

Секция 4

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА, РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЗАНЯТОСТЬ. РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

<http://edoc.bseu.by>

Г.С. Авакян
Бобруйский филиал БГЭУ

ЧЕЛОВЕК, ОБЩЕСТВО, БИЗНЕС

Соотношение понятий, вынесенных в название работы, с какой стороны мы не рассматривали бы его, существует, существует уже длительное время и подчиняется общим законам, которые работают и будут работать независимо от того, как мы к ним относимся, принимаем и классифицируем. Есть некие объективные соотношения сторон (понятий), которые, оставаясь достаточно устойчивыми в общем, имеют тенденцию к развитию и, следовательно, некоторому изменению части составляющих их определений в условиях общего развития общества в целом.

Соответственно, требуется наметить общие схемы соотношения понятий, которые в дальнейшем должны подвергаться анализу с точки зрения наук, объясняющих закономерности развития общества в целом.

Утверждая, что бизнес является сферой жизнедеятельности общества, мы можем определить бизнес как сферу жизнедеятельности человека, являющегося представителем этого общества. Каждый человек задействован в сфере бизнеса и зависим от действий в этой сфере других людей независимо от понимания или непонимания им данной зависимости.

В то же время мы говорим о том, что бизнес не является *единственной* сферой жизнедеятельности человека. Живя в обществе, человек попадает под действие как экономических законов развития общества, так и социальных проблем развития данного общества.

На социальном уровне, не связанном напрямую с бизнесом индивидуумов, а лишь опосредованно соприкасаемом со сферой бизнеса, действует схема “человек — человек”. Это общение в семье, с друзьями, на отдыхе и т.п. В этой схеме сфера бизнеса выступает как возможная, но не обязательная тема общения, не затрагивая смысл общения напрямую.

Следующая схема — “человек-общество”. Она подразумевает жизнедеятельность и общение индивидуума и других индивидуумов в окружающих его в данное время обстоятельствах. Здесь влияние сферы бизнеса на общение индивидуума в зависимости от обстоятельств и места общения составляет от 50 до 100 % . Отличие ее от следующей схемы в том, что человек выступает здесь не как производитель товаров и услуг в сфере бизнеса, а как их потенциальный потребитель.

Схема “индивидуум — общество” подразумевает прямую деятельность человека в сфере бизнеса как производителя товаров и услуг для общества, где общество или отдельные индивидуумы выступают потребителями результатов его бизнеса. В то же время следует отметить, что в этой схеме индивидуум выступает как представитель общества и бизнеса и одновременно попадает как в сферу *социальных*, так и *производственных* (результативных) отношений в обществе и бизнесе.

Но влияние социальной сферы на личность самого индивидуума весьма велико. Так или иначе именно социальная сфера служит точкой отсчета — положительной или отрицательной — для деятельности человека как индивидуума в бизнесе. Таким образом, общество условно расслаивается в социальном плане на отдельные группы индивидуумов со сходными взглядами, понятиями и моралью, от которых зависят их потенциальные действия в собственном бизнесе и восприятии плодов чужого бизнеса. Взаимодействие этих разных социальных частей общества вне прямой деятельности в сфере бизнеса можно обозначить как схему “общество — общество”.

Наконец, рассматривая деятельность индивидуумов как выразителей взглядов и устремлений отдельных социальных слоев общества *непосредственно* в сфере бизнеса, можно определить схему их взаимодействия как “бизнес — бизнес”, где результатом будут какие-либо их собственные действия в сфере своего собственного бизнеса, которые затем непосредственно будут влиять на общес-

тво или какую-то его часть (социальную группу) и, возможно, изменят существующие в обществе экономические или социальные отношения как между социальными группами, так и между отдельными индивидуумами.

Также как результаты нашего социального общения влияют на нас, как на индивидуумов, так и результаты чьего-либо бизнеса напрямую влияют на общество как на объединение индивидуумов, и затем напрямую или косвенно на каждого индивидуума.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что бизнес является также и способом общения в обществе, как между индивидуумами, так и между социальными группами.

Успех в бизнесе требует изучения общественных предпосылок для возникновения такого рода деятельности, общественной реакции еще до появления результатов этой деятельности и постоянной корректировки направлений развития бизнеса в процессе его существования, словом, изучения тех или иных социальных и экономических тенденций, присутствующих в обществе.

Бизнес — это способ развития общества. Техническое облегчение практической (бытовой) стороны существования каждого индивидуума, наилучшее удовлетворение жизненно важных потребностей человека и повышение общего уровня жизни делают возможным реализацию общественной деятельности в самых разных направлениях, в том числе научных, взаимно дополняющих и развивающих друг друга, зачастую совершенно новых. И если за высшую цель деятельности общества принять развитие сознания, то бизнес, безусловно, способствует достижению этой цели.

Н.М. Авдеенко
БГЭУ (Минск)

РОЛЬ ФПГ В ТРАНЗИТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мировой опыт показывает, что ФПГ во многом определяют технологический уровень и конкурентоспособность экономики, уровень цен, масштабы экспорта и импорта страны. Они непосредственным образом влияют на темпы производства, уровень занятости населения и устойчивости национальных валют. Высокой степени централизация капитала достигла в таких странах, как США и Япония, что предопределяет решающее значение ФПГ в экономике этих стран. Так, например, большинство японских корпораций являются участниками ФПГ, а в США из насчитывающихся 17,6 млн частных фирм на долю крупных корпораций приходится всего 18 %, но именно они вместе со своими сателлитами обеспечивают 90 % общего объема промышленного производства. По данным журнала "Форчун", 800 крупнейших фирм в экономике США составляют всего 0,01 % национальных фирм, предоставляя в то же время четверть всех рабочих мест в США.

В странах Западной Европы, где, хотя и наблюдается меньшая концентрация капитала, все же решающие позиции в экономике также принадлежат крупным корпорациям. На протяжении послевоенных лет в экономике Великобритании, Германии и Италии эту ключевую роль играют 10—12 финансовых группировок. В малых высокоразвитых западноевропейских странах (Швеция, Нидерланды, Швейцария, Бельгия) господствуют единичные финансовые группы, и процесс их укрупнения и усиления экономической мощи в результате централизации и концентрации капитала продолжается.

Приведенные данные свидетельствуют о значительной роли крупных корпораций в современном мире.

Экономика любой высокоразвитой страны в наше время базируется на единстве крупных организационных хозяйственных структур и малого и среднего бизнеса. Мощные корпорации придают экономике стабильность и управляемость и обеспечивают широкомасштабную реализацию технологий и инноваций, выход на международный рынок. А малый и средний бизнес способствует становлению и развитию конкурентной среды и придает производству необходимую гибкость и приспособляемость. Мировой опыт подтверждает жизнеспособность и эффективность такой организации национальной экономики.

Республика Беларусь в лице таких гигантов индустрии, как МАЗ, БелАЗ, тракторный и другие заводы, обладает значительным потенциалом для формирования и развития ФПГ, позволяющих обеспечить сопряженное, экономически эффективное функционирование крупного корпорационного бизнеса и малого и среднего предпринимательства.

Формирование ФПГ в нашей стране, а также в рамках создающегося Союзного государства России и Беларуси будет способствовать усилению экспортного потенциала, повышению уровня занятости, сдерживанию инфляционных процессов и в целом реализации всей системы целей национальной экономики. Это должно осуществляться при неприменном учете политических интересов