

жа». С 2009 г. на бирже начала функционировать секция промышленных и потребительских товаров. Количество сделок по продукции производственно-технического назначения выросло с 214,5 тыс. в 2010 г. до 263,0 тыс. в 2012 г. Также в качестве положительных изменений можно указать рост объемов электронных продаж. Динамика в фактических ценах уже говорит о значительном росте: если в 2007 г. объем электронных продаж составил 18,3 млрд. рублей, то в 2011-2012 г. – уже 188,8 и 907,9 млрд. рублей соответственно. В сопоставимых ценах с 2007 года по 2012 объемы увеличились в 14 раз. Такой скачок связан с тем, что с 2011 г. на базе биржи была создана электронная торговая площадка для проведения электронных аукционов для государственных закупок и закупок за счет собственных средств. Данный факт свидетельствует о развитии прогрессивных методов ведения оптовой торговли в стране.

Концепцией реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011-2015 годы предусмотрено, что участие организаций оптовой торговли во внешнеэкономической деятельности страны будет сконцентрировано на торговле потребительскими товарами. Это связано с тем, что продукция производственно-технического назначения реализуется за рубежом, главным образом, путем осуществления прямых поставок, через дилеров и товаропроводящую сеть. Поэтому необходимо увеличивать долю оптовой торговли потребительскими товарами, одним из инструментов для достижения данной цели могут быть магазины-склады. Они также позволят снизить звенность товародвижения. На начало 2013 г. в Республике Беларусь функционировало 97 магазинов-складов. В 2008 г. их количество составляло 82 шт. По динамике изменения видно, что прогресс в количестве невелик. Одной из задач повышения эффективности оптовой торговли может быть развитие данной формы оптовой торговли.

В.С. Пониматко

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В большинстве стран мира, предпринимательство служит мощным двигателем экономического и социального развития. Сущность предпринимательской деятельности заключается в создании экономических

благ, позволяющих удовлетворить различные потребности людей и общества в целом. Предпринимательство выполняет управленческую, организационную, рыночную функции. Посредством предпринимательства реализуются нововведения в торговле, информационных технологиях и других отраслях.

Предпринимательство способствует формированию среднего класса как главного гаранта стабильности и эффективности экономики страны [1, с. 104].

Для развития предпринимательства необходима стабильность государственной социальной и экономической политики, льготный налоговый режим, усовершенствованная инфраструктура поддержки предпринимательства, наличие гибких рыночных механизмов повышения деловой активности предпринимателей, эффективной системы защиты интеллектуальной собственности. Предприниматели должны иметь возможность свободно выходить на внешний рынок. Также для развития предпринимательства немаловажно создать доступную кредитную систему, предоставить возможность приобретать средства производства, сырье и необходимые комплектующие изделия.

С целью разработки эффективных мер регулирования предпринимательства необходимо изучать мотивы предпринимательской деятельности как основы принятия управленческих решений, направленных на формирование соответствующих типов предпринимательского поведения.

Под мотивом подразумевается, совокупность побуждений людей к тем или иным действиям. Мотив предпринимательской деятельности направлен на удовлетворение общественных потребностей, побудительным мотивом которой, выступает личный интерес.

Все мотивы условно можно разделить на три группы:

1. Материальный интерес, предполагающий получение прибыли, накопление капитала и расширение за счет этого своего предпринимательского дела;
2. Потребность в достижении высоких результатов производства, стремление добиваться первенства в борьбе с конкурентами;
3. Внутренняя удовлетворенность результатами своего труда.

В структуру мотивации всегда входит набор целей, практика планирования может повысить мотивацию. Предпринимательство – это организация, которая должна понимать, что она будет делать завтра, какими ресурсами будет обладать. Цель предпринимательской деятельности непосредственно зависит от потребности и является ее пря-

мым следствием. Цель выбирается субъективно на основе конкретного знания предпринимателя, является средством оценки будущего результата. Выбранная цель конкретизируется в комплексе задач [1, с. 27].

В предпринимательской деятельности присутствует взаимодействие двух аспектов. Первый аспект – материально-мотивационный, он связан с рыночной оценкой деятельности, размерами вознаграждения в форме дохода или прибыли. Второй аспект – общеэкономический, связанный с реализацией индивидуальных способностей, возможностями полноценного воплощения потребности в самостоятельную, инициативную деятельность.

Известный немецкий социолог Макс Вебер выделял два типа хозяйствования:

1. Авантюрный тип хозяйствования – это рискованное предприятие, рассчитанное на случайный успех без учета реальных возможностей и в подавляющем большинстве случаев обреченное на провал;

2. Рациональный, продуктивный тип хозяйствования. Он основывается на рациональной бухгалтерии, рациональной технике, рациональном производстве.

При исследовании и анализе мотивации современного предпринимателя был отмечен тот факт, что предприниматели, ориентированные на успех, предпочитают умеренный риск, который оправдывает их ожидания. Он взвешивает риск и предпринимает действия, чтобы его уменьшить или контролировать результаты. Чем выше мотивация предпринимателя к успеху – достижению цели, тем ниже готовность к риску.

Необходимо отметить, что развернутая мотивация предпринимательской деятельности может быть лишь при условии развитой конкурентной среды. Все это позволяет сделать вывод, что для успешной реализации предпринимательства нужны благоприятные социально-экономические условия. На этой основе более полно раскрывается потенциал, появляются возможности проявления способностей к предпринимательской деятельности, воплощение в ней целей и потребностей, реализации личного интереса. И наоборот, неразвитость рыночной организации сковывает возможности и искажает направленность предпринимательской деятельности.

Литература:

1. Нагорнов В. И., Есаулов В. Н., Соловенко И. С. Мотивация предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство. – 2011. – № 7 Вып. 1 – 187с.