Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права

(ММИЭИФП)

Контрольная работа по дисциплине “Основы бизнеса”

**На тему: Современная система бизнеса.**

Студента:

Преподаватель:

г.Москва 2004

Оглавление:

* 1. Система бизнеса. Системные качества современного предпринимательского бизнеса………………………(**1-4)**
  2. Деловое предназначение субъектов предпринимательского бизнеса…………………………………………………...(**4-8)**
  3. Становление современной системы бизнеса…………(**8-11)**
  4. Первоначальное накопление капитала как предпосылка становления современной системы бизнеса…………………………(**11-14)**
  5. Национальная система современного мирового бизнеса…………………………………………………….(**14-18)**

**1.1 Система бизнеса. Системный качества современного предпринимательского бизнеса**

Наряду с воздействием таких явлений, как экономическая среда предпринимательского бизнеса, его горизонтальная и вертикальная инфраструктура, политическая, правовая и иные неэкономические среды предпринимательского бизнеса, современные предприниматели во всех странах с рыночно ориентированной экономикой постоянно ощущают влияние еще одного объективного явления - современной системы бизнеса.

С термином «система бизнеса» мы уже неоднократно встречались на страницах учебника «Основы бизнеса». Данный термин определяет очень важные свойства современного бизнеса - его системный характер, наличие в современном предпринимательстве особых системных качеств, закономерный характер эволюции деловых отношений, а также соответствие многообразных способов проявления предпринимательства в странах с рыночно ориентированной экономикой общемировой тенденции развития предпринимательского бизнеса. «Система бизнеса» - это одна из основных научных категорий во всей современной теории Предпринимательства.

**Под *системой*** принято понимать со­вокупность неразрывно связанных между собой элементов единого целого. Элементы той или иной системы могут иметь место только - внутри данной системы - именно там они оказываются неразрывно связан­ными между собой, составляя единое целое. Одни элементы системы не могут существо­вать без других элементов этой же системы, и наоборот. Они неотделимы друг от друга.

Наряду с системами в природе и *в* обществе встречаются совокуп­ности случайно составленных предметов либо отношений и связей между людьми, никак не обусловленных объективно. Такие совокупности предметов или связей определяются как ***несистемные конгломераты.*** Скажем, кинофильм является системой, а попытки встроить в показ этого фильма по телевидению рекламные ролики, прославляющие памперсы, моющие средства, жевательную резинку или другие объекты предпринимательско­го бизнеса, не связанные с содержанием данной картины, имеют признаки несистемного конгломерата. Они не ведут к созданию новой системы, а, напротив, фактически разрушают существующую.

Всякая система может быть либо естественной (органической), либо искусственно созданной (неорганической). ***Органической*** является система, происхождение и развитие которой осуществляются в силу объектив­ной необходимости. Органическая система имеет свойства самодостаточности - она развивается сама, без принудительного вмешательства извне. Ее развитие всегда регулируется изнутри, за счет внутренней объективной необходимости, поэтому данная система определяется как саморегулирующаяся и саморазвивающаяся. В ходе развития органической системы признаки каждого из ее элементов становятся более явными и характерными, связи между элементами - более разнообразными, сложными, а, следовательно, - и более устойчивыми. По мере развития органических систем их целостность постоянно укрепляется.

Система может не быть органической в тех случаях, когда она конструируется искусственно и поэтому ее регулирование и развитие может осуществляться исключительно за счет внешнего воздействия на ее элементы или на всю систему в целом. ***Неорганические*** (искусственно сконструированные) ***системы*** не имеют внутренних импульсов развития, и потому они недолговечны.

Современный бизнес является органической системой. Его возникновение, последовательная эволюция и нынешнее устойчивое состояние стали возможными благода­ря естественной необходимости. В силу естественной необходимости действуют все субъекты предпринима­тельского бизнеса, постоянно вступая друг с другом и со своим непредпри­нимательским окружением во взаимные деловые отношения. Данные от­ношения имеют закономерную природу - все, что происходит в современ­ной системе бизнеса объективно и неизбежно.

Закономерная природа предпринимательского бизнеса, развитие его на началах естественной необходимости, неразрывная взаимная зависимость между элементами его содержания и технологий, составляющих еди­ное целое, формируют ***системный характер*** современного предпринимательского бизнеса. В современном бизнесе все подчинено строгим причинно-следственным связям, внутренней логике развития деловых отношений как единого целого.

Именно системный характер деловых отношений превращает современный предпринимательский бизнес в устойчивое, постоянно воспроиз­водимое явление, обладающее признаком целостности. Недостаточный учет этого обстоятельства и обусловил в прошлом возникновение и расп­ространение критической концепции бизнеса, в рамках которой рыночные формы предпринимательского бизнеса трактовались как временные, исто­рически преходящие явления, обреченные на исчезновение по мере разви­тия человеческого общества. Позитивная концепция бизнеса также не уде­ляет системному характеру бизнеса должного внимания - поэтому совре­менное предпринимательство рассматривается как по сути несистемный конгломерат достоинств и положительных качеств предпринимателей и всемирного предпринимательства.

В этой целостной и внутренне устойчивой системе современного бизнеса протекает повседневная деловая де­ятельность предпринимателей, формируются и развивают­ся базисные элементы среды предпринимательства, его го­ризонтальная и вертикальная инфраструктура. В данном параграфе мы подробнее рассмотрим особенности систем­ных качеств системы современного бизнеса, а также постараемся понять, как обеспечивается целостность современной системы бизнеса и каким об­разом происходит уравновешивание внутренних противоречий этой систе­мы, порождающих постоянную конкуренцию между субъектами бизнеса.

В отличие от позитивной концепции бизнеса мы исходим из противоречивого характера взаимодействия между субъектами бизнеса. Сталкиваясь в повседневной жизни, субъекты бизнеса стремятся не только наилучшим образом реализовать свои деловые интересы, но и при возможности - навязать их другим субъектам бизнеса. Как же при этом соотносятся целостность системы бизнеса, развитие деловых связей как единого целого, с одной стороны, и противоречия в отношениях между субъектами бизнеса, - с другой стороны?

Противоречия между субъектами бизнеса порождаются несовпадением их деловых интересов. Здесь можно выделить ***два вида несовпадения интересов.*** Во-первых, имеет место несовпадение эгоистических инте­ресов каждого из субъектов бизнеса и его же общественных интересов. Во-вторых, не совпадают деловые интересы разных субъектов, в том числе тех, кто вступает между собой в непосредственный контакт и непосредственно устанавливает деловые связи.

Несовпадение интересов проявляется в том, что субъектам бизнеса всякий раз необходимо формулировать иерархию интересов, т.е. предпочитать одни деловые интересы другим, идти на вынужденные компромиссы в процессе реализации интересов. Субъекты бизнеса вынуждены ограничивать свои действия ради достижения приоритетных целей даже в том случае, если эти цели навязаны им другими субъектами бизнеса. *В* процессе деловой деятельности несовпадение деловых интересов приводит к проти­востоянию между ними, а затем — к противоречивости в действиях субъек­тов бизнеса и во взаимодействии между ними.

Реализуя свои эгоистические притязания, люди выступают как частные лица, преследующие частные интересы, а бизнес - как частное дело этих людей. Напротив, реализуя общественные притязания, люди высту­пают как общественные субъекты, преследующие и отстаивающие общест­венные интересы, а бизнес - как общественно полезное или общественно необходимое дело.

С развитием разделения труда в человеческом обществе, специализации деятельности людей такое несовпадение стало, за исключением натурального хо­зяйства, типичным стимулом предпринимательской активности. «...Человек постоянно нуждается в помо­щи своих ближних, - писал Адам Смит. - Он скорее достигнет своей цели, если обратится к их эгоизму и сумеет показать им, что в их собственных интересах сделать для него то, что он требует от них... Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно, - та­ков смысл всякого подобного предложения. Именно таким путем мы полу­чаем друг от друга большую часть услуг, в которых мы нуждаемся. Не от благожелательности мясника, пивовара или булочника ожидаем мы полу­чить свой обед, а от соблюдения ими своих собственных интересов».

Следовательно, предпринимательский бизнес, связанный с производством и распределением материальных благ, оказанием услуг, выполнени­ем работ, оказался и продолжает оказываться сегодня подчиненным пот­ребностям разнообразных членов человеческого общества. Поэтому предп­ринимательский бизнес, направленный, на первый взгляд, исключительно на удовлетворение эгоистических интересов самих предпринимателей, всегда имеет значение общественно полезной деятельности.

Мотивация к занятию предпринимательством как общественно полезным делом имеет для активных, энергичных, инициативных и предпри­имчивых людей не менее весомое значение, чем их мотивация, обусловлен­ная наличием эгоистических деловых интересов. В самом общем виде она обусловлена тем, что субъекты современного предпринимательства стре­мятся произвести такую продукцию, выполнить такие работы или оказать такие услуги, которые пользовались бы спросом у других субъектов бизне­са. Фактически при широком разделении труда субъекты современного бизнеса повсеместно работают друг для друга.

Могут ли они при этом игнорировать интересы друг друга ? В каждом конкретном случае могут. Так, к примеру, ведут себя продавцы, навязывая покупателям любые товары, независимо от уровня их качества, искусственно создавая ажиотажный спрос, формируя критерии высокой моды исходя из собственных интересов, связанных с максимизацией предпринимательского дохода. Однако ни один из предпринимателей не может позволить се­бе игнорировать объективные тенденции развития потребностей людей и потребительских ожиданий рынка. Каждый из субъектов бизнеса обязан подстраивать свою деловую деятельность к проявлениям закона возвыше­ния потребностей и к закономерностям потребительского поведения.

Ни один предприниматель не может регулярно, в широком масштабе, игнорировать и законные интересы своих контрагентов, поставляющих ему сырье, материалы, запасные части либо оказывающих складские, транспортные и иные производственные услуги, а также наемных работни­ков, хотя при случае, не систематически, предприниматели могут, конечно, манипулировать своим партнерским окружением и даже обманывать его. Постоянное забвение интересов контрагентов, партнеров, наемных работ­ников со стороны того или иного предпринимателя чревато, как минимум, прекращением деловых отношений с ним, а, как максимум, - исключением его из системы постоянного делового сотрудничества по сути изгнанием его из экономической среды бизнеса.

Должны учитываться - и это самое примечательное - также и законные интересы конкурентов. Мы уже знаем, что все предприниматели, действующие в странах с рыночно ориентированной экономикой, обязыва­ются обществом в лице государственных органов антимонопольного регу­лирования уважать законные права собственных соперников. Наряду с этим, при определенных условиях конкуренты, оставаясь таковыми, могут вполне превратиться даже во временных партнеров по бизнесу, объединяя усилия в борьбе с общими противниками.

Противодействие недобросовестной конкуренции, монополизации рынков и монополистической практике, в совокупности составляющее антимонопольное регулирование деловых отношений, представляют собой исключительно важное явление, имеющее место в экономической среде современного бизнеса. Поддержание конкуренции между субъектами биз­неса становится в этих условиях не только задачей, решение которой нап­равлено на сохранение рынка, но фактически - и объектом общественного согласия в деловом сообществе.

Наличие эффективной конкуренции ока­зывается выгодным всем без исключения субъек­там бизнеса, но за это каждому из них приходит­ся идти на компромисс и частично отказываться от реализации собственных интересов, связанных со стремлением сделаться монополистом. Более того, каждый предприниматель вынужден согла­ситься с тем, что современный рынок - это такая арена соперничества между субъектами бизнеса, где каждому из добросо­вестных соперников должно быть гарантировано сохранение потенциала его предпринимательской конкурентоспособности. Это значит, что субъек­ты деловых отношений, поддерживая стремление к взаимному соперниче­ству, вместе с тем, оказываются совместно заинтересованными в противо­действии монополизации рынков кем-либо из них.

Противоречия деловых отношений, конфликты деловых интересов современных предпринимателей имеют ***диалектический характер.*** Данное определение означает следующее: разрешение противоречий в предп­ринимательском бизнесе постоянно приводит к тому, что конкурентное со­перничество каждого из предпринимателей с представителями своего внешнего окружения порождает объективную необходимость постоянного учета законных интересов почти всех тех, с кем, казалось бы, возможна лишь война до победного конца.

Несовпадение деловых интересов предпринимателей обусловливает неизбежность конфликта каждого из них со своим окружением. Каждый из субъектов предпринимательства, приступая к делу, всякий раз стремится утвердить себя во взаимном соперничестве с другими субъектами бизнеса. Но вместе с тем он также стремится учесть потребности и законные интересы этого окружения. Ведь данное окружение может отвергнуть его по­пытки добиться успеха и стать источником его неудач. Вот и получается, что конфликт деловых интересов оборачивается необходимостью достиже­ния согласия интересов в масштабах экономики, всего человеческого об­щества как единого целого.

Учитывая, добровольно или вынужденно, деловые интересы своего окружения, каждый из субъектов предпринимательского бизнеса, тем самым, оказывается перед объективной естественной необходимостью интег­рации собственной деловой деятельности в единую систему деловой дея­тельности, осуществляемую людьми, - в единую систему бизнеса. Таким образом, конкуренция предпринимателей дополняется в современном предпринимательском бизнесе тенденцией системной интеграции деловой деятельности каждого из них в общую систему.

***Системная интеграция предпринимательского бизнеса*** представляет собой включение деловой деятельности каждого добросовестного предпринимателя в единую, постоянно воспроизводимую систему деловой деятельности людей, происходящую во всем мире. Она базируется на общественных интересах каждого из субъектов бизнеса. Именно на ее основе становится возможным появление этической, социальной и гуманистичес­кой мотивации людей к занятию предпринимательством, к которой мы обращались во второй главе учебника «Основы бизнеса».

В системной интеграции предпринимательского бизнеса не следует видеть некое механическое соединение деловых усилий предпринимателей. Субъекты бизнеса всегда разделены конфликтами интересов и стремлением каждого из них в отдельности получить доступ к материальным благам, количество которых всегда остает­ся ограниченным. Но вместе с тем в этом стремлении сов­ременные предприниматели повинуются не только собственному эгоизму. Они научились понимать, что дос­тижение конечного успеха удается лишь в результате со­четания эгоизма каждого из субъектов деловых отноше­ний и согласия в обществе.

Именно поэтому противоречия интересов субъектов деловых отношений обусловливают двойственность положения на рынке каждого из них. В действиях субъектов предпринимательского бизнеса содержатся проявления двух противоположных тенденций развития современной системы бизнеса, а именно:

1. ***тенденции конкуренции*** предпринимателей, стремящихся к достижению успеха за счет создания конкурентных преимуществ и обеспечения  
   победы над своим окружением;
2. ***тенденции системной интеграции*** частного бизнеса субъектов деловых отношений в единый процесс общественно полезной деятельности  
   на основе взаимного признания и учета интересов всей совокупности  
   представителей этого окружения.

С тенденцией конкуренции связаны эгоистические интересы современных предпринимателей, с тенденцией интеграции - их общественные интересы. Поэтому тенденция конкуренции выражает ***центробежный ха­рактер*** развития современной системы бизнеса, тенденция интеграции -***центростремительный характер*** развития данной системы. Современный бизнес развивается потому, что субъекты бизнеса постоянно стремят­ся добиться собственного успеха и делать счастливым свое окружение.

Системный характер современного бизнеса, его целостность и устойчивость обусловлены тем, что данные тенденции уравновешивают друг друга. Субъекты бизнеса конкурируют между собой; они стремятся моно­полизировать рынок, но понимают, что монополизация рынка приведет к краху рынка, а, следовательно, в конечном счете, и их бизнеса. Целостность и устойчивость современной системы бизнеса обеспечиваются на основе не механического объединения субъектов бизнеса и принудительного со­подчинения их деловых интересов, а интеграции их связей в результате взаимного учета интересов.

Одновременное действие центробежной и центростремительной тенденций развития системы бизнеса приводит к формированию основных ***системных (интегративных) качеств*** современной системы бизнеса, связанных с каждой из данных тенденций. Таковыми являются:

1. деловой суверенитет всех субъектов деловых отношений независимо от их функциональной роли в системе бизнеса;
2. согласие (консенсус) интересов всех субъектов деловых отношений.

**Под *деловым суверенитетом*** субъектов дело­вых отношений понимается постоянное воспроизведе­ние естественного права каждого из них на участие в бизнесе и на обретение успеха в нем сообразно потенциалу собственной конкурентоспособности. Каждый че­ловек, следовательно, обладает естественным правом на ведение предпринимательского бизнеса и на достиже­ние успеха в нем, а также правом на уклонение от учас­тия в ведении предпринимательства. Деловой суверенитет предпринимателей является обязательным ус­ловием их участия в бизнесе. Его наличие позволяет предпринимателям идти на самостоятельный выбор приемлемых видов предпринимательства, принимать инициативные решения, проводить сделки, рисковать собственным достоянием, вести непрерывную конкурентную борьбу, нести экономическую и юридическую ответственность за результаты деловой деятельности. Обладая деловым суверенитетом, каждый предприниматель получает возможность проявлять свои деловые интересы и отстаивать их в соперничестве с другими предпринимателями.

Поддержание и воспроизведение в обществе предпринимательского суверенитета свидетельствует о том, что законная деятельность субъектов предпринимательского бизнеса находится под защитой органов власти и управления, и что никакой иной субъект бизнеса не вправе вмешиваться в нее, принудительно навязывая всем свои деловые интересы.

Деловой суверенитет предпринимателей сочетается с согласием интересов всех добросовестных субъектов современного бизнеса. Противоречия между «деловыми людьми» не должны с силой неизбежности выводить их за рамки существующего общественного согласия интере­сов, становиться общегосударственной проблемой и приобретать безыс­ходный характер.

***Согласие интересов*** в современной системе бизнеса базируется на принятии всеми субъектами деловых отношений долговременных взаимных обязательств по соблюдению делового суверенитета друг друга. Все стороны соглашаются с правом каждого добросовестного предпринимате­ля на отстаивание собственных интересов и на их реализацию. Соглашаясь на признание права каждого добросовестного субъекта деловых отноше­ний на реализацию своих деловых интересов, современные предпринима­тели вольно или невольно интегрируют собственную деловую деятель­ность в единую систему бизнеса.

**1.2. Деловое предназначение субъектов предпринимательского бизнеса**

Понимание системного характера современного предпринимательского бизнеса, его устойчивости и целостности важно любому действующему предпринимателю, в том числе и начинающему. Надо лишь поскорее найти в этой системе достойное место для себя самого.

Поиск профессиональными предпринимателями достойного места в жизни связан с выявлением ими своего делового предназначения, которое обычно называется ***предпринимательской миссией.*** Предпринимательскую миссию необходимо выявлять каждому человеку, выходящему на старт деловой карьеры, независимо от того, делает он это впервые либо возвращается к занятию предпринимательством после перерыва.

Предпринимательская миссия (деловое предназначение) каждого из предпринимателей имеет две составляющие: внешнюю и внутреннюю. ***Внешнюю составляющую*** предпринимательской миссии образует совокупность потребительских, партнерских, конфликтных и иных ожиданий внешнего окружения, которые связываются им с деятельностью каждого из предпринимателей. От любого субъекта бизнеса все постоянно чего-то ждут. Кто-то томится в ожидании новых высококачественных товаров и услуг, кто-то рассчитывает обрести в его лице новый рынок сбыта, кому-то позарез необходим деловой партнер или устойчивый контрагент, а кого-то тяготит предвкушение выхода на рынок нового опасного соперника.

Внешнее окружение не просто пассивно и терпеливо ждет появления носителей искомой предпринимательской миссии, но и активно готовится к появлению ожидаемых субъектов бизнеса, демонстрирует готовность к встрече с ними. В среде потенциальных партнеров и клиентов происходит формирование своего рода спроса на предпринимателей, обладающих вполне определенным деловым предназначением. В среде потенциальных конкурентов формируется потребность в том, чтобы подобные предприниматели никогда не появлялись на рынке. Совокупность данных ожиданий, потребностей и спроса, формирующихся в экономической среде предпринимательского бизнеса, образует ***внешние импульсы предпринимательства.*** Реакцией на них и является внешняя составляющая предпринимательской миссии.

***Внутреннюю составляющую*** предпринимательской миссии образуют реакции предп­ринимателей на совокупность собственных намерений, потребностей и ожиданий, связанных с профессиональным занятием теми или иными видами предпринимательского бизнеса при существующем внешнем окружении. Все эти ожидания, потребности и намерения составляют *внутренние импульсы предпринимательства.*

Чтобы выявить, в чем именно состоит его деловое предназначение, каждому субъекту предпринимательского бизнеса необходимо понять или хотя бы почувствовать ожидания и потребности внешней среды. Ему также следует разобраться и в себе самом. Для этого надо осознать мотивы, подталкивающие его к предпринимательскому бизнесу, сформулировать стратегические цели, выразить с их помощью собственные стратегические ожидания от занятия предпринимательством.

Каждый профессиональный предприниматель действует, повинуясь собственной иерархии предприни­мательских мотивов и целей. Одни видят успех в победе над конкурентами, другие - в выживании. Одни стре­мятся лишь к максимизации предпринимательских до­ходов, не брезгуя никакими средствами, другие, форму­лируя стратегические цели бизнеса, руководствуются, наряду с финансо­выми и имущественными мотивами, также этической, философской, соци­альной и эстетической мотивацией.

Предпринимательская миссия (деловое предназначение) каждого из субъектов бизнеса является важным элементом системы бизнеса как единого целого. Она не может директивно устанавливаться или механически задаваться. Выявляя собственную предпринимательскую миссию, субъекты бизнеса действуют самостоятельно и проявляют свой деловой сувере­нитет. Одновременно они обязаны понимать необходимость достижения согласия с интересами своего внешнего окружения.

Предприниматели предстают как потенциальные конкуренты всем, кто окажется на их пути к относительно ограниченным благам, и вместе с тем - как участники единого ансамбля деловых связей; их деятельность признается общественно полезной и интегрируется в систему. Поэтому в процессе выявления предпринимательской миссии субъекты бизнеса ограничивают свою естественную свободу рамками познанной необходимости.

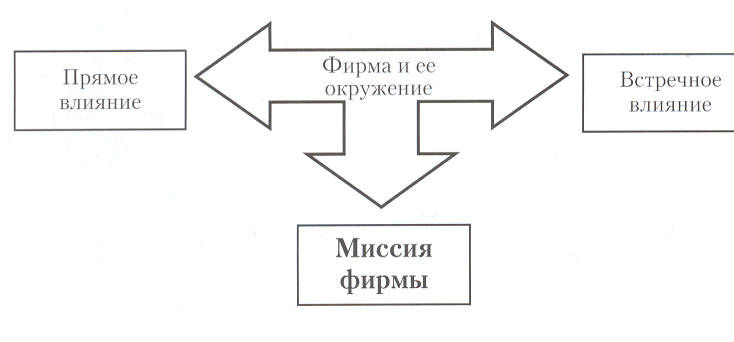
***Свобода*** в предпринимательском бизнесе представляет собой высшую степень самостоятельности предпринимателей, их независимость от интересов, решений и действий своего окружения. Неограниченную свобо­ду предпринимательства нельзя отождествлять с деловым суверенитетом предпринимателей. Ее можно было наблюдать в прошлом, в период широ­кого распространения так называемой свободной конкуренции. Но сегод­ня представления о свободе предпринимательства являются не более чем пережитком былых времен, ярким напоминанием о том историческом пе­риоде развития рыночной экономики, когда все субъекты бизнеса были свободны и мало считались с интересами друг друга. Сегодня, однако, все вынуждены считаться друг с другом. Поэтому свободный выбор в услови­ях современной рыночной экономики является отражением не только внутренних, но и внешних импульсов предпринимательства.

Предприниматели ограничивают свободу друг друга рамками допустимого, ***коридором независимости,*** внутри которого каждому из предпринимате­лей кажется, что он свободен. На самом деле он свобо­ден лишь в пределах своего собственного делового су­веренитета и делового суверенитета всех представи­телей среды своего бизнеса. Умный предприниматель никогда не сделает свободу самоцелью. Не сделает он таковой и рост предпринимательских доходов. Нап­ротив, он прежде всего постарается понравиться сво­ему окружению, заслужить его доверие, продемон­стрировать ему желание быть полезным.

К примеру, ни один предприниматель-коммерсант, тайно мечтающий о «рынке продавца», никогда не согласится на появление такого рын­ка наяву. Главная задача любого предпринимателя, считает, к примеру, признанный авторитет в области коммерческого предпринимательства Фрэнк Беттджер, - добиться желания клиента сотрудничать с ним. «Зас­луженное доверие - вот главный принцип хороших или отличных отноше­ний с окружающими, - подчеркивает Ф. Беттджер. - Следуйте проверен­ному принципу: сначала сами поверьте в то, во что должен поверить ваш клиент». Деловое предназначение любого предпринимателя - «крутить­ся» в коридоре независимости и быть полезным своим клиентам круглосу­точно, стремясь найти сочетание внешних и внутренних импульсов своей деятельности. Он вынужден заниматься этим регулярно, проверяя и пе­репроверяя свою предпринимательскую миссию в конце каждого очеред­ного тактического цикла.

Каждый из субъектов предпринимательского бизнеса оказывает влияние на свое деловое окружение, но и сам при этом испытывает встречное влияние. Каждому из них чрезвычайно важно отдавать себе отчет в том, кто и какое воздействие может оказать на деятельность его фирмы и на кого он может повлиять сам, стремясь к достижению успеха.

Вполне возможно, что его внутренний настрой вообще неприемлем для внешнего окружения. В этом случае можно утверждать, что его деловое предназначение определено неправильно. Но если внутренние и внешние импульсы предпринимательства сочетаются между собой, справедли­во утверждение о том, что предпринимательская миссия ***выявлена*** с большой степенью точности.



***Рис. 1.1. Выявление предпринимательской миссии***

Может ли современный предприниматель считаться свободным, находясь в коридоре независимости? По сути современная система бизнеса выдвинула деловой суверенитет предпринимателей как альтернативу их свободе, оставшейся в прошлом.

Субъекты предпринимательского бизнеса заботятся о сохранении и воспроизведении не абстрактной свободы, а именно делового суверенитета. Они вынуждены обеспечивать этот суверенитет, не игнорируя интересы других субъектов бизнеса, а, напротив, опираясь на данные интересы. Это под­талкивает их к постоянному поиску согласия интересов, с достижением ко­торого снимались бы угрозы их безопасному функционированию. Поэтому деловой суверенитет предпринимателей характеризует ***высшую степень допустимой предпринимательской свободы*** в современном обществе.

Приступая к занятию предпринимательским бизнесом, каждый предприниматель всегда задается рядом ***типовых вопросов,*** отражающих его реакции на ожидания внешнего окружения, связанные с его деловой деятельностью. Таковыми являются вопросы «для чего?», «для кого?», «что?», «как?», «с кем?» и «против кого?».

Отвечая на вопрос «для чего?», предприниматель уточняет внутренние импульсы деловой деятельности. Отвечая на вопрос «для кого?», он пытается понять, кому нужны результаты его деятельности и он сам как творец этих результатов. Сочетая положительные ответы на данные вопро­сы, каждый предприниматель старается выявить свое деловое предназна­чение и воплотить его в своей предпринимательской стратегии. Если хотя бы на один из этих вопросов не находится положительного ответа, бизне­сом заниматься не стоит, ибо вместо осмысленного и успешного бизнеса начинающий предприниматель обязательно получит *«monkey business»* ***(«мартышкин труд»)*** *-* бессмысленную и бесцельную имитацию деловой активности.

В дальнейшем, отвечая на вопросы «что?» и «как?», субъекты предпринимательского бизнеса очерчивают содержание и технологии деловой деятельности, к которой они намереваются прис­тупить, убедившись в том, что их предпринимательские миссии определены правильно. Отвечая на вопросы «с кем?» и «против кого?», предприниматели очерчивают круг представителей внеш­него окружения, с которыми они планируют вступить либо в партнерские отношения, либо в отношения конкуренции.

Обычно предприниматели стараются ответить на подобные вопросы, формируя свои ***стратегические бизнес-планы.*** Такие бизнес-планы являются важным инструментом воплощения предпринимателями полученных представлений о собственной предпринимательской миссии. В процессе их составления каждый предприниматель тщательно анализирует собствен­ный ППК, изучает конкурентов, формулирует стратегические и тактичес­кие цели бизнеса, которые должны соответствовать запросам рынка. Если предприниматель заинтересован в общественной поддержке своих начина­ний, привлечении в свою деятельность внешних инвестиций, внимании по­тенциальных клиентов, либо, хотя бы, - во внешней экспертизе своих уста­новок, он обязательно организует презентацию бизнес-планов.

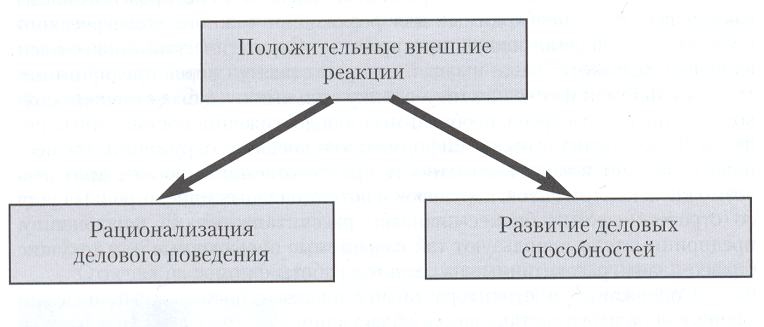
В странах с рыночно ориентированной экономикой стратегические бизнес-планы имеют чрезвычайно широкое распространение. Как правило, они представляют собой многостраничный документ, в котором обосновы­ваются действия, необходимые для реализации важного коммерческого проекта или создания нового предприятия. Стратегический бизнес-план включает разработку цели и задач, которые ставятся перед предпринимательской фирмой на перспективу, оценку сильных и слабых сторон произ­водства, оценку ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей, а также анализ рынка и информацию о внешнем окружении. Бизнес-план позволяет показать выгодность предполагаемого проекта, привлечь возможных контрагентов, партнеров и потенциальных инвесторов. Наряду со стратегическими бизнес-планами, рассчитанными на перспективу, предприниматели используют так называемые оперативные или текущие бизнес-планы, рассчитанные на один год работы фирмы.

Содержание и структура бизнес-плана зависят от цели его составления и области при­менения, но в целом обычно он состоит из следующих элементов: резюме (кратко суммирую­щее основные моменты бизнес-плана); сведе­ния о компании (раскрывается содержание бизнеса и направления работы); анализ рынка (определяется объем рынка сбыта для произво­димого продукта (работы или услуги), доля рынка, которую предполагает­ся Захватить); план по маркетингу и продажам (где отражаются планируемые объемы продаж и пути их достижения); оперативный план (план приобретения оборудования, закупок, проведения строительства или ремонта и др.); план по трудовым ресурсам (подготовка и наем рабочей силы); финансовый план (здесь обобщаются прогнозные денежные потоки).

Прежде чем начать собственное дело необходимо очень тщательно и, по возможности, объективно определить свой сильные и слабые стороны с точки зрения профессиональных способностей, интересов, умственного развития, способностей к выполнению деловой деятельности. Для этого необходимо составить прогноз того, как воспримет эти сильные и слабые стороны внешнее окружение.

В США, к примеру, это делается с помощью специально разработанных тестов на определение специфических качеств субъектов предпринимательского бизнеса. При создании собственного бизнеса анализируются факторы, влияющие на формирование во внешней среде положительных оценок деятельности предпринимателей и потому активизирующие внутреннюю мотивацию данных предпринимателей прежде всего в сфере рационализации бизнеса и развития деловых способностей.

Подобную тщательность и серьезность американцев в деле создания собственного предпринимательского бизнеса можно объяснить тем, что в США не любят людей, берущих на себя обязательства, которые они не в состоянии профессионально выполнить на достаточно высоком уровне.



***Рис. 1.2. Положительные внешние реакции***

Деловое предназначение может не выявляться предпринимателями в ходе тщательного анализа внутренних и внешних ожиданий, а угадываться или даже предугадываться ими. В тех случаях, когда субъектам предп­ринимательского бизнеса удается угадать (предугадать) свою собственную предпринимательскую миссию взамен ее выявления, можно констатиро­вать огромное везение либо необычайную интуицию удачливых предпринимателей. Ведь точные ответы на все типовые вопросы находятся ими по воле случая.

В реальной жизни ни один серьезный профессиональный предприниматель, конечно, не позволяет себе постоянно делать ставку лишь на удачу. Поэтому для правильного определения собственного делового пред­назначения он старается добиться соответствия внутренних и внешних ожиданий. Это возможно двумя способами - путем адаптации собствен­ных стратегических целей к потребностям внешней среды либо путем адаптации внешней среды к своим собственным стратегическим целям. Ча­ще всего предприниматели прибегают к первому способу. Но некоторые идут и по второму пути.

В данном случае они как бы «навязывают» своему окружению потребности в своих товарах (услугах, работах), а заодно - приучают это окру­жение к неизбежности собственного присутствия на рынке. Чтобы действовать так, предпринимателям надо обладать огромной силой воли, высокой энергетикой, быть постоянно активными и инициативными, демонстрировать высочайший уровень предприимчивости. Обычно данный путь выбирается теми, кто настойчиво предлагает обществу свои товары (услуги, работы), а также содержание и технологии своего бизнеса в каче­стве эталона. Это можно наблюдать, к примеру, в деловой деятельности предпринимателей, работающих в модельном бизнесе, в шоу-бизнесе, а также в поведении лидеров крупного производственного, финансового и коммерческого бизнеса.

В любом случае, какой путь ни предпочли бы субъекты предпринимательского бизнеса для сопоставления внутренних и внешних ожиданий от своей деловой деятельности, они действуют так, стараясь выявить «правильную», т.е. объективно существующую предпринимательскую миссию. Данная миссия, однако, должна быть не только правильно определенной, но и, безусловно, ***выполнимой.***

Предпринимательская миссия не может быть невыполнимой изначально. В таком случае нет смысла говорить о том, что она вообще существует. Скажем, банковское дело никогда не станет деловым предназначени­ем того или иного предпринимателя, мечтающего о карьере владельца бан­ка, морально готового быть банкиром и реагирующего на потребности де­лового сообщества в появлении надежного кредитного учреждения, если данный предприниматель не обладает собственными или заемными ресур­сами для открытия собственного банка.

Поэтому выявление предпринимательской миссии всегда сопряжено с признанием ее обязательной выполнимости. Но выполнение предприни­мателями своего делового предназначения не случается автоматически. Выполнение предпринимательской миссии имеет временные рамки. Оно зависит от уровня предпринимательской конкурентоспособности каждого субъекта бизнеса, от степени обоснованности содержания и технологий де­лового поведения, возникновения, поддержания, развития и прекращения деловых отношений, а также от состава планируемых действий по укреплению потенциала предпринимательской конкурентоспособности.

Обоснованный расчет потенциала конку­рентоспособности, оценка собственных сил и возможностей внешней среды дают ответ на воп­рос, выполнима ли предпринимательская мис­сия вообще и, если выполнима, то в какие сро­ки. Вполне может статься также, что правильно определенная или угаданная предпринимательс­кая миссия, в основном соответствующая ожида­ниям внешней среды, окажется ***невыполнимой.***

Для обеспечения выполнимости своей предпринимательской миссии субъекты бизнеса создают внутри своих предпринимательских фирм систему организационных и управленческих связей, с помощью которого они могли бы мобилизовать потенциал предпринимательской конкурен­тоспособности и осуществить деловое поведение. Совокупность этих связей обычно называется ***внутрифирменным менеджментом.***

В мелком бизнесе функции менеджмента и предпринимательства чаще всего совпадают. Напротив, в крупном бизнесе менеджеры компании являются, как правило, наемными работниками. В менеджерах предприни­мательской фирмы часто видят лишь служащих данной фирмы, организу­ющих деятельность других сотрудников, направляющих ее на исполнение выбранных технологий делового поведения, а также на установление, под­держание, развитие или прекращение деловых отношений. Но главное во внутрифирменном менеджменте, прежде всего в топ-менеджменте фирмы - обеспечение выполнения делового предназначения предпринимателей.

Поэтому эффективный внутрифирменный менеджмент является, как и предпринимательская миссия каждого из субъектов бизнеса, важным элементом системы бизнеса как единого целого. Не только владельцы бизнеса, но и их окружение зависят от действий менеджеров компании.

В успешном внутрифирменном менеджменте заинтересованы владельцы фирмы, а вместе с ними - клиенты данной фирмы, ее партнеры и контрагенты, а также государство как выразитель интересов всех своих граждан. В нем не заинтересованы лишь конкуренты. Столкнувшись с сильным внутрифирменным менеджментом в стане соперников, предпри­ниматели вынуждены находить способы активизации действий своих уп­равляющих и повышения эффективности всего внутрифирменного мене­джмента. Они идут на это для обеспечения выполнимости собственного де­лового предназначения в условиях повышенной конкурентной опасности.

**1.3. Становление современной системы бизнеса**

В данном параграфе учебника «Основы бизнеса» мы вернемся к определению, которым открывался весь текст данного учебника: «Вся история человеческого общества, а также его современное состояние, так или иначе, связаны с бизнесом». Что значит это «так или иначе»? Ведь таким, каким мы видим и анализируем предпринимательский бизнес сегодня, в начале двадцать первого века, - целостным, обладающим устойчивыми системными качествами, - он был далеко не всегда.

Становление современной системы бизнеса происходило посредством движения от более простых форм деловых отношений к более слож­ным, от низших форм - к высшим. Основу этого движения составляли противоречия между субъектами предпринимательского бизнеса. Эти про­тиворечия во все времена порождали взаимную конкуренцию предприни­мателей. Однако по мере продвижения общества к высшим формам дело­вых отношений они стали причиной системной интеграции бизнеса.

С помощью уже упоминавшегося в учебнике термина «диалектическое противоречив» обычно характеризуется развитие явлений в форме постоянного обновления их содержания в соответствии с исторической ло­гикой. Диалектические противоречия являются источником развития лю­бой органической системы. Разрешая или преодолевая противоречия, сис­тема развивается. Вместе с тем разрешение противоречий не означает лик­видацию данных противоречий. По мере развития органической системы противоречия этой системы не исчезают, а, напротив, усложняются, что в свою очередь обусловливает дальнейшее развитие органической системы на основе разрешения новых - более сложных - противоречий.

Современная система бизнеса - плод длительной эволюции человеческого общества. Поэтому для правильного понимания особенностей сов­ременного предпринимательства не следует забывать о принципе историз­ма. Современный предпринимательский бизнес целесообразно рассматри­вать как продукт предшествующего развития деловых отношений в чело­веческом обществе и как предпосылку последующего развития. Ведь ры­ночная экономика и рыночные формы предпринимательского бизнеса вышли из недр предшествующих общественно-экономических формаций.

Становление современной рыночной экономики происходило эволюционно и революционно. ***Эволюционный период*** становления рыноч­ной экономики охватывал отрезок человеческой истории, когда рынок иг­рал второстепенную роль в жизни общества. Это длительный период, включавший разные эпохи жизни человека - от возникновения человечес­кого общества как такового до революционного низвержения рабства и фе­одализма, основанных на личном подчинении работников собственникам земли.

Деловые интересы предпринимателей всегда проявлялись не только посредством их эгоистических притязаний, в том числе и на этапе рабства и крепостничества. Их общественные притязания во все времена были обусловлены необходимостью постоянного обмена деятельностью - ведь уже в самых ранних формах человеческого общества производители продукции и ее конечные потребители, как правило, не совпадали.

Однако условия феодальной или рабовладельческой экономики не давали предпринимательству достаточных возможностей войти в коридор независимости, стать суверенными субъектами бизнеса, заботящимися о взаимной выгоде и интересах друг друга. Решающее влияние на их действия все же оказывали эгоистические интересы. Деловая деятельность владельцев основного средства производства - земли - была в преоблада­ющей степени пронизана стремлением вести борьбу за приращение собственности, максимизацию доходов и повышение личного благосостоя­ния. Именно в этом виделось деловое предназначение, миссия субъектов

бизнеса.

Конкуренция между рабами и рабовладельцами, помещиками и крепостными крестьянами, а также между землевладельцами, с одной стороны, и производственными предпринимателями, купцами и ростовщиками, - с другой стороны, всегда имела безысходный характер. Встречавши­еся порой попытки интеграции данных субъектов бизнеса в единое целое, как правило, наталкивались на непреодолимые сословные

барьеры.

Между тем в течение данного периода сформировались устойчивые рыночные связи в обществе, возникли предпосылки массового предпринимательства. Рынок из второстепенного звена экономики последовательно превратился в основную сферу осуществления сделок и столкновения де­ловых интересов субъектов бизнеса. Рыночные деловые отношения сдела­лись более значимыми для развития экономики, чем личное подчинение людей в форме феодальной или рабской зависимости. Логическим завер­шением эволюционного периода развития экономики и общественной жизни явилось революционное изменение общества, сопровождавшееся снятием ограничений развития рыночных начал в экономике, полным юридическим освобождением людей от любых форм угнетения, созданием условий, когда каждый человек мог бы свободно заниматься своим делом - в том числе предпринимательским бизнесом.

Эти революционные изменения часто называют буржуазными революциями. Не будем спорить здесь о правомерности или неправомерности применения терминов. Важно, что указанные преобразования действитель­но имели революционный характер. Это значит, что эволюционный период становления рыночной экономики уступил место ***революционному.***

Данный период начался проведением первой по счету буржуазной революции (конец XV в., Нидерланды), но он не закончен полностью и по сей день. В некоторых странах Европы такие преобразования происходили в XVII-XVIII вв. (Великобритания, Франция), в других - в XIX-XX вв. (Германия, Италия, Испания, Скандина­вские страны, страны Восточной Европы, Рос­сия). Точкой отсчета в победе рыночных отно­шений в США можно считать окончание граж­данской войны (70-е гг. XIX в.). XX в. явился переломным для большинства стран Азии и Латинской Америки.

Революционные преобразования знаменовали рождение современной системы бизнеса. Родившись, она раз и навсегда становится свершив­шимся фактом. Ее дальнейшие становление и развитие происходили и происходят уже не в недрах предшествующего общества, а на собственной основе. На ранних этапах рыночной экономики, в эпоху так называемой свободной конкуренции, неразлучными спутниками предпринимательско­го бизнеса были кризисы, классовые конфликты, социально-политические потрясения, войны. В период ***становления*** системы бизнеса деловые отно­шения еще не имели характера сформированной целостности.

Это случилось позднее, когда период становления современной системы бизнеса был завершен и *началось развитие* данной системы. Именно на этапе развития системы бизнеса системные качества бизнеса приобрели устойчивый характер, противоречия между субъектами бизнеса перестали быть безысходными, а их предпринимательские миссии начали устойчиво связываться с интересами не только самих предпринимателей, но и других членов общества.

Ситуация кардинально изменилась в середине XX в., когда современная система бизнеса приобрела черты сформированной целостности. Именно в этот исторический период некоторые страны превратились в го­сударства с развитой рыночно ориентированной экономикой (большин­ство стран Западной Европы, США, Канада, Япония). Последнюю черту под процессом становления современной системы бизнеса в таких странах подвело создание в конце прошлого столетия Евросоюза, фактическая лик­видация в Западной Европе государственных границ и переход к общей для большинства западноевропейских стран валюте - евро. Тем самым современная система бизнеса достигла международного уровня, а систем­ная интеграция бизнеса приобрела общемировое значение.

Предпринимательский бизнес начал систематически раздвигать национальные границы вскоре после окончания Второй мировой войны, ког­да, лидеры наиболее развитых стран Западной Европы пришли к понима­нию того, что сотрудничество между этими странами будет являться луч­шим способом процветания, стабильности и поддержания мира. 9 мая 1950 г. министр иностранных дел Франции Роберт Шуман предложил объ­единить угольную и сталелитейную промышленность Франции и Федера­тивной Республики Германия. Эта идея была реализована в Парижском до говоре, заключенном *в* 1951 г. шестью странами, *в* соответствии с которым было установлено Европейское сообщество угля и стали, в которое вошли Франция, ФРГ, Бельгия, Италия, Люксембург и Нидерланды. Успех Пари­жского Договора воодушевил эти страны углубить процесс европейской интеграции. В 1957 г. Римским договором было юридически оформлено ***Европейское экономическое сообщество*** (далее ЕЭС). В 1973 г. в его состав вошли Великобритания, Дания и Ирландия, в 1981 г. - Греция, в 1986 г. - Испания и Португалия.

В 1992 г. был подписан Маастрихтский Договор о ***Европейском Союзе*** (после создания Европейского Со­юза ЕЭС называют Европейским Сообществом). В 1995 г. в Европейское Сообщество вошли Австрия, Швеция и Финляндия. 1 мая 2004 г. было официально объявлено о присоединении к ЕС еще десяти стран: Че­хии, Словакии, Словении, Литвы, Латвии, Эстонии, Польши, Венгрии, Кипра и Мальты. В 1950 - 80-е гг. Европейское Сообщество базировалось, главным об­разом, на идеологии общего рынка, для которой было характерно отсут­ствие таможенных барьеров. В дальнейшем произошло выравнивание налоговых, кредитных и других регулирующих механизмов, а также создание Валютного Союза и введение единой денежной единицы (евро). В настоящее время Европейское Сообщество является самой крупной системой межгосударственной экономической интеграции в мире, причем государственные границы между странами, ранее постоянно воевавшими между собой, фактически отсутствуют.

Тенденции конкуренции и системной интеграции характерны для экономической среды современного бизнеса во всех странах с рыночно ориентированной экономикой. Они взаимно противоречивы, но представить себе современную экономику, которая бы развивалась на основе лишь одной из них, при отсутствии другой тенденции невозможно. Невозможна система бизнеса на основе тотальной конкуренции, монополизации рын­ков конкурентами-победителями, последовательно устраняющими из сферы деловой деятельности всех своих соперников. Невозможно и построение антиконкурентной экономики, в которой вместо соперничества субъектов бизнеса царили бы всеобщая любовь, товарищеская взаимопомощь и тотальное сотрудничество людей ради всеобщего блага на основе самопо­жертвования и альтруизма.

На первый взгляд, может сложиться представление о том, что эгоистические интересы субъектов бизнеса имеют первичный или основной характер, а их общественные интересы - вторичный или производный характер. Иногда отдельные люди считают также, что суть бизнеса сопряжена именно с конкуренцией предпринимателей, между тем как «работа на общественное благо» имеет производный характер, не связанный с истинными целями и предпринимательской миссией деловых людей.

Такие представления неверно отражают действительное положение вещей. Обе стороны - и частная, и общественная - в одинаковой степени выражают природу деловых отношений. Соотношение между ними не име­ет иерархического характера, и в их отношении неприемлемы определения типа ***«первичный признак», «вторичный признак».***

О первичности частного характера деловых интересов по отношению к их общественному характеру говорить не имеет смысла. Без второго просто не было бы первого. Не представляется правильной и постановка вопроса о производном характере «бизнеса для всех». Конечно, предпри­ниматели вынуждены работать для удовлетворения интересов других чле­нов общества, но вместе с тем они ведь «вынуждены» работать и на себя.

Противоречия между предпринимателями проявляются теперь та­ким образом, что каждый из субъектов бизнеса, вступая в сделку, преследу­ет не только свои частные интересы, но и отстаивает интересы общества как единого целого, ибо вне общества его деловая активность оказывается бессмысленной, превращается в *«monkey business».* Каждый из современ­ных предпринимателей занимался и продолжает заниматься своим делом (делает свой бизнес), но в обществе уже успели сформироваться социаль­ные механизмы системной интеграции, благодаря которым этот бизнес выступает общественно значимым делом. Предприниматели, придержива­ющиеся взглядов на «первичность» своих эгоистических интересов, выгля­дят неадекватно современным условиям развития мирового предпринима­тельства и имеют все шансы попасть в разряд бизнесменов-изгоев, с кото­рыми никто не желает иметь дело.

Современная система бизнеса обладает следующими важными осо­бенностями:

1. она была сформирована в рыночной экономике; современное  
   предпринимательство и рыночная экономика представляют собой неразделимое целое **- *рыночное предпринимательство;***

современный бизнес имеет ***устойчивый характер;*** его устойчи­вость обеспечивается благодаря постоянному воспроизведению деловых  
отношений; этому способствует сложившаяся среда современного бизнеса,  
взаимная польза предпринимателей, антимонопольная политика стран с  
развитой рыночно ориентированной экономикой и всего мирового сообщества;

1. противоречивое положение субъектов бизнеса, оказывающихся одновременно носителями частных (эгоистических) и общественных интере­сов, является не отрицательным, а, напротив, позитивным фактором эко­номики; эта противоречивость выступает как ***источник развития*** совре­менного бизнеса;
2. современные деловые отношения представляют собой не статичное, а ***динамичное явление;*** развитие предпринимательского бизнеса явля­ется постоянным процессом, в ходе которого деловые отношения усложня­ются, обогащаются, совершенствуются, приобретают новые и разнообразные формы проявления; этому, помимо прочего, способствует развитая система бизнес-образования, ставшая самостоятельной областью совре­менного предпринимательства;
3. данные отношения складываются в различных областях человеческой деятельности, каждая из которых имеет экономическую основу; поэто­му непосредственной областью действия деловых отношений являются ***национальные рынки*** и складывающийся ***мировой рынок*** в различных от­раслевых и видовых разрезах;
4. современный предпринимательский бизнес охватывает всю совокупность отношений между людьми, а также связанные с ними обществен­ные интересы субъектов бизнеса, включая и конфликты интересов; поэтому современная система бизнеса стала определяющим ***социальным явлением;***
5. деловые отношения имеют наряду с экономической формой также  
   форму ***правоотношений субъектов бизнеса,*** развитие которых опирается  
   не только на экономические основы общества, но и на совокупность национальных и международных правовых норм;
6. современная система бизнеса является ***самодостаточной*** (саморегулируемой и саморазвивающейся) и не нуждается в императивном внеш­нем воздействии; все необходимое для поступательного движения вперед данная система формирует сама, на основе внутренних ресурсов; по мере развития ее целостность постепенно укрепляется.

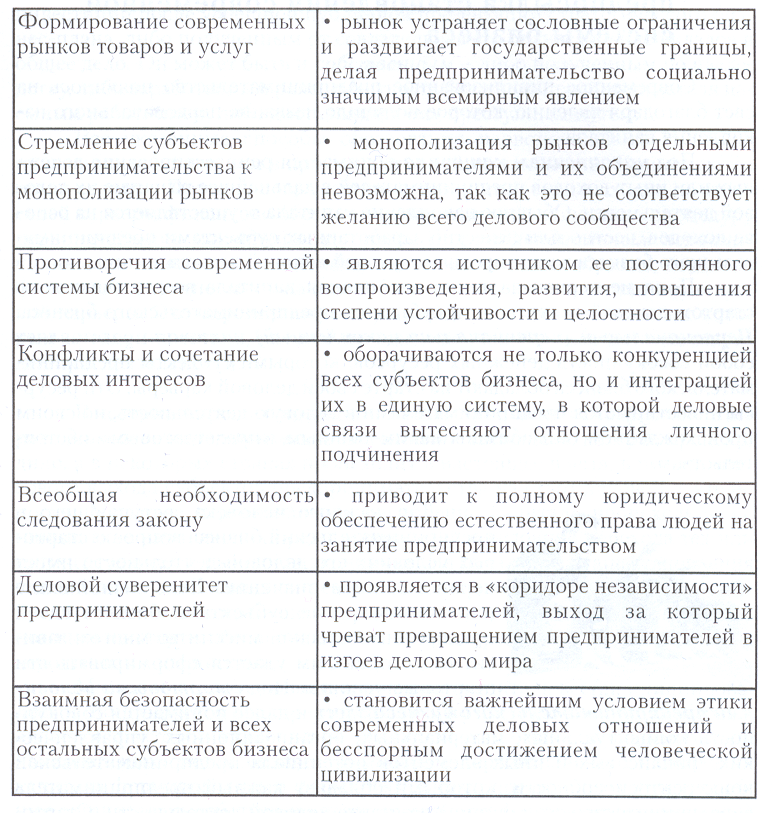
Современный бизнес прежде всего в странах с развитой рыночно ориентированной экономикой, принято называть цивилизованным. Под цивилизо­ванностью бизнеса обычно понимается целостность системы бизнеса, внутри которой противостояние субъектов бизнеса не приводит к катастрофическим потрясениям всей этой системы. Термин ***«цивилизованный бизнес»*** вполне применим потому, что сис­темный характер современного бизнеса, действи­тельно, является одним из важнейших завоеваний человеческой цивилизации.

Разрешение противоре­чий между частным и общественным в бизнесе состоит в том, что работать на себя каждый цивилизованный предприниматель может, лишь работая на других, думая о законных интересах других. Но и работать только на других, забыв о себе, он тоже не может; он остается не просто цивилизованным человеком, а цивилизованным предпринимателем.

С особенностями современного цивилизованного предпринимательского бизнеса можно познакомиться из материалов следующей таблицы.

**Таблица 1.1 Особенности современного**

Системный характер современного бизнеса оказался естественным препятствием краха и распада рыночной экономики, которые предсказыва­лись теоретиками перехода от капитализма к коммунизму. Как и всякая иная система, которая развивается динамично, постоянно поддерживая и укрепляя свою целостность, современный бизнес не только не уступил место нерыночным коммунистическим отношениям, но напротив, приоб­рел устойчивый характер во всем мире.



**1.4. Первоначальное накопление капитала как предпосылка становления современной системы бизнеса**

Современное цивилизованное предпринимательство появилось на свет благодаря явлению, которое получило название первоначального накопления капитала.

Под ***накоплением капитала*** понимается реинвестирование денежных или иных доходов предпринимателей в дальнейшее развитие их деловой деятельности. Обычное накопление капитала осуществляется на основе доходов, честно или нечестно заработанных субъектами предпринимательского бизнеса в ходе предшествующей деловой деятельности.

Понятие первоначального накопления капитала всегда связано со стартом деловой деятельности субъектов предпринимательского бизнеса. ***Первоначальный (первоначально накопленный) капитал*** представляет собой совокупность денежных ресурсов, которыми субъекты предпринимательского бизнеса обладают на старте своей деловой карьеры. Эти ресурсы инвестируются предпринимателями в деловую деятельность, но своим происхождением они обязаны каким-то иным, «предстартовым» обстоятельствам.

Для каждого человека, вступающего в предпринимательский бизнес, вопрос о старто­вых условиях его деловой деятельности имеет первостепенное значение. Ведь выполнение или невыполнение субъектами бизнеса своей предпринимательской миссии во многом зави­сит от того, как им удастся сформировать эти стартовые условия. Под ***стартовыми услови­ями предпринимательского бизнеса*** здесь и далее понимается совокуп­ность концептуальных, материальных, организационных, управленчес­ких, финансовых и иных элементов потенциала предпринимательской конкурентоспособности, которыми обладает каждый предприниматель (предпринимательская фирма) на старте деловой деятельности. Старто­вые условия бизнеса определяют степень готовности предпринимателей к деловому поведению, к вступлению в деловые отношения, к заключе­нию и исполнению сделок.

Формирование стартовых условий бизнеса является, наряду с выявлением предпринимательской миссии, одной из главных забот любого предпринимателя, вступающего в профессиональную деловую деятельность. Ему необходимо на старте своей деловой карьеры создать предпо­сылки ее последующего успешного развития. Решающее значение имеют при этом наличие и размеры первоначального, стартового капитала.

В сформированной системе современного предпринимательского бизнеса первоначальный капитал образуется разными путями. Он может быть ***заемным*** *-* либо взятым в ссуду, либо полученным в виде сторонних инвестиций после успешной публичной презентации стратегического бизнес-плана, либо полученным от совладельцев его бизнеса в виде вкладов в общее дело. Он может быть и ***собственным*** *-* либо полученным по насле­дству, либо заработанным ранее в бытность будущего предпринимателя на­емным работником, либо доставшимся ему преступным путем.

Все указанные способы образования первоначального капитала применялись в прошлом в практике деловой деятельности. Применяются они и сегодня. Поэтому современные предприниматели выходят на старт своей карьеры финансово обеспеченными людьми, осуществив процедуру первоначального накопления капитала. Под ***индивидуальным первоначальным накоплением капитала*** понимается, таким образом, создание финансовых предпосылок начала субъектами бизнеса предпринимательс­кой карьеры. Это определение содержит оценку того потенциала, с кото­рым предприниматели, каждый по одиночке, как бы выходят «на старт» деловой деятельности.

В истории мирового предпринимательского бизнеса важную роль играло ***массовое первоначальное накопление капитала,*** которое происхо­дило, а в некоторых странах происходит в настоящее время, в период мас­сового выхода субъектов предпринимательства на старт деловой деятель­ности. Массовое первоначальное накопление капитала происходило по инициативе начинающих предпринимателей в условиях перехода тех или иных государств к рыночной экономике. На начальном этапе становления каждой из национальных систем бизнеса все заинтересованные субъекты предпринимательского бизнеса стремились и стремятся занять наилучшие позиции на старте, обеспечив стартовые конкурентные преимущества над вероятными соперниками.

Массовое первоначальное накопление капитала всегда инициировалось и инициируется предпринимателями, но вместе с тем оно являлось и является фактором становления рыночной экономики и формирования национальных систем бизнеса. В процессе первоначального накопления капитала формировались и формируются сами предприниматели, способ­ные организовать собственное дело, инвестируя и реинвестируя средства в предпринимательскую деятельность, а также наемные работники - субъек­ты наемно-трудового бизнеса, способные свободно передавать свою рабо­чую силу в распоряжение работодателей. Массовый характер первоначаль­ного накопления капитала является также ключевой предпосылкой дина­мичного развертывания всех взаимосвязанных видов предпринимательс­кого бизнеса.

Первоначальное накопление капитала во все времена опиралось не только на предпринимательские таланты выходящих на старт деловой карьеры субъектов бизнеса, но и на отношения личного господства и угнетения, которые простирались от форм рабовладения и крепостничества до форм вассальной зависимости и абсолютной монархии.

**В *рабовладельческом обществе*** труд са­мого рабовладельца и членов его семьи, имев­ший место при первобытном строе и патриархальном рабстве, утрачивал свое значение. Ра­бовладелец и члены его семьи полностью осво­бождались от участия в процессе труда, и производство осуществлялось исключительно сила­ми самих рабов. Рабовладелец накапливал ка­питал за счет эксплуатации рабов и присвоения результатов их труда.

Первоначальное накопление капитала происходило в форме увеличения количества денег, земли, рабочего скота, орудий труда, рабочей силы самих рабов в руках рабовладельцев-предпринимателей. Главным средством накопления капитала были захватнические, грабительские войны, ставшие своеобразным видом предпринимательской деятельности, обеспе­чивавшей рабовладельцев рабами и материальными ценностями. Рабы принуждались к труду под страхом смерти, физического уничтожения. Ра­бы были превращены в разновидность рабочего скота, на котором лежала вся тяжесть производительного труда.

Положение раба в рабовладельческом обществе было весьма точно определено великим греческим философом Аристотелем. «Раб, - писал он,

1. является в известной степени одушевленной частью собственности... Раб
2. одушевленное орудие, а орудие - неодушевленный раб».

В Древнем Риме раба называли орудием, одаренным речью *(«instru-mentum vocale»),* в отличие от тяглового животного - мычащего орудия *(«instrumentum semivocale»)* и неодушевленного, мертвого орудия *(«instru-mentum mutum»},* каким был всякий рабочий инвентарь.

Стремление рабовладельцев к постоянному увеличению размеров накопления капитала порождало жестокие, варварские методы эксплуатации, основанные порой на зверских методах насилия и угнетения. Это при­водило к быстрому износу рабочей силы рабов, высокой смертности и ко­роткой продолжительности жизни.

Первоначальное накопление капитала ***в эпоху феодализма*** также основывалось на отношениях личного угнетения, хотя последние имели иную форму, нежели в рабовладельческом обществе. Крепостные крестьяне лично не принадлежали феодалам, но они были прикреплены к земле феодала. Поэтому накопление капитала базировалось на внеэкономическом принуждении к труду и также имело насильственный характер. Объ­екты накопления изымались у крестьян и передавались феодалам. Фео­дальная организация труда держалась на дисциплине палки.

Первоначальное накопление капитала в рабовладельческую и феодальную эпохи осуществлялось также на основе перераспределения капи­тала в пользу государственных чиновников и высшей знати с помощью налогов, сборов, податей и иных форм изъятия денежных средств.

Обратимся, наконец, к периоду ***разложения феодального общества*** и перехода к рыночной экономике. Этот период развития человеческого общества является наиболее важным для становления современной системы бизнеса. Именно в рыночной экономике прекратилась эксплуатация одних людей другими, что позволило обеспечивать субъектам разнообразных общественных отношений полноценный деловой суверенитет.

Системные качества бизнеса начали формироваться именно в пери­од перехода к рыночной экономике. Следовательно, именно в данный пе­риод человеческой истории предпринимательский бизнес, проявлявшийся ранее в виде случайной совокупности отдельных процессов, начал посте­пенно превращаться в системный объект.

В период непосредственного перехода к рыночной экономике, который в наиболее развитых странах имел место несколько веков назад, а в так называемых развивающихся странах имеет место в настоящее время, пер­воначальное накопление капитала окончательно приняло массовый харак­тер. Возникли новые формы первоначального накопления капитала. Неко­торые из них имели ***легальную основу*** и вписывались в действовавшее за­конодательство.

Можно выделить следующие легальные методы первоначального накопления капитала в период перехода к рыночной экономике:

1. создание мануфактур с использованием феодальных методов  
   прикрепления работников к средствам производства;
2. перепрофилирование землепользования, сопровождавшееся массовым сгоном крестьян с земли и превращением их в бродяг и бездомных  
   (такие процедуры во многих странах сопровождались изданием специальных законов о бродяжничестве, по которым людям запрещалось «быть без­домными» под страхом смерти);
3. накопление капитала в результате ростовщичества и спекуляции,  
   включая навязывание государственными чиновниками невыгодных клиентам условий кредитования и коммерции;
4. покровительственная таможенная политика государства, искусственно обеспечивавшая товарам «своих» предпринимателей конкурент­ные преимущества над товарами соперников;
5. раздача государственными служащими отдельным предпринимателям эксклюзивных прав и монополии на ведение деловой деятельности;
6. накопление капитала на государственном уровне с использованием  
   навязываемых обществу государственных займов;

• успешное проведение государствами так называемых торговых войн.

Некоторые методы массового первоначального накопления капитала имели в период разложения феодальных отношений и становления рыночной экономики ***полулегальный характер.*** Это были разные способы накопления капитала, общим для них было одно - они применялись как бы на грани нарушения законов государства или отдельных международных норм, признававшихся государствами.

К числу полулегальных методов массового первоначального накоп­ления капитала в период становления рыночной экономики можно отнес­ти следующие:

1. осуществление государственными служащими и предпринимателями коммерческих махинаций с использованием противоречий в законодательстве;
2. участие государственных служащих в учреждении новых компаний, создававшихся в форме акционерных обществ или иначе;
3. коррупция, взяточничество и вымогательство как форма участия  
   государственных служащих в регулировании предпринимательской деятельности;
4. колониальное ограбление зависимых народов, включая колониальную торговлю и куплю-продажу рабов;
5. ведение захватнических войн с целью приобретения новых земель,  
   производственного потенциала и рабочей силы.

Наконец, некоторые методы накопления капитала в период становления рыночной экономики имели прос­то ***нелегальный,*** т.е. преступный характер. К их числу правомерно отнесение следующих методов:

* пиратский промысел в качестве особой формы  
  накопления капитала;
* разбойные нападения, убийства, грабежи с целью увеличения размеров капитала.

Первоначальное накопление капитала в период

становления современной системы бизнеса осуществлялось и осуществляется, образно выражаясь, не в белых перчатках. Об этом важно сказать не только ради сравнения присущих ему методов с современными инструментами цивилизованного бизнеса. Необходимо подчеркнуть, что переход к рыночной экономике никогда не основывался на наличии, создании или обеспечении ***равных стартовых условий бизнеса.***

Равенство стартовых условий в условиях массового старта предпри­нимательского бизнеса - не более чем миф. В результате индивидуально­го первоначального накопления капитала каждый предприниматель всег­да начинает отличаться от любого другого размерами денежных средств, которые ему удается мобилизовать для своего дела. В периоды массового первоначального накопления капитала такие различия имеют повсеместное значение - ведь на карту каждым из субъектов бизнеса ставится будущее его дела, которое он стремится создать на века, по сути, жизненное благополучие его самого и его потомков. От того, какие именно стартовые условия достанутся ему, какие конкурентные позиции он займет, форми­руя собственный бизнес, зависят судьбы целых предпринимательских поколений.

На старт деловых отношений будущие субъекты бизнеса всегда выходили с разной степенью концептуальной, ресурсной, финансовой, поли­тической готовности. Они по-разному изучали и оценивали свои деловые возможности и свой потенциал (не всегда объективно и обоснованно), их целеполагание не всегда соответствовало потребностям рынка и - самое главное - они обладали разным потенциалом и разными стартовыми кон­курентными преимуществами. Поэтому несовпадение стартовых условий бизнеса делало и делает неизбежным возникновение противоречий между субъектами бизнеса уже на старте их деловых отношений.

Современный бизнес сформировался именно в результате массового первоначального накопления капитала. Он содержит отдельные ***пережитки периода первоначального накопления капитала* и при**

определенных условиях может воспроизводить тенденции прошлого. Это проявляется, например, в формах разного рода корыстных преступлений, использовании рабства, коррупции в среде государственных служащих.

Пережитки периода первоначального накопления капитала часто определенным образом влияют на формирование сознания современных лю­дей. Игра маленьких детей «в рабов» может быть расценена лишь как ша­лость, соответствующая возрасту, но когда в сферу бизнеса проникают лю­ди, исповедующие принципы вседозволенности - это уже социально опас­ное явление.

Однако отсутствие белых перчаток на стар­те становления системы бизнеса не ставит под сомнение возможность формирования впоследствии вполне цивилизованной современной сис­темы бизнеса, очевидцами поступательного раз­вития которой в развитых странах с рыночно ориентированной экономикой и в рамках мирового сообщества мы являемся.

**1.5. Национальные системы современного мирового бизнеса**

Несмотря на устойчивость и целостность, предпринимательский бизнес не является однородным в различных странах. Не похожи друг на друга и сами предприниматели. Современные деловые отношения дифференцируются в различных странах по степени развития, особенностям модификации, уровню зрелости, историческим, социальным и иным признакам.

Такая неодинаковость обусловливается разными причинами, которые имеют объективный и субъективный характер. Важнейшими объективными причинами являются уровень развития национальной экономи­ки того или иного государства, степень зрелости всей совокупности обще­ственных отношений, а также особенности становления национальных систем бизнеса.

Развитие деловых отношений в течение длительной исторической эпохи делает необходимым выделение общих черт бизнеса, характерных для современной системы деловых отношений в целом, и особенных его черт, присущих лишь тем или иным национальным системам бизнеса. Учет этого обстоятельства позволяет обратить внимание на ***единство общего и особенного*** в бизнесе.

В каждой стране массовое первоначальное накопление капитала, ста­новление национальной системы бизнеса и последующий выход ее на меж­дународный уровень деловых отношений происходили в разное время. Так, в Англии становление системы рыночного предпринимательства следует вести от печально известного огораживания земли в XVI в., а затем — от реформ Оливера Кромвеля, возглавлявшего успешный антимонархический переворот в середине XVII в.

«Отцом» рыночного предпринимательства во Франции нужно признать Наполеона Бонапарта, во­шедшего в историю не только знаменитыми «наполео­новскими» войнами, но и классическим законодатель­ным актом - «Гражданским кодексом», принятым в пе­риод его правления, в первой половине XIX в. В нем были закреплен деловой суверенитет французских предпринимателей, зафиксирована их права, а также их ответственность перед обществом и другими граж­данами.

Германия во многом обязана своей системой бизнеса фельдмаршалу Отто Бисмарку, Италия - легендарному королю Виктору-Эммануилу (Витторе-Эммануэле), памятники которому украшают центральные площади почти любого современного итальянского города. Оба названных деятеля трудились во второй половине XIX в.

Страны, ставшие на путь рыночной экономики во второй половине XX в., также весьма часто обязаны формированием национальных систем бизнеса людям в погонах. Современные «отцы» национальных систем бизнеса, как правило, захватывали власть в той или стране в результате военного переворота и, пользуясь неограниченными диктаторскими полномочиями, проводили рыночные преобразования. Таковыми являлись, например, испанский диктатор Франко, аргентинский диктатор Хуан Перон, корейские диктаторы Чон Ду Хван и Ро Дэ У, чилийский диктатор Аугусто Пиночет.

Благодаря первоначальному накоплению капитала рыночная экономика вышла из недр предшествующих экономических форм человеческого общества, и, следовательно, ***макроэкономические стартовые условия*** предпринимательского бизнеса сформировались в разных странах по-разному. Объективные причины неоднородности национальных систем бизнеса сохраняют свое значение и по сей день.

В дальнейшем на уровень развития национальных систем бизнеса определяющее влияние оказывали также концептуальные основы и принципы государственной политики в области бизнеса, проводившиеся в жизнь в этих странах органами государственной власти и управления. Данные принципы выступают важнейшей ***субъективной причиной*** неоднородности национальных систем современного бизнеса. Государственная политика в области бизнеса оказывает определяющее воздействие на практику установления и применения правовых правил и норм, на содержание прав и ответственности предпринимателей, на границы коридоров их неза­висимости и особенности их делового суверенитета.

Укажем на несколько типов национальных систем современного бизнеса, встречающихся в мировой практике деловой деятельности и имею­щих распространение в разных странах с рыночно ориентированной эконо­микой. По-разному формируются в этих странах и субъекты предпринима­тельского бизнеса.

Первой назовем ***инициативную модель предпринимательства,*** классическим примером которой являются Соединенные Штаты Америки. Исторической родиной данной модели является Великобритания, но именно в США идеология инициативного предпринимательства получила наибольшее распространение вследствие особен­ностей первоначального накопления капитала в данной стране.

Американское предпринимательство и американская экономика создавались инициативными и предприимчивыми людьми, бежавшими от феодального угнетения, отсутствия перспектив карьерного роста, нищеты и бесправия. Они эмигрировали за океан в поисках свободы и наилучших стартовых условий занятия предпринимательством из разных европейских стран, а впоследствии - отовсюду. «Новые американцы» активно заселяли и осваивали территории; им не были знакомы сословные ограничения и межнациональные предрассудки. Переселенцы и их потомки по сути утра­чивали и прежний сословный статус, и национальность - они становились американскими гражданами.

Принцип свободы и независимости всегда имел и продолжает иметь решающее значение для всех американских предпринимателей. Освоение новых территорий стало основной формой массового первоначального на­копления капитала в США. На американском континенте не прижилось рабство - именно оно оказалось одной из причин Гражданской войны, за­вершившейся искоренением этого явления.

Свободное предпринимательство и свободная конкуренция были и остаются в США ключевыми общественными идеалами деловых отношений. На протяжении веков американский бизнес развивался за счет ини­циативы самих предпринимателей при относительно незначительной ро­ли государства в регулировании бизнеса. Государственная собственность была во все времена ограничена в США лишь учреждениями социального предназначения (больницы, образовательные учреждения). Именно в США родилась одна из наиболее известных сегодня научных экономичес­ких школ, в основе которых лежат представления о необходимости обес­печения предпринимателям максимально широкого коридора независи­мости - монетаризм, - основатель которого профессор Чикагского уни­верситета Милтон Фридмэн был удостоен в 1976 г. Нобелевской премии по экономике.

Конечно, не следует считать, что американский бизнес все еще нахо­дится на этапе свободной конкуренции. Данный этап был давно преодолен, причем именно в США в 1890 г. был принят первый и самый знаменитый по сей день антимонопольный закон - Закон Шермана. В 30-е гг. прошлого века Америка в целях выхода из Великой депрессии (мирового экономического кризиса 1929-1932 гг.) согласилась на широкомасштабное государ­ственное вмешательство в развитие предпринимательства, получившее название «нового курса президента Рузвельта».

Однако и сегодня свобода и независимость предпринимателей - носителей инициативы и предп­риимчивости, главных двигателей экономического и социального прогресса в американском обществе -продолжают почитаться в качестве основной ценности современной человеческой цивилизации. Монетарис­тские взгляды лежали в основе рейганомики, которая, по всеобщему признанию, обеспечила США невидан­ное экономическое процветание в 80-е гг. XX в.

В настоящее время признаки инициативной модели предпринимательства можно наблюдать не только в США и Великобритании, но также в Канаде, большинстве стран Латинской Америки (Чили, Аргентина, Бразилия), некоторых государствах ЮгоВосточной Азии (Республика Корея, Малайзия, Сингапур, Филиппины). Ставку на данную модель пыталось делать и российское руководство, проводя в 90-е гг. прошлого века крупно­масштабные экономические преобразования. Они иногда называются американизацией российской национальной экономики.

Прямой противоположностью инициативной модели предпринимательства являются национальные системы бизнеса, важную направляющую роль в развитии которых играют, наряду с самими предпринимателями, органы государственной власти и управления. Такие системы имеют распространение прежде всего в ряде стран Западной Европы (Франция, Италия, Бельгия, Португалия), а их существо можно выразить с помощью термина «дирижизм», вошедшего в лексикон благодаря популярным во Франции теориям благотворного государственного влияния на бизнес.

Рассматриваемая модель базируется на представлениях о том, что противоречия деловых интересов субъектов предпринимательского бизне­са имеют непреодолимый характер, но их негативное влияние может быть успешно нивелировано при условии, что в национальной экономике мощ­но представлен государственный сектор. Такой сектор работает, прежде всего, на выполнение государственных заказов и заданий. Он является уравновешивающей силой для конкурентов - негосударственных предпринимателей. Он же призван стабилизировать рынок труда, содействовать занятости населения. Не случайно многие флагманы современного предпринимательского бизнеса во Франции и в Италии имеют организационно-правовую форму государственных предприятий *(«Renault», «Citroen»,*

Кроме того, государственное предпринимательство обеспечивает потребность и в постоянном государственном регулировании и программировании всей национальной экономики как единого целого. Государственные властные и исполнительные органы, подобно дирижерам, управляющим симфоническими оркестрами, как бы дирижируют всеми субъек­тами предпринимательства и, тем самым, обеспечивают целостность наци­онального бизнеса, устойчивость его поступатель­ного развития. Отсюда и определение ***модели ди­рижизма в предпринимательстве.***

Модель дирижизма в предпринимательстве не отвергает самостоятельности субъектов предпринимательского бизнеса, не отказывает им в пра­ве на инициативу, активность и предприимчи­вость. Однако главными достижениями современ­ной предпринимательской цивилизации она пола­гает все же включение государства непосредствен но в предпринимательскую деятельность, крайнюю жесткость централизованного регулирования развития бизнеса, прежде всего, в сфере налогооб­ложения и контроля легализации подозрительных доходов, а также лояль­ность к властям и законопослушность предпринимателей.

Третья модель национальной системы бизнеса представлена в государствах, тяготеющих к так называемой социальной рыночной экономике. Ее можно определить как ***модель социально ответственного бизнеса.***

Социальная рыночная экономика впервые возникла во второй половине XX в. в послевоенной Федеративной Республике Германии вследствие экономических реформ, инициированных знаменитым западногерманским канцлером Людвигом Эрхардом. Позднее она получила распространение в других европейских странах, таких, прежде всего как Норвегия, Дания и Швеция. Ее главной особенностью является признание в качестве основного достижения современной цивилизации взаимной ответствен­ности между субъектами предпринимательского бизнеса и обществом. Об­щество обеспечивает процветание предпринимателей, предприниматели заботятся о процветании общества.

В отличие от модели дирижизма в предпринимательстве модель социально ответственного бизнеса базируется не на выделении государственных предприятий в качестве приоритетных субъектов национального бизнеса, а на обеспечении всем предпринимателям наилучших возможнос­тей проявления деловых способностей и талантов. Предприниматели должны быть наиболее полно и последовательно мотивированы на дости­жение высоких результатов в бизнесе.

Данные достижения рассматриваются, далее, не только как исключительные успехи самих предпринимателей, но, прежде всего, как результат взаимовыгодного сотрудничества государства и бизнеса. Поэтому предп­ринимательские доходы не воспринимаются как исключительное достоя­ние лишь непосредственно получающих их субъектов предпринимательс­кого бизнеса. Социально ответственный бизнес вынужден делиться ими с обществом как единым целым.

Делается это, как правило, с помощью налогообложения, причем размеры налога на прибыль, к примеру, в некоторых Скандинавских странах, доходят до 50%. Столь высокий уровень отчисления финансовых ресурсов, заработанных предпринимателями, в пользу государства объясняется не­обходимостью содержания социальной сферы, обеспечения социальных гарантий наемным работникам, пенсионерам, молодежи, временно нетру­доспособным и безработным гражданам. Если уж предприниматели предс­тавляют собой передовой и наиболее прогрессивный отряд человечества, они, как полагают теоретики модели социально ответственного бизнеса, должны быть передовыми во всем, в том числе в социальной поддержке граждане предпринимателей своими доходами.

За счет подобных перераспределений обеспечивается социальная стабильность в обществе, общество предохраняется от разрушительных социальных конфликтов, подобных тем, которые сотрясали рыночную эко­номику в XIX веке и породили представления о необходимости замены ры­ночной экономики социализмом и коммунизмом. Настоящий социализм, оказывается, вполне может быть достижим при социальной рыночной эко­номике - такова официальная доктрина, лежащая в основе государствен­ной политики в области бизнеса в рассматриваемых странах. Не случайно широкое распространение имеют в них сегодня такие образные выраже­ния, как ***«шведский социализма, «норвежский социализм»,* др.**

Четвертой моделью национальной системы бизнеса является ***патерналистская модель сотрудничества в бизнесе.*** Родиной данной модели является Япония. Именно ей современ­ная Япония обязана неправдоподобно высокими темпами экономического развития во второй по­ловине XX в., ставшими основой так называемо­го ***«японского экономического чуда».*** Чудо сос­тояло в том, что Япония, потерпев сокрушитель­ное поражение во Второй мировой войне, всего за несколько десятилетий превратилась из отстало­го полуфеодального государства с обанкротившейся экономикой и мо­рально надломленным населением в процветающую державу, устойчиво входящую в элиту мирового бизнеса.

Японские предпринимательские фирмы устойчиво доминируют сегодня во многих областях современного мирового предпринимательства, прежде всего, в производстве бытовой техники, электроники, средств свя­зи, автомобилестроении, финансовом бизнесе. В десятке ведущих коммер­ческих банков земного шара восемь мест уверенно держат японские бан­ки. Столица Японии Токио превратилась в один из ведущих центров меж­дународного финансового и коммерческого предпринимательства. Торги на токийских биржах (товарной, фондовой, валютной) всякий раз откры­вают ежедневную общемировую биржевую сессию, а котировки токийс­ких бирж служат маяком во всем общемировом конъюнктурном ценооб­разовании.

Национальная модель бизнеса по-японски содержит ряд особенностей. Данная модель опирается на инициативное негосударственное предп­ринимательство, причем жесткая конкуренция должна охватывать не толь­ко сферу соперничества различных компаний, но и внутрифирменные предпринимательские проекты. Крупным предпринимательским фирмам необходимо диверсифицировать свою деятельность, им следует рассредо­точивать риски между различными направлениями бизнеса.

Острое соперничество между различными предпринимательскими проектами подкрепляется сотрудничеством между предпринимателями - владельцами бизнеса, а также рабочими и служащими их компаний в деле достижения успехов. Речь идет не об обычных отношениях работодателей и наемных работников. Сотрудники компании провозглашаются полноправными партнерами предпринимателей в их борьбе с конкурентами, хотя они таковыми, конечно, не являются, не будучи совладельца­ми бизнеса.

Процветание родной фирмы объявляется важнейшей жизненной установкой для миллионов людей. Преданность компании рассматривается как положительное моральное качество, которое имеет решающее значе­ние в их стремлении сделать успешную профессиональную карьеру. Детей с ранних лет приучают к мысли о великом будущем, неразрывно связанном с благополучием компании, в стенах которой верно трудились и продолжают трудиться их отцы и деды.

В свою очередь владельцы бизнеса принимают на себя обязательства по оказанию постоянного внимания нуждам своих сотрудников. Предпри­ниматели готовы заботиться об их благосостоянии, о повышении ими своей профессиональной квалификации, о здоровье и благополучии их детей. Тем самым они как бы демонстрируют ***предпринимательский патерна­лизм*** *-* отцовское направляющее начало - по отношению к служащим сво­их компаний, действительно, помогающим им в конкурентной борьбе («патернализм» буквально означает «отцовство»).

Примечательным явлением последних деся­тилетий XX в. и начала XXI в. стала ***модель социа­листической рыночной экономики.*** Она получила развитие в Китайской Народной Республике, поэто­му ее иногда определяют как ***китайскую модель бизнеса.*** Данная модель сочетает инициативное предпринимательство с политической монополией одной партии - Коммунистической партии Китая (КПК). Китайская компартия бессменно осущес­твляет политическое руководство страной с момен­та прихода к власти в годы Второй мировой войны. В середине 70-х гг. прошлого века, по инициативе одного из тогдашних лидеров КПК Дэн Сяо-пина, Китай сделал резкий поворот от курса на построение социализма и коммунизма к формированию основ рыночной экономики.

В число особенностей современного бизнеса по-китайски входят:

1. развитие совместного предпринимательства в крупном производственном бизнесе, в котором с китайской стороны участвуют частные  
   предприниматели и государственные предприятия,
2. поддержание особых экономических зон на территории страны, которые могли бы выполнять функцию мировых центров бизнеса, таких, нап­ример, как Гонконг,
3. активное привлечение инвестиций в национальную экономику со  
   стороны состоятельных этнических китайцев, постоянно проживающих за  
   рубежом

- поощрение выезда китайцев за рубеж для ведения систематической  
предпринимательской деятельности,

- массовое мелкое предпринимательство внутри Китая.

За короткие сроки китайский бизнес добился немалых успехов, прежде всего, в сфере производства товаров широкого потребления. Дешевый китайский ширпотреб буквально наводнил рынки соответствующей продукции во всем мире, включая страны Западной Европы и США. Лейбл *«made in China»* сделался привычным для конечных потребителей товаров массового спроса. Столь же привычным является сегодня и наличие *«чай-натаунов»* (от английского *«chinatown») -* мест компактного проживания этнических китайцев и ведения ими мелкого бизнеса - в столицах ведущих стран с рыночно ориентированной экономикой.

На протяжении почти трех десятилетий (с середины 70-х гг. прошлого века) Коммунистическая партия Китая сохраняет политическую власть в стране, выступает главным мотором проводимых реформ и старается быть эффективным дирижером деятельности всех субъектов бизнеса.

В современном мире можно выделить и другие национальные системы бизнеса. В следующей главе учебника предметом изучения станут особенности современного российского бизнеса.