Воденко ; М-во образования Рос. Федерации, Южный федерал. ун-т. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2016. – 250, [1] с. – (Высшее образование).
10. Гордон, Л.А., Клопов, Э.В. Потери и обретения в России девяностых: Историко-социологические очерки экономического положения народного большинства. В 2 т. / Л.А. Гордон, Э.В. Клопов. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 511 с.
11. Барков, С. А. Социология организаций : учебник для вузов / С. А. Барков, В. И. Зубков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 414 с.