**«Социально –экономические аспекты предпринимательства»**

Становление предпринимательства как особого вида деятельности связано с развитием рыночных отношений, хотя некоторые его элементы имели место в периодод плановой экономики. Столь поздний переход к предпринимательству , особенно на базе негосударственной формы собственности, связан со многими объективными и субъективными факторами. Наличие объективных факторов обусловлено тем, что предпринимательство не «вписывается» в командно-административные методы управления, присущие плановой экономике. Субъективные факторы предопределены господствовавшей социалистической духовной доктриной, во многом восходящей к раннему христианству, в силу которой предпринимательская деятельность, особенно посреднеческая, коммерческая, связаная с фининсами, считалась неприличной, греховной. Ростки этой идеологии остались в умах людей и до сих пор.

Предпринимательство относится к числу сложных понятий, подвергнутых множественным интерпретациям. Экономисты, напомним, как правило определяют предпринимательство достаточно безлично — как функцию, необходимую для успешного экономического развития, будь то образование новых предприятий или несение риска, осуществление инноваций или экономия трансакционных издержек. В такой интерпретации предпринимательство выступает как подчиненный четвертый организационный фактор производства или как автономный регулятивный механизм. Фигура самого предпринимателя остается расплывчатой. Функция реализуется с изрядной долей автоматизма.

В противовес функциональному подходу социологи чаще опираются на структурный подход, выделяя предпринимателей как социальный слой. В эмпирических исследованиях обычно к этому слою относят создателей и руководителей новых, в первую очередь негосударственных, хозяйственных структур. К ним примыкает периферия в виде массовых групп самостоятельных работников- индивидуалов, которые, однако, к собственно предпринимателям уже не относятся.

Сами предприниматели тоже образуют совокупность разнородных групп. Так, в их рядах оказываются директор приватизированного промышленного гиганта и распорядитель мелкой коммерческой конторы, председатель правления крупного банка и главный врач медицинского кооператива. Принципиальные различия между группами предпринимателей связаны с масштабами и сферой хозяйствования, его техническим и организационным уровнем, происхождением капитала и характером опорных воспроизводственных связей.

Крупный бизнес, как правило, более стабилен, теснее связан с государственными структурами, несет бремя скорее политического, нежели экономического риска, выходит за национальные границы. Все это резко отличает его от основной массы мелких и средних предпринимателей.

Как можно охарактеризовать хозяйственные и статусные позиции типичного предпринимателя? Они отличаются заметной неустойчивостью. Экономически — это долги и жизнь в ожидании лучшего будущего, большой разрыв между прогнозируемыми и текущими доходами. Психологически — это зависимость от массы внешних факторов и не просчитываемая до конца возможность провала (данные по доле банкротств среди вновь образованных фирм расходятся довольно сильно, но маленькой эту долю никто не назовет). Но успех тоже не снимает всех противоречий.

Предприниматель постоянно испытывает давление, а то и плохо скрываемую враждебность со стороны как традиционных, так и новых институтов. В традиционных обществах предпринимательство фактически никогда не относилось к числу благородных занятий.

Напротив, предприниматели располагались ближе к нижним ступеням социальной лестницы. В современных индустриальных обществах положение меняется. Но и здесь все не так уж гладко. Бизнес как сфера занятий часто выбирается в большей степени по иным мотивам, нежели престижность. Даже в Англии Нового времени, которая в Европе наиболее мощно продемонстрировала силу индустриализма и наименее болезненную, казалось бы, адаптацию традиционных институтов к разворачивавшемуся предпринимательскому духу, последний так и не завоевал господствующих социокультурных позиций.

Землевладелец-аристократ и джентльмен, стоящие выше культа чистой прибыли и наживы, — вот кто по-прежнему определяет круг наиболее важных ценностей, вот с кем соотносятся нормы поведения, даже когда численное представительство этих групп на социальной арене ограничено несколькими процентами.

Аристократия с ее идеалами консерватизма, стабильности и пассивного использования наследуемой собственности постепенно теряет свои позиции, но вырождается чаще в мещанские, нежели в предпринимательские типы. При этом в Англии аристократия все же приняла и признала предпринимательские занятия, чему немало способствовал обычай первородства, который выталкивал младших сыновей из благородных семей в коммерческую среду.

Во Франции же подобные занятия надолго остались делом не вполне благородным, причем даже в глазах низших слоев. Не слишком привлекательное политическое лицо буржуазии, явленное ею в периоды революционных и военных потрясений, также сказалось на общей антипредпринимательской атмосфере. Статусные позиции остаются здесь важнее. По некоторым оценкам, в США в ходе начавшейся в 70-е годы XX в. предпринимательской «волны» в первые два года разоряются до 75—80% новых малых предприятий. При этом 70% всех банкротств происходило в таких сферах, как торговля, услуги и строительство. В высокотехнологичном венчурном бизнесе доля банкротств была несколько меньше.

Пытающийся сохранить свои позиции семейный бизнес закономерно связан с антиконкурентными установками, со стремлением к безопасности и государственной протекции, изредка нарушаемым вспышками крайнего авантюризма. Влияние аристократизма, сильными постфеодальными дополняемое корпоративными устоями, ярко проявляется и в Германии. В Японии роль иерархических отношений в бизнесе, унаследованных от феодальных структур после революции Мэйдзи, считается еще более явной. А приниженное положение основной массы предпринимателей в дореволюционной России — явление общеизвестное.

Во всех этих странах позиции государственного чиновника оказываются более предпочтительными. И практически повсеместно за вспышками предпринимательского духа следует его частичное угасание под напором новой «феодализации». Своего рода исключением можно считать США — общество, кажется, целиком захваченное предпринимательским духом. Однако не забудем, что речь идет о стране, освоенной в результате нашествия маргиналов.

Притесняемые религиозные меньшинства, носители пуританских идеалов; обездоленные крестьяне, рассчитывавшие на получение куска земли; квалифицированные ремесленники, чьим амбициям становилось тесно в рамках цеховой регламентации; узники гражданской войны, надеявшиеся заработать себе свободу; не говоря уже о всяких искателях приключений и авантюристах, — вот кто, в первую очередь, покидал Старый Свет в поисках лучшей доли.

Неукорененность и мобильность, повышенная склонность к миграции, отличавшие не только рабочих, но и управляющих, становились факторами динамичного развития. Тылы же обеспечивались концентрацией местного управления в руках граждан-собственников, относительной слабостью централизованной административной власти и системным сдвигом в законодательстве, поощрявшем активное, предпринимательское отношение к собственности.

Однако и на этой земле махина крупных корпораций со временем не только отодвинула в тень «старый» средний класс, но и бросила американским ценностям и предпринимательскому духу серьезный вызов, ответ на который находился далеко не всегда. Ни в одном социуме предпринимательский дух не способен одержать полной и безоговорочной победы.

Для нормального развития предпринимательства необходима благожелательно настроенная политическая среда. Приход к власти политически сил, настроенных антипредетельски, может изменить как правовую, так и экономическую среду в негативном для предпринимательства направлении.

Но в периоды экономического подъема основная масса более «гармоничных» субъектов испытывает куда меньшую склонность к риску, и проникающее влияние предпринимательской дрожжевой закваски снижается. Другое дело — периоды экономического спада и кризиса. Деформация рынка, ухудшение конъюнктуры понуждают к поиску новых хозяйственных возможностей. Крупные организации оказываются перед необходимостью технологического и структурного обновления. Одновременно удешевляется часть ресурсов, которые становятся доступными для вновь созданных предприятий малого и среднего бизнеса. В этот период «природные» предприниматели, проявляющие свои лучшие качества именно в худших условиях, способны потеснить часть бюрократов. Многие просто подталкиваются к предпринимательским занятиям ухудшением условий трудового найма, угрозой нависшей или уже ставшей реальностью безработицы.

«Исторически администраторы редко изменяли позиции, если только не понуждались к тому сильным давлением», — таков один из основных выводов А. Чандлера, наиболее известного исследователя стратегии и организационной структуры крупнейших североамериканских корпораций в первой половине двадцатого столетия . Все это подтверждается рядом эмпирических исследований (Дж. Бэннок, М. Бинкс, А. Дженингс), показывающих, что в условиях экономического спада растет количество новых малых фирм, создающих в этот период до двух третей новых рабочих мест и привлекающих тех, кто выталкивается из крупного производства.

Такая тенденция была характерна и для рубежа 30-х, и для середины 70-х годов, в то время как в период между этими двумя Великими потрясениями доля занятых на малых предприятиях сократилась вдвое. Существуют расчеты (С. Прейс, П. Джонсон, А. Дарнелл), в соответствии с которыми доля малого бизнеса в занятости и объемах производства негативно связана с устойчивым экономическим ростом и позитивно коррелирует с уровнем безработицы. Это отнюдь не означает, что именно безработные образуют основной отряд «вынужденных» предпринимателей — многие ведь не дожидаются, пока «гром грянет».

Подобные выводы для ведущих западных стран — положительная связь с уровнем безработицы, отрицательная связь с экономическим ростом — делаются на основе как статистических данных, так и социологических опросов и в отношении динамики самостоятельной занятости — сферы, исторгающей из себя новых предпринимателей.

Так что в периоды устойчивого экономического роста вновь созданные предприятия нуждаются, возможно, даже в большей внешней помощи и поддержке государства и общества, нежели в периоды спада. Утверждение о «кризисном происхождении» предпринимательства помогает лучше объяснить и «новую предпринимательскую волну» 70—80-х годов, вылившуюся в массовое создание новых предприятий практически во всех ведущих западных странах. Структурный кризис середины 70-х годов породил в них немало проблем на рынке труда.

Эффект послевоенного «бэби-бума» и поощрявшийся на первых порах наплыв иммигрантов обеспечили быстрый прирост рабочих рук. А образовательный бум повлек за собой возрастающую напряженность на рынке квалифицированного труда. Теснота же в сфере занятости заставляет искать новые ниши, в первую очередь, в растущей опережающими темпами и менее централизованной сфере услуг.

Одним из интересных и , конечно же, не последних аспектов предпринимателькой деятельности, является «этнический бизнес».

Ярким примером среды, постоянно исторгающей из себя все новые и новые группы предпринимателей в самых разных странах, служат этнические меньшинства. Широко известны многочисленные примеры успешного этнического предпринимательства в разных частях света: китайцы, корейцы и кубинцы в США; выходцы из Индии, Пакистана и Бангладеш в Великобритании; североафриканцы (из Алжира, Туниса, Марокко) во Франции; турки в Германии; суринамцы в Голландии и т.д. Важнейшие причины расцвета этнического предпринимательства как раз и объясняются тесной связью маргинальности социального положения и склонности к предпринимательству.

Позиции этнического бизнеса продолжают укрепляться обособленность этнических коммун и «внутренних городов», с одной стороны, рождает спрос на традиционные для данного этноса товары, а с другой — формирует сети деловой поддержки — капиталом и информацией, рабочими руками и заказами. При этом представители этнических меньшинств, по крайней мере поначалу, ограничены в выборе рыночных ниш.

Большинство из них открывают дело в розничной торговле и сфере услуг (кафе, рестораны). И лишь незначительная часть оказывается в производственных отраслях (исключая, пожалуй, строительство). Труднодоступными, как правило, остаются такие сферы, как финансы, крупная оптовая торговля. Не все этносы в равной мере успешно проявляют себя на предпринимательской стезе. Например, представители афрокарибских народностей (за исключением Кубы), латиноамериканцы (мексиканцы, пуэрториканцы), а среди выходцев из Европы ирландцы сильно уступают по своей активности прочим этносам.

Но, думается, коренная причина лежит не в расово-биологических особенностях, а скорее в характере социальных отношений, вырабатываемых в процессе исторического развития того или иного этноса. Так, явно преуспевают этнические меньшинства, для которых характерны высокая интенсивность внутренних связей и коллективная поддержка соплеменников и их предпринимательских начинаний. Структура личных связей имеет значение не только для этнического, но и вообще для всякого предпринимательства. Так, в соответствии с сетевым подходом предприниматель выступает как посредник, использующий в качестве основных ресурсов свои личные связи и чужие структурные пустоты .

В ряде американских эмпирических исследований было отмечено, что предпринимателей, имеющих ясную идею продукта или услуги до того, как они решили создать свой бизнес, в четыре раза меньше, чем тех, кто принимается за дело, не имея подобной идеи. И вообще для двух третей организаторов новых фирм побудительной причиной становятся именно негативные стимулы — увольнение, фрустрация, вызванная прежней работой, и т.д. Особенно это характерно для высокотехнологичных венчурных фирм, где такие негативы могут обусловливать более 80% всех случаев ухода специалистов в начинающие бизнесмены, что почти в четыре раза больше соответствующей доли среди предпринимателей нетехнического плана.

Социология рассматривает предпринимательство не как свод абстрактных принципов, а как составляющую конкретных культурно-исторических типов. Последние для социолога различаются по хозяйственным эпохам и специфичны для разных сообществ, будь то Россия или Китай, Германия или Англия, в пространстве которых разворачивается свой особый хозяйственный дух.

В Великобритании, например, в период предпринимательской волны 70-х годов доля «самозанятых» среди представителей этнических меньшинств возросла наполовину и составила к 1982 г. 18% среди мужчин — выходцев из Южной Азии (Индии, Пакистана, Бангладеш) против 14% среди белого мужского населения.

По другим источникам, в 1984 г. эта доля среди индусов и пакистанцев-мужчин составляла около 25%. Еще более разителен контраст в сфере занятости женщин: к самозанятым относились 12,1% женщин индийского, 20,4% пакистано-бангладешского происхождения и только 6,6% женщин белого населения. В США в 1972—1982 гг. негритянский бизнес в сфере услуг возрос на 81%. В 1973—1979 гг. с 8 до 21% увеличилась доля вовлеченных в бизнес кубинских беженцев. В деловую среду было вовлечено до 40% американских китайцев и японцев.

История предпринимательства в Республике Беларусь насчитывает немногим более 13 лет. За этот период произошли значительные изменения в количественном и качественном составе предпринимательских структур, в макроэкономической и правовой среде, государственной политике в области малого бизнеса.

Уровень производительности труда -- больное место белорусской экономики. Низкая производительность определяет низкий уровень оплаты труда на каждом производстве и в целом по стране. Что отрицательно сказывается не только на уровне нашей жизни, но и на развитии всей республики.

Снижение доли промышленного сектора, в том числе по численности занятых, экспертами всех стран расценивается как прогрессивное явление. С такими мерками к предстоящим структурным изменениям надо подходить и нам, тем более что этот сектор работает на дорогом привозном сырье.

Вместо того чтобы делать крен в сторону создания новых рабочих мест, надо прежде всего сокращать устаревшие и проводить преимущественную масштабную модернизацию сохраняющихся рабочих мест. Такой подход определен и в Российской Федерации как базовая составляющая инновационной политики. Естественно, что все модернизировать нельзя. Сокращение рабочих в некоторых отраслях неизбежно. Более того, в переходный период оно может быть весьма ощутимым и даже критическим для политики занятости. Однако экономики всех стран, включая самые развитые, научились "держать удар", развивая и поддерживая всеми возможными средствами так называемое малое предпринимательство, то есть малый, преимущественно частный бизнес. Его доля в ВВП по данным ООН составляет в США 50--52%, Италии -- 57--60%, Японии -- 52--55%, России -- 11%, а в Беларуси -- всего 6,6%.

Как известно, малое предпринимательство является движущей силой экономического развития любой, даже высокоразвитой, страны, а тем более для нас. Не создав условий для развития предпринимательства, нельзя преобразовать крупные промышленные предприятия, сельское хозяйство, наш быт. Недооценка значимости малого предпринимательства в Беларуси для решения социальных, инвестиционных и экономических задач может обернуться в будущем серьезным снижением эффективности экономики. Малое предпринимательство мобильно в рыночных условиях, способно насытить рынок товарами и значительно пополнить государственный бюджет налоговыми поступлениями. Оно активизирует население к ведению собственного дела, поиску финансовых и материальных ресурсов. Государство, недооценивающее роль малого предпринимательства, проигрывает и в темпах экономического развития страны, и в уровне развития отдельных территориальных единиц, особенно отдаленных и депрессивных территорий.

Разработка и привязка локальных программ по малому предпринимательству к конкретной территории позволили бы эффективно использовать ограниченные внутрирегиональные ресурсы, нерентабельные для крупных объектов. Оптимальная по занятости населения масса малых предприятий может даже стать аналогом крупных градообразующих производств. В такой ситуации малый бизнес перерастает в большой.

За 2002 год численность индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных в качестве налогоплательщиков, возросла почти на 10 тысяч человек и составила на начало 2003 года около 190 тысяч человек; а к маю нынешнего года их число увеличилось еще на 3 тысячи.

Малые предприятия -- это не организационная форма. Это выделение хозяйствующих объектов по размерам и численности работников и, как правило, частный бизнес. Ему, конечно, нужна государственная поддержка, особенно на стадии становления. Самой главной ее составляющей является снижение налогов или полное освобождение от них в первые годы деятельности. Очень важны также банковские кредиты, как правило, они небольшие. И наконец, стабильность законодательства, чтобы государство одним постановлением (например, о перерегистрации) не загоняло в тупик всех предпринимателей сразу.

Количество частных малых предприятий в республике на конец 2002 года составило 26,8 тысячи, что на 1445 больше, чем на конец 2001 года. Всего по республике (с учетом государственных) на конец 2002 года насчитывалось 29 тысяч малых предприятий. Возросла также среднесписочная численность работников на частных малых предприятиях по сравнению с 2001 годом (более чем на 10 тысяч человек).

Доля субъектов малого предпринимательства в общем объеме выручки, полученной от реализации продукции и услуг, в 2002 году составила 21,8 процента. Удельный вес малого предпринимательства в ВВП составил в 2002 году 7,2 процента. Сегодня более 45 процентов частных малых предприятий осуществляют свою деятельность в сфере торговли и общественного питания, более 20 процентов – в промышленности, 11 процентов – в строительстве, 5,4 процента – в транспорте. Конечно, нужна система правовых актов и институтов, которые бы создали условия для развития и самоуправления предпринимательства в стране. Причем для создания такой системы не требуется больших инвестиций. Нужно только подготовить необходимую законодательную базу и перенести опыт других стран на нашу горькую действительность.

В июне нынешнего года утвержден новый состав Совета по развитию предпринимательства, в который вошли как представители субъектов предпринимательской деятельности, так и представители органов государственного управления. Председателем назначен министр статистики и анализа Владимир Зиновский.

По состоянию на 1 мая 2003 года в республике зарегистрировано около 80 тысяч юридических лиц негосударственной формы собственности, или 85,6 процента от общего числа юридических лиц. На этих предприятиях в прошлом году работало более 1,6 миллиона человек или 40 процентов от общего количества занятых в народном хозяйстве. В 2002 году удельный вес негосударственных предприятий в общем объеме промышленного производства составил 58,6 процента. Удельный вес налоговых поступлений от предприятий негосударственного сектора в общей сумме налоговых поступлений в прошлом году составил 17,2 процента. За 4 месяца нынешнего года негосударственный сектор обеспечил 21,6 процента общей суммы налоговых поступлений.

Хорошим базовым законом для развития предпринимательства является закон "О государственной поддержке малого предпринимательства", принятый 16 октября 1996 г. Закон определяет общие положения в области государственной поддержки малого предпринимательства. Закон определяет систему государственной поддержки через формирование торгово-промышленных палат, центров поддержки предпринимательства, инкубаторов предпринимательства, инновационных центров, фондов финансовой поддержки предпринимателей, обществ взаимного кредитования, союзов (ассоциаций) субъектов малого предпринимательства, государственные программы поддержки малого предпринимательства, целевые фонды нежилых помещений. Закон обязывает местные органы власти оказывать системную поддержку малому предпринимательству.

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 19 июля 1996 года № 260 "О совершенствовании государственного управления в области предпринимательства и содействия инвестициям" создано Министерство предпринимательства и инвестиций, которое в 2003 году отмечало сем лет со дня образования. В 2000 году принят Декрет Президента Республики Беларусь № 22 " О внесении изменений и дополнений в Декрет Президента Республики Беларусь от 16 марта 1999 года № 11 и некоторых вопросах государственной регистрации отдельных юридических лиц", в котором урегулировано ряд вопросов, возникающих ранее при регистрации коммерческих организаций.

Государство должно вкладывать как можно больше усилий в развитие предпринимательста. Ведь, давая людям возможность заработать, вложить силы, идеи мы способствуем развитию рынка, развитию экономики, что в свою очередь влияет на наш уровень жизни.

Конечно, не все безоблачно, и ступив на «тропу» малого бизнеса никто не застрахован от потерь, а иногда и полного провала. Вот в чем роль государства: дать как можно больше свободы и уверенности сегодняшнему бизнесмену.

Отрицательными результатами предпринимательской деятельности могут быть:

убыточность, т. е. превышение расходов над доходами;

существенная потеря имущества;

банкротство (признание полной неплатежеспособности)

Они вызываются разными причинами, в том числе и непредсказуемыми (действие природных сил, политические и военные конфликты и т. п.). Но как считает один из лидеров американского менеджмента Ли Якокка, есть *только три причины банкротства фирмы:первая — плохое управление, вторая— плохое управление; третья — плохое управление.* Предприниматель — это как раз то конкретное лицо, которое принимает на себя бремя ответственности, риск, неизбежный в предпринимательской деятельности. Делить ответственность и риск предпренимателю не с кем. Такое положение обязывает к пocтоянному самоконтролю экономической деятельности, требует напряженно искать пути повышения ее эффективности, проявлять изобретательность, гибкость и др.

Предприниматель *сознательно идет на риск.* Он не имеет никаких гарантий в том, что его товар будет куплен, что полученная выручка покроет издержки и принесет ему прибыль. Конечно, умение делать точные расчеты и предвидеть рыночную конъюнктуру снижает вероятность неудачи, но устранить полностью риск невозможно.

Доля убыточных предприятий Республики Беларусь по отраслям промышленности за 2003 г. на 1.08.2003 г. ( в процентах от общему числу предприятий ) : 1. сельское хозяйство – 64,5%.  
2. промышленность – 36,8 % .   
3. транспорт – 32,9 %.   
4. связь – 23,5 % .   
5. строительство – 24,5% .   
6. торговля и общественное питание – 42,4 % .   
7. материально-техническое снабжение и сбыт – 30,2 %.   
8. жилищно – комунальное хозяйство – 32,1 %.   
9. бытовое обслуживание (непроизводственные виды) – 25,8%.

На 01.08.2003 – 4584 предприятий Республики Беларусь являются убыточными, что составляет 44.5% от общего числа предприятий.  
Брестская область – 38%  
Витебская область – 51.5%  
Гомельская область – 47.8%  
Гродненская область – 36.6%  
Город Минск – 17.5%  
Минская область – 47.9%  
Могилевская область – 51%

Итак, способов зарабатывания денег в рыночных условиях существует много. Сюда входят торгово-посреднические услуги или скупка и продажа товаров, информационные услуги в различных областях, маркетинг и реклама и т.д. Предприниматель пользуется своим потенциалом, данный ему богом от рождения, когда принимает самостоятельные решения и отвечает за их результат своими деньгами, имуществом, здоровьем а, как показывает практика, иногда и жизнью.

Так давайте же рассмотрим «плюсы» и «минусы» предпринимательства, чтобы иметь полную и наиболее точную картину, показывающую как ему это удается и стоит ли, в первую очередь рассмотрим:

«*Что положительного мы находим в предпринимательстве*?»: именно предпринимательство создает наиболее эффективные рабочие места, предоставляет возможность очень многим реализовать свои способности, обеспечить достойную жизнь для своих семей; создает конкурентную среду, а значит, содействует снижению цен, повышению качества товаров и услуг, насыщает рынок товарами, снижая дефицит; предпринимателями становятся наиболее активные, трудолюбивые, подготовленные люди. Таких людей в обществе немного, и чем их больше, тем быстрее развивается общество. Чем больше удовлетворенных собой людей, тем лучше социальный климат в стране.

«*Что отрицательного*?»: скупка товаров в государственном секторе увеличивает дефицит; непомерное взвинчивание цен на товары и услуги ведет к обнищанию; товары, чаще всего, по завышенным ценам, низкого качества.

Сейчас попробуем свести социально-экономические аспекты предпринимательской деятельности к некоей упорядоченной форме.

Итак, факторы предпринимательства в разрезе социальной и экономической сред:

Стремление людей к улучшению своего благосостояния, расширению круга запросов и потребностей. Желание жить лучше, богаче – естественное стремление человека. Предпринимательская деятельность в различных сферах жизни человека – самый короткий путь к благополучию и процветанию.

Повышение материального и культурного уровня жизни приводит к росту денежных доходов и накоплений, которые можно вложить в «дело» и получить дополнительный доход. Этот фактор способствует расширению предпринимательской деятельности, накоплению капитала и увеличению возможностей предпринимательства в решении крупномасштабных задач, т.е. это уже может перерасти в возможность решения некоторых социальных задач странового характера. Собственное «дело» является одной из форм связи работника (человека) с собственностью (материально-вещественными факторами производства). Социально ориентированная рыночная экономика посредством предпринимательства содержит внутренний потенциал, способный изменить связь человека и средств производства.

Безработица, которая появляется как следствие банкротства или закрытия убыточных государственных предприятий, при расмотрении в определенных условиях и ситуациях, может служить источником квалифицированных кадров для предпринимательской деятельности. Что приведет к снятию социального напряжения в обществе.И, пожалуй самый важный фактор, - человек. Человек , по своей природе и сущности, всегда стремится быть независимым, самодостаточным, самовыразиться, добиться уважения, альтруизма и взаимопомощи. Без «желания» не возможен ни один бизнес, ни одна сделка.

Простая организационная структура, небольшая численность работающих, быстрое принятие решений способствует мобильности производства малых предприятий. Они способны в короткие сроки менять и расширять номенклатуру товаров и услуг, занимать свое место во всех областях экономики, а это значит, что они могут быстро преобразовать страну, улучшить жизнь людей.

Среда передпринимателей складывается, восновном, из среднего класса. Из людей которым есть к чему стремиться и что терять. Нередко к предпринимательской деятельности человека подталкивают сложные обстоятельства, к примеру, потеря работы или неспособность прокормить семью за одну «среднестатистическую» зарплату, увеличение числа предпринимателей намного чаще оказывается проявлением кризиса, и совершенно не говорит о «расцвете». Иногда же он просто хочет ни от кого не зависеть и иметь будущее сделанное своими руками, с гаранитией в завтрашнем дне. Но, естественно, как только будующий «бизесмен» подходит к началу своей деятельности, он начинает понимать, что не все тут зависит от него, от желаний и решимости. Главным фактором влияющим на дальнейшие перспективы, конечно же, выступает государство. Оно контролирует «полет» мысли и все действия. Именно с препятствиями существующими в госучреждениях сталкивается новое предприятие , еще в процессе своего открытия.

Многие из сегодняшних предпринимателей начинали поиск новых путей приложения своих сил, увы, не от хорошей жизни. На сегоднешний день, в современной экономике, период ее устойчивого роста и использования обильных ресурсов, большую долю захватывают крупные бюрократические организации. Никто не заботится о инновациях или возможных перспективах, когда , итак, дела идут хорошо. Но это присуще государственным предприятиям, где рабочие не видят и смысла чтобы задуматься о чем-то новом, у них нет заинтересованности, матереальной подоплеки. Но когда вы создаете нечто свое, где силы вложенные сегодня могут отозваться завтра прибылью и существенным развитием, тогда появяются идеи и педложения. Тогда общество прогрессирует в своем развитии. Однако, существует множество барьеров, один из которых регулирование по открытию бизнеса. Это весьма длительные и дорогостоящие процедуры регистрации. Какой предприниматель, пусть даже имеющий 100% осуществимую и выгодную идею, сможет выдержать 120 дней (в среднем) для регистрации своего предприятия? Не каждый . Да и стоит это не так уж мало. Кроме всего прочего, даже открыв и начав свое дело, очень трудно «выжить» в круговороте частых проверок, отчетов и т.д.

Конечно, без регулирования никак не обойтись. Но, на мой взгляд, стоит, по мере развития конкуренции, все больше отдавать внимание защите прав собственности и возможности их реализации. Тем самым поддерживая и развивая предпринимательство в нашей стране. Еще раз отмечу, что чем лучше государство относится к чстному предпринимателю, тем больше оно имеет поддержки от народа, чем более либеральна система, тем больше желание иметь с ней какое-то дело. Кроме того, средний клас является одним из основных показателей жизненного уровня страны. Вот почему государство должно быть заинтересовано в предпринимательской деятельности, а предприниматели в благотворном влиянии на экономику страны. Мы можем сотни раз сравнивать различнейшие пути развития множества стран, но , всеже, у Беларусии была своя предистория, а значит и свое будущее. Мы живем в этой стране и мы должны подстраиваться под существующие условия, находить подходящие пути развития.

Чем-то предприниматель может помочь обществу, привнося вклад в развитие науки и техники, социальные программы, новые рабочие места, благотворительные акции, забота о окружающей среде и многое прочее, а чем-то государство – лояльным налогообложением и не столь жестким контролем. Чем более доволен человек (в качестве существенного примера – прибыли), тем больше своего внимания он уделяет окружающим и окружающему.

Литература:

Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма /Вебер М. Избр. произв. М.: Прогресс, 1990. С. 88.

Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. С. 170, 180—3, 187, 191.

А.И. Ильин «Управление предприятием»,Минск, «Вышэйшая школа»,1997.

«Нац. эконом. газета» выпуск 96(616)

А так же были использованы данные:

Министерства предпринимательства и инвестиций (2003г.);

Корпорации антикризисного управляения ( 2002г.) ;

Пресс-службы Черезвычайного и Полномочного Посла Республики Беларусь в Российской Федерации (от 14 июля 2003г.);