История предпринимательства в России

Древнерусское государство, созданное в конце IX века складывается путем объединения восточнославянских племен, располагавшихся вдоль знаменитого торгового пути “из варяг в греки”. Торговля являлась одной из основ хозяйственной жизни славян.

Оплотом развития предпринимательства на Руси становились города, в которых сосредотачивались массы товаров, распределяемые отсюда как по стране, так и за рубеж. Вокруг городов возникало множество торговых и промысловых поселений. Сюда сходились для торговли купцы, бобровники, бортники, звероловы, лыкодеры и другие тогдашние "промышленники". Места эти получали названия погостов. После принятия христианства здесь совершались сделки, заключались договоры, отсюда пошла традиция ярмарочной торговли. В подвалах церквей хранился необходимый для торговли инвентарь, складывались товары, а также хранились торговые договоры.

Купцы и предприниматели в Древней Руси не были выделены в отдельное сословие. В предпринимательской деятельности принимали участие все слои общества (в том числе князья и бояре). По словам византийского императора Константина Багрянородного русские купцы в ноябре отправлялись вглубь страны, на погосты, чтобы распродать византийские товары и скупить товары для зарубежной торговли на следующий год. Весной они возвращались в Киев, а из Киева на суднах добирались до Царьграда. В данном городе русские купцы пользовались различными льготами. Шесть месяцев они торговали в Царьграде и возвращались к себе на родину не ранее октября. Такая предпринимательская деятельность велась Русью не одно столетие. Круговорот торговой жизни сыграл огромную роль в освоении и объединении русских земель.

Русские купцы вели торговлю не только с Царьградом. Большая торговля велась с варягами, у которых покупали бронзовые и железные изделия (особенно мечи и топоры), олово и свинец, а также с арабами, откуда в страну поступали бисер, драгоценные камни, ковры, сафьян, сабли, пряности.

Первый русский свод законов "Русская правда" был пронизан духом предпринимательства. Он мог возникнуть только в обществе, где важнейшим занятием была торговля, а интересы жителей тесно связаны с результатом торговых операций. В своде законов четко были определены такие понятия как краткосрочный и долгосрочный займы, торговая комиссия и вклад в торговое компанейское предприятие, торговый кредит и другие; давался определенный порядок взыскания долгов с несостоятельного должника при ликвидации его дел.

Успешный рост предпринимательской деятельности в Древней Руси подтверждался широким развитием кредитных отношений. Новгородский предприниматель купец Климята (Клемент), живший в конце XII - начале XIII века, сочетал свою широкую торговую деятельность с предоставлением кредитов.

Он не только предоставлял кредиты, но и брал их.

По поводу предпринимательского кредита на Руси было особое мнение. Считалось не по-христиански брать высокие проценты. Однако пришлые люди пытались заниматься ростовщичеством под огромные проценты, что зачастую кончалось для них плачевно. Позднее Владимиром Мономахом был введен Устав, который резко ограничивал сумму процента, выплачиваемого по кредиту (не более 20% в год), и тем самым подрывал позиции паразитического предпринимательства, наживавшегося на народной нужде.

В эпоху Ивана Грозного символом русского предпринимательства становится энергичная деятельность купцов Строгановых. Самый знаменитый основатель рода Строгановых Аника Федорович продолжил и довел до совершенства сольвычегодские варницы и построил множество варниц на Кольской губе. Он также вел большую торговлю с иностранными купцами. Строгановы торговали и с народами Урала и Приуралья, что способствовало началу активного освоения русскими людьми Урала и Сибири.

Потомки Аники Федоровича строили города, предприятия, множество разных храмов, были инициаторами отправления отрядов Ермака на завоевание Сибири, всячески способствовали освобождению Руси от интервентов. Строгановы прославились не только предпринимательской деятельностью, но и меценатством.

Рядом со Строгановыми успешно работали их многочисленные конкуренты, крупные солепромышленники, торговцы, гости: Никитниковы, Шорины, Светешниковы, Веневитиновы и другие.

Москва XV века, по свидетельству многих иностранцев, бывших там, отличалась особым изобилием дешевых съестных продуктов, что свидетельствовало о широком развитии товарных отношений среди крестьян. Ремесленными изделиями торговали в лавках, на рынках и в мастерских. С глубокой древности ряд дешевых массовых товаров, изготавливаемых городскими ремесленниками, распространялся купцами-коробейниками по всей стране.

Русские купцы вели торговлю с Литвой, Персией, Хивой, Бухарой, Крымом, Кафой, Азовом и другими странами.

Уже в XVI-XVII веках Россия обладает сильно развитой торговой сетью. В городах, посадах, селах, возле монастырей, на ярмарках ведут оживленную торговлю многие тысячи купцов и торговцев, идет интенсивный обмен товарами между отдельными районами страны, т. е. возникает всероссийский рынок.

В XVII веке в Москве торговое, купеческое сословие из разряда тяглых людей выделяется в особую группу городских или посадских людей, которая в свою очередь разделялась на гостей, гостиную и суконную сотни и слободы. Самое высшее и подчетное место принадлежало гостям. Звание это получали от царя самые крупные предприниматели с торговым оборотом не меньше 20 тысяч в год. Они были свободны от уплаты пошлин, вносимых купцами рангом пониже, занимали высшие финансовые должности, а также имели право покупать в свое владение вотчины.

Члены гостиной и суконной сотен пользовались также большими привилегиями, занимали видное место в финансовой иерархии, но уступали гостям в "чести". Гостиные и суконные сотни имели самоуправление, их общие дела вершили выборные головы и старшины.

Низший разряд купечества представляли жители черных сотен и слобод. Это были преимущественно ремесленные самоуправляемые организации, сами производившие товары, которые потом продавали.

Сфера деятельности русских купцов и предпринимателей XVII века была огромна, отражала всю географию экономического освоения России. Из Москвы брали начало 6 основных путей торгово-предпринимательской деятельности русских купцов: Беломорский (Вологодский), Новгородский, Поволжский, Сибирский, Смоленский и Украинский.

Беломорский путь шел через Вологду по Сухоне и Северной Двине в Архангельск и на Белое море, а оттуда в зарубежные страны. Центрами русского предпринимательства на этом пути были: Великий Устюг, Тотьма, Сольвычегодск, Яренск, Усть-Сысольск.

Новгородский (Балтийский) торговый путь шел из Москвы в Тверь, Торжок, Вышний Волочек, Валдай, Новгород, Псков, затем к Балтийскому морю.

Поволжский путь проходил по рекам Москва, Ока и Волга, а затем через каспийское море в Персию, Хиву и Бухару. Главным предпринимательским центром на этом пути был Нижний Новгород.

Сибирский путь шел водой из Москвы до Нижнего Новгорода и до Соликамска. От Соликамска купцы волоком двигались до Верхотурья, а затем снова водой до Тобольска, через Туринск и Тюмень. Далее дорога шла на Енисейск мимо Сургута, Нарыма. От Енисейска купцы двигались в сторону Илимского острога по Тунгуске и Илиму. Часть купцов продолжала путь и дальше, достигая Якутска и Охотска, проникая даже на Амур. Главным предпринимательским центром Руси по торговле с Китаем был Нерчинск.

Смоленский (Литовский) путь шел из Москвы через Смоленск и Польшу, но из-за постоянных войн этот путь для широкой торговли использовался сравнительно мало.

Степной Малороссийский (Крымский) путь пролегал через рязанские, тамбовские, воронежские края, выходил к донским степям, а оттуда в Крым. Главными предпринимательскими центрами данного пути были Лебедянь, Путивль, Елец, Козлов, Коротояк, Острогожск, Белгород, Валуйки.

В экономическое освоение огромной территории России предприниматели вложили гигантские усилия. Осуществляя торговлю теми или иными товарами, они нередко принимали участие в организации их производства.

Русский купец из посадских людей города Ярославля Григорий Леонтьевич Никитников вел крупную торговлю в Европейской России, Сибири, Средней Азии и Иране. Но основу его богатства составила торговля сибирской пушниной. В 1614 году он получает звание гостя. Никитников вкладывал капиталы в солеваренную промышленность. В конце 30-х годов в Соликамском уезде Никитникову принадлежали 30 варниц. Он торговал солью во многих городах России.

Петр I создал благоприятные условия для реализации лучших качеств русского предпринимателя и работника. Он сделал ставку на использование их творческой инициативы и самостоятельности. Петр I, по словам академика Струмилина, своими реформами впервые открывал широкую дорогу индустриальному предпринимательству.

Весьма характерно, что большая часть русских предпринимателей Петровского времени, как и в более поздний период, вышла из крестьян или посадских людей. И это, прежде всего, самые выдающиеся фамилии русских предпринимателей - Морозовы, Рябушинские, Прохоровы, Гарелины, Грачевы, Локаловы, Горбуновы, Скворцовы и многие другие. Каждый из этих предпринимателей организовывал огромные производства, которые снабжали своей продукцией десятки, а то и сотни тысяч людей в России и за границей.

Для развития индустриального предпринимательства при Петре I создаются специальные правительственные органы - Берг-коллегия и Мануфактур-коллегия, которые разрабатывают программу мероприятий содействия промышленному развитию путем предоставления различных привилегий и льгот. Частные предприниматели для устройства фабрик и заводов получали ссуды без процентов; их снабжали инструментами и орудиями производства; освобождали от государственной службы; предоставляли временные льготы от податей и пошлин, беспошлинный привоз из-за границы машин и инструментов; обеспечивали гарантированными государственными заказами.

Если при Петре еще существовали некоторые ограничения и стеснялась свобода торговли, то уже при Екатерине II ликвидируется необходимость получения "разрешительных указов" на открытие предприятия и его устройство. Екатерина II создает самые благоприятные условия для развития русского предпринимательства. Она отменяет все возможные ограничения. Одновременно объявляется об уничтожении монополий и введение полной свободы торговли.

В 1785 году российские предприниматели получают от Екатерины жалованную грамоту, которая сильно возвысила их положение. Согласно этой грамоте, все купцы были разделены на три гильдии. К первой гильдии относились купцы, владевшие капиталом не менее 10 тысяч рублей. Они получали право оптовой торговли в России и за границей, а также право заводить фабрики и заводы. Ко второй гильдии принадлежали купцы с капиталом от 5 до 10 тысяч рублей. Они получали право оптовой и розничной торговли в России. Третью гильдию составляли купцы с капиталом от 1 до 5 тысяч рублей. Эта категория купцов имела право только на розничную торговлю. Купцы всех гильдий были освобождены от подушной подати, а также от личной рекрутской повинности.

Вводилось также понятие "именитый гражданин". По статусу он был выше купца первой гильдии, ибо должен был обладать капиталом не менее, чем на 100 тысяч руб. "Именитые граждане" получали право иметь загородные дачи, сады, заводы и фабрики. За XVIII век количество промышленных предприятий увеличилось в 10-12 раз. По ряду экономических показателей Россия вышла на самые передовые рубежи.

Предприятия уральских предпринимателей и, прежде всего, демидовские заводы стали материальной базой стремительного рывка России в XVIII веке. Русские предприниматели имели огромный успех в технической области. Черная металлургия России была самой передовой в мире. Уже первые уральские домны, построенные на заводах Демидовых, оказались значительно крупнее, продуктивнее и экономичнее английских, которые в то время считались лучшими.

Активным внедрением технических новшеств характеризовалось русское промышленное предпринимательство и в других отраслях, нередко опережая лучшие достижения мировой технической мысли. К таким новшествам относятся: двухцилиндровая паровая машина, созданная механиком-самоучкой Ползуновым (1765 г.); совершенный копировальный токарный станок с механическим суппортом, заменяющим руку человека, который изобрел механик Андрей Нартов; чесальная и прядильная машины; прокатные валки и станы и многие другие.

Русское предпринимательство было крепко своей родовой преемственностью и сословной сплоченностью. Купеческие ряды поддерживали друг друга, роднились между собой.

Широкое развитие частной инициативы снизу породило мощное промышленное движение. Так, в районах старинного ткачества посадские и крестьянские дети, начиная с кустарной светелки ручного ткача и набойщика, постепенно создают крупные текстильные предприятия.

Крепостной графа Шереметева Бутримов Г. И. в 1741 году основал текстильную мануфактуру, на которой работали вольнонаемные работные люди. Мануфактура при нем быстро расширялась. После его смерти мануфактура переходит в руки другого крепостного крестьянина (Грачева).

Крепостной крестьянин Иван Матвеевич Гарелин сначала занимался посреднической торговлей полотнами. К 1765 году он накопил достаточно денег и купил полотняную мануфактуру. Его наследники значительно приумножили дело. В 1817 году чистая прибыль предприятия приближалась к 50 тысячам руб. В 1828 году Гарелины выкупились на волю, хотя были принуждены помещиком оставить в его собственности и мануфактуру, и дома с хозяйственными постройками, и более 700 десятин земли. Также помещик требовал с них еще 25 тысяч наличными. Тем не менее, Гарелины в 1837 году выкупили у помещика свое предприятие, переоборудовали его, сделав одним из самых передовых в России и Европе.

В промышленности сложилось разделение сфер предпринимательства - с одной стороны, развитие крупной промышленности, ориентированной преимущественно на зажиточного и богатого горожанина, дворянство, царский двор, вывоз за границу; с другой - бурный рост мелкой крестьянской и кустарно-ремесленной промышленности, ориентированной на широкие народные массы.

Домашняя крестьянская и кустарно-ремесленная промышленность удерживала значительную часть покупательского спроса простого народа, потребности которого крупная промышленность не могла выполнить или считала невыгодным.

Между крестьянской и крупной промышленностью постоянно шла конкурентная борьба. Крестьяне, работавшие на дому, и кустари зачастую были и продавцами своих изделий, что позволяло им еще более успешно конкурировать с крупной промышленностью.

Развитие частной инициативы путем отмены различных ограничений и запретов сопровождалось активной государственной политикой таможенного тарифного регулирования, имеющей преимущественно охранительный характер. Это означало ограничение допуска на русский рынок товаров, которые были способны серьезно конкурировать с отечественными.

Символом русского предпринимательства XIX века стала семья старообрядцев Морозовых. Родоначальник семьи Савва Васильевич Морозов, крепостной крестьянин, работал ткачом на фабрике, а через некоторое время он сам стал владельцем шелкоткацкого заведения. В 1820 году Савва Морозов вместе с сыновьями выкупается на волю за 17 тысяч руб. В 1820 -1840-е годы Морозовы создали четыре хлопчатобумажных фабрики, которые во второй половине XIX века вырастают в четыре огромных фирмы. Перед революцией собственные капиталы семьи составляли более 110 млн. руб.

19 февраля 1861 г. манифестом Александра II крепостное право было отменено. Вслед за этим последовал ряд реформ. Великие реформы 60-70х годов XIX века разделил историю России на дореформенный период и пореформенный период. Пореформенный период, который продлился до 1913 года, можно назвать “золотым веком предпринимательства”. Отмена крепостного права освободила крестьян, дав им и потенциальную возможность для занятия предпринимательством. Великие реформы создали условия для быстрого роста фабричной системы, основанной на применении машин и паровых двигателей, благодаря чему к 80-м годам завершился промышленный переворот в важнейших отраслях: металлургической, горнорудной, угольной. Усиливалась концентрация производства, которая привела к появлению монопольных объединений.

В целом темпы русского предпринимательства в XIX веке были просто поразительны. С 1802 по 1881 годы численность фабрик увеличилась почти в 13 раз, а численность рабочих - более, чем в 8 раз. Только за 1804-1863 годы производительность труда увеличилась почти в пять раз.

Традиция ярмарок стала сердцем русского предпринимательства, ибо ярмарки были для России своего рода биржами. Было в России место, куда ежегодно в августе со всех концов страны и света стекалось огромное количество людей. Это Нижегородская Макарьевская ярмарка. Здесь можно было купить или договориться о покупке любого товара, производимого в России, заключить сделки, наряду с крупно-оптовой торговлей была и мелочная - розничная, разносная.

Ярмарка товаров была одновременно и ярмаркой-смотров всех творческих сил, технических новинок, тут же рождалась предприимчивость, сколачивались артели, товарищества.

Ярмарка была самым чутким барометром экономической жизни и ее надежным регулятором. Именно здесь формировался баланс между спросом и предложением, производством и потреблением главных российских продуктов.

Для русских предпринимателей ярмарка была одной из самых понятных, доступных и привлекательных форм хозяйственного общения, развивавшихся в рамках народных традиций и обычаев.

Особый этап русского предпринимательства приходится на конец XIX - начало XX веков. Происходит обновление предпринимательства. Лидерство в деловом мире начинает постепенно переходить от фабрикантов традиционных отраслей (текстильной, переработки сельхозпродуктов и т. п.) к фабрикантам передовых технологий - машиностроения и металлообработки. Происходит гигантское усиление роли банков и страховых учреждений. Начинает преобладать акционерная форма предпринимательства.

Символом предпринимательства новой эпохи становится деятельность семьи Рябушинских.

Рябушинские, выходцы из крестьян, в середине XIX века организуют несколько небольших текстильных фабрик. Во второй половине века они расширяют свою деятельность, строят хлопчатобумажные предприятия, занимаются кредитными операциями, проникают в льняную, стекольную, бумажную и полиграфическую промышленность. Строят один из первых в России автомобильных заводов, аэродинамический институт под Москвой. В 1902 г. Рябушинские создают Банкирский дом братьев Рябушинских, реорганизованный позднее в Московский банк.

В конце XIX - начале XX веков осуществляется коренное техническое перевооружение промышленности. Доля производственного накопления составляла 15-20% национального дохода.

Ускоренными темпами шла механизация производства. Общий объем зарубежных вложений в промышленность составлял не более 9-14% всех промышленных капиталов. Темпы роста производства средств производства на частных русских предприятиях были в 2 раза выше темпов роста легкой и пищевой промышленности. По темпам роста промышленной продукции и по темпам роста производительности труда Россия вышла на первое место в мире.

С момента отмены крепостного права по 1913 г. объем промышленного производства вырос в 10-12 раз. Торговля и общественное питание были одними из самых развитых в мире.

Таковы были плоды русского предпринимательства, обещавшие в будущем еще больший урожай, но революция 1917 г. уничтожила эти надежды.

Октябрь 1917 г. перевернул Россию. Пришедшие к власти большевики не имели конкретной экономической программы, но их экономическая политика основывалась на отрицании частной собственности. С первых же дней существования советской власти начался процесс национализации. 25 октября 1917 г. был принят Декрет о земле, объявлявшей ее общенародной собственностью. 14 декабря 1917 г. был подписан первый декрет о национализации ряда частных промышленных предприятий. Банковское дело объявлялось монополией государства. Позднее были национализированы торговый флот, внешняя торговля. По декрету о национализации всех крупных предприятий (июнь 1918 г.) национализировали более трех тысяч предприятий. Крупное российское предпринимательство практически перестало существовать. У частного капитала пока оставались торговля, мелкие и часть средних промышленных предприятий.

С началом гражданской войны в стране до предела обострилась обстановка. По декрету от 29 ноября 1920 года была национализирована мелкая и средняя промышленность; вводилась государственная монополия внутренней торговли. В результате была ликвидирована частная собственность, из обращения изъяты денежные знаки и свернуты товарно-денежные отношения. В экономической системе “военного коммунизма” не осталось места для предпринимателей.

С окончанием гражданской войны стала наглядной неэффективность принятой экономической модели. Восстановить разрушенное войной хозяйство без применения материальной заинтересованности, основываясь только на применении чрезвычайных мер, было невозможно. В марте 1921 г. в России была введена новая экономическая политика (НЭП), благодаря которой большевики хотели восстановить экономику страны и совершить переход к социализму.

Главной мерой НЭПа стала замена в деревне продразверстки продналогом. Теперь крестьяне сдавали государству уже не все излишки, а лишь строго определенную их часть. Они стали более заинтересованными в развитии своего хозяйства. Следующей важной мерой явилось введение свободной торговли , но широкому развитию торговли препятствовал дефицит промышленных товаров. Поэтому и в промышленном производстве, и в сфере обращения было разрешено частное предпринимательство. В мае 1921 г. кооперативы и частные лица получили право арендовать национализированные мелкие и средние предприятия. При НЭПе появились новые советские предприниматели, которые во многом принадлежала заслуга развития товарно-денежных отношений. Но экономическая модель, сложившаяся во времена НЭПа, вступила в конфликт с военно-коммунистической идеологией. На основе НЭПа к 1925 г. удалось восстановить народное хозяйство страны, но в недрах ее складывалась командная система управления экономикой больше соответствующая представлениям коммунистов о строящимся обществе. В эту систему не укладывались предприниматели, называемые в городе презрительно нэпманами, а в деревне - кулаками.

В июне 1926 г. был введен сверх налог на нэпманов. Заниматься предпринимательской деятельностью стало не только невыгодно, но и опасно. Сначала частник ушел из производства, а затем из торговли. В результате массового создания колхозов кулачество было постепенно ликвидировано. Предпринимательство в сложившейся в Советском Союзе административно-командной системе оказалось ненужным; государство признало предпринимательскую деятельность уголовно-наказуемым занятием.

После долгих лет застоя, характеризующегося, прежде всего, экстенсивной экономикой, в 1985 г. в Советском Союзе началась перестройка, в экономической программе которой был заложен переход к рыночным условиям хозяйствования. В 1986 г. 55 министерств и ведомств, более 100 предприятий, объединений и организаций получили право самостоятельной торговли на внешнем рынке. Ряд постановлений в 1986 г. предусматривал создание совместных предприятий.

В 1987 г. вышел Закон об индивидуальной трудовой деятельности, положивший начало формированию нового российского предпринимателя. В возрождении предпринимательства можно выделить два этапа. Первый - этап деятельности людей, которые, рискуя, взялись за новое дело, несмотря на осуждение окружающих. Они открывали видеосалоны, создавали частные страховые компании, издавали свои газеты. Перестройка задумывалась для обновления социализма, и рыночные отношения могли быть использованы лишь как мера выхода из кризиса и создания более цивилизованной экономической модели.

Второй этап возрождения предпринимательства начинается с 1992 г. Новое правительство России провозгласило решительный переход к рынку. Началось создание иного государства, в котором достойное место должно принадлежать предпринимателям.

Сейчас от предпринимателей зависит во многом возрождение России, но для этого они должны продолжать традиции русского купечества и заботиться не только о собственном обогащении, но и об экономическом и духовном процветании своего отечества.

# Опыт развития западного предпринимательства

В 70-90-е годы происходили и происходят существенные изменения в общественной жизни человечества. Эти изменения характеризуются, по мнению специалистов, тремя направлениями:

1) изменениями самой эпохи;

2) сдвигами происходящими в экономической среде;

3) появлением новых социальных структур и связанными с ними новыми особенностями управления обществом.

В рассматриваемый период в мире нарастает процесс интернационализации хозяйственной жизни, что способствует усилению международного разделения труда, специализации, ускоряет экономическое развитие, повышает уровень жизни и ее качество. Появляются новые потребности и способы их удовлетворения.

Одновременно этот процесс несет с собой и опасности чрезмерной нивелировки, усреднения образа жизни. Особенно остро эти противоречия проявляются в сфере культуры.

Поэтому наряду с интернационализацией наш мир характеризуют национальные движения не только в развивающихся, но и в развитых странах мира. Что же касается нашей страны, то здесь национальная проблема привела к полному краху " имперской" системы и угрожает сегодня единству России.

Предприятия, испытывающие воздействие растущей интернационализации, несут в себе и способы решения этих острых проблем. Как свидетельствует опыт Запада , именно предприятия являются основой развивающегося единого экономического пространства. В них человечество может найти эффективный способ решения многих глобальных вопросов современности.

Другим фактором, радикально меняющим и общий облик мира, и прежде всего экономическую среду, является научно-техническая революция (НТР).

Сдвиги в технике и методах производства издавна присущи экономической истории человечества. Но в современных условиях они резко ускоряются и вносят качественные изменения в экономику Запада. В настоящее время совершается переход от общества промышленного, возникшего в результате переворотов XVIII -XIX века, к новому типу общества - информационному. В итоге качественно меняются соотношения между производством продукта и знанием, характер труда, роль различных фаз общественного воспроизводства, структура производства, его управление и многое другое.

В качестве примера новых явлений, вызванных к жизни НТР, приводящих к серьезным модификациям социально-экономического фундамента современного западного общества, можно привести интенсивный отток работников из отраслей материального производства в сферу услуг. Так, в Великобритании, Франции, Швеции, Нидерландах доля работников сектора услуг в общей численности самодеятельного населения уже в конце 80-х годов превосходила 60%, в США -72%. Тенденция перехода в сферу обслуживания сохранения и в 90-е годы и , очевидно , будет продолжаться и в дальнейшем. Ожидается, например, что в США к 2000 году доля занятых в промышленном секторе экономики сократиться до 11%, а к 2030 году -до 3% . Во Франции в 2000 г. на долю сферы услуг в общей численности самодеятельного населения будет приходиться примерно 73% работников.

Необходимо подчеркнуть еще один факт, связанный с НТР. Речь идет о том, что НТР усиливает роль предприятий, порождает изменения в их структуре, делает необходимым появление нового типа предпринимателя, понимающего современные потребности общества, обладающего новейшими знаниями и отвечающего требованиям, которые общество предъявляет к участникам экономического процесса в настоящее время.

Под влиянием глобализации, происходящей в мире, сдвигов, порождаемых НТР, растет социализация западного общества. Часть стоимости, производимой в хозяйстве, перераспределяется посредством различных механизмов на нужды общества в целом или отдельных категорий населения.

Эта тенденция четко прослеживается на уровне предприятий. Предприятию в наши дни уже недостаточно иметь только четко выработанную финансовую , инвестиционную и технологическую политику. В современных условиях каждое предприятие не может существовать, успешно функционировать без социальной политики. Опыт свидетельствует, что отсутствие социальной политики всегда очень дорого стоит для предприятия.

В условиях НТР открываются большие возможности для новых деловых начинаний и одновременно обостряется конкурентная борьба, глубоко трансформируется культурная Среда в связи с повышением уровня образования и подготовки кадров, появлением новых профессий, качественной эволюцией ценностей в современном обществе.

Для нас весьма важно ознакомится с основными изменениями, которые происходят в западном предпринимательском движении под влиянием выше перечисленных факторов. Рассмотрим эти изменения.

1. Главным из многих изменений является своеобразный бум предпринимательства, который продолжается уже в течение ряда десятилетий. Нынешняя волна предпринимательства, охватившая в первую очередь США, распространилась на Западную Европу, Японию и на другие новые индустриальные страны". Это свидетельствует о том, что в основе указанной тенденции не какие-либо особые черты, присущие одной стране, а объективные факторы развития экономики цивилизованного общества в целом.

В качестве примера могут служить такие страны, как США, Франция, Италия, ФРГ и некоторые другие.

В США из 18 млн. зарегистрированных предприятий всех типов (за исключением сельскохозяйственных) более 13 млн. возникли в последние десятилетия. В течение последнего десятилетия в США ежегодно возникало по 600 тыс. новых фирм, из которых примерно 2/3 реально начинали осуществлять дельные операции.

Во Франции в 1952 году количество предприятий, действующих в промышленности, строительстве и общественных работах, составляло 554,4 тыс., а через 20 лет оно возросло до 1461,1 тыс. Особенно высокие темпы создания новых предприятий имели место в 80-е годы.

Примерно такую же динамику можно было наблюдать в последние годы и в Италии, Англии, ФРГ и в других странах. Важным показателем роста предпринимательского движения является увеличение количества миллионеров. Например, в США в 90-е годы насчитывалось более 2 млн. миллионеров.

2. 70-90-е годы стали периодом быстрого роста и усиления мощи крупных промышленных объединений, имеющих дочерние предприятия за рубежом. По данным ООН транснациональных корпораций (ТНК) в 90-е годы насчитывалось более 13 тыс. Сегодня они играют решающую роль во многих сферах промышленного производства. На долю предприятий ТНК в начале 90-х годов приходились около половины стоимости ВНП Запада. Они осуществляют примерно 50% товарного экспорта и 90% экспорта капиталов западных стран.

В 80-е годы ТНК продолжали расширять область деятельности, охватывая все новые отрасли мировой экономики - банковские и страховые операции, другие секторы кредитной системы, туризм, сферу услуг.

Крупные ТНК появились не только на Западе и Японии, но и в таких странах, как Канада, Австралия, в Республике Корея и в других " новых индустриальных странах". Все эти страны усиленно создают сеть своих филиалов по всему миру (в том числе и в России).

3. В начале 80-х годов получает развитие новая организационная структура, основу которой составляют промышленные концерны и банки. Увеличивается объем капиталов, контролируемых ведущими промышленно-финансовыми группами - этим "руководящим ядром" сегодняшней экономики Запада.

4. Мелкие и средние предприятия, которые в прошлом часто в угоду идеологизированной схеме о господстве монополий - объявлялись ликвидированными, в жизни показали живучесть и устойчивость. Вместо предсказанного исчезновения малого бизнеса в результате интеграционных процессов и роста ТНК на Западе наблюдается как уже было сказано, гигантский предпринимательский бум. А ведь его основа- своеобразный ренессанс мелкого и среднего предпринимательства.

Большинство мелких и средних предприятий во всех странах Запада являются единоличными владениями. Они принадлежат отдельным индивидуальным предпринимателям или их семьям.

В США из упоминавшихся 18 млн. предприятий 99% относится к категории малого бизнеса. К нему, по американской статистике, принадлежат фирмы с количеством занятых до 500 человек, в том числе предприятия мелкого бизнеса с числом работающих до 20 человек.

Надо подчеркнуть, что критерии мелких и средних предприятий, используемые в различных странах, отличаются друг от друга. В Англии, например, мелкими считаются предприятия, имеющие менее 200 занятых, а в строительстве - не более 25 занятых.

Важнейшим показателем значения мелкого и среднего семейного предпринимательства является его роль в народном хозяйстве. Так, на долю малого бизнеса приходится около 40% ВНП США. В ФРГ, где действует 2,1 млн. мелких и средних фирм, на них производится 2/3 ВВП, в них работают 2/3 всех занятых в хозяйстве страны. Во Франции, по официальным данным на 1 января 1987г., на мелких и средних предприятиях работали 52,4% всех защитных в промышленности, 81,4 занятых в строительстве и сельском хозяйстве, 78,2 % - в торговле, 28,6 % - на транспорте , 13,7 % - в сфере финансовых услуг. Всего на мелких и средних французских предприятиях работало почти 11,5 млн. человек. Их доля в инвестициях составляла 48 %, в торговом обороте -60,2%, в экспорте - 49,6%

Естественно, возникает вопрос: почему, несмотря на рост гигантов транснационального бизнеса, сохраняется столь большое значение мелкого и среднего предпринимательства?

Причем "секретов", разумеется несколько. Специалисты считают, что наиболее важное значение имеет "созидательная концепция", лежащая в основе семейного дела и вообще мелкого бизнеса. Мелкие предприятия становятся "долгожителями", но мнению специалистов, в том случае, если они обеспечивают высокое качество своей продукции.

Другой "Секрет" состоит в "уважении к людям", идет ли речь о персонале самого предприятия или о потребителях его продукции. Залог успеха, считают предприниматели, - в постоянном "диалоге" с людьми, в изучении потребностей, в стремлении максимально удовлетворить их.

Большое значение имеет широкое развитие специализации. Именно благодаря специализации мелкий бизнес находит на рынке свою "нишу".

Необходимо подчеркнуть, что мелкий бизнес во всех странах в значительной мере ослабляет остроту проблемы безработицы. И в этом состоит важный элемент опыта Запада, который необходимо использовать.

Например, только в США за последние 10 лет (80-е начала 90-х годов) фирмы с численностью персонала менее 20 человек создали 60% новых рабочих мест, главным образом в сфере услуг; за этот период малые фирмы предоставили работу 25 млн. человек, в то время как крупные корпорации сократили число занятых почти на 3 млн. человек.

Непременным условием специализации является техническая модернизация мелких предприятий.

Мелкий бизнес выступает в роли пионера в разработке новой технологии - "технологии информации"

Опыт Запада свидетельствует, что мелкий бизнес оказался весьма эффективной формой управления экономикой, а также проверки жизнеспособности любых нововведений. Высокая гибкость, быстрота реакции на изменение рыночных условий, отсутствие жесткой регламентации научного поиска и производственной работы, широкие возможности для личной инициативы и разумного риска - таков, по заключению специалистов, далеко не полный перечень слагаемых успеха малых фирм.

Можно сказать, что мелкий предприниматель является своего рода символом всего предпринимательства, приобретшего на Западе решающее значение во всех сферах социально-экономической жизни. На Западе хорошо понимают дальнейшее развитие общества во многом зависит от подготовки кадров мелких и средних предпринимателей. Этому в последние годы уделяется огромное внимание. Созданы и функционируют сотни школ и специальных центров подготовки кадров предпринимателей. Издается обширная учебная и научная литература.

Рассмотрим правовую структуру и конкретные виды предприятий в западных странах.

Предпринимательское право Запада различает прежде всего две фундаментальные группы предприятий - единоличные и партнерские. Каждая из них имеет различные конкретные правовые формы. Так, единоличные предприятия часто существуют в виде так называемых "простых обществ". По сути дела , это уже переходные формы к типу партнерских предприятий. Партнерские предприятия подразделяются обычно на две основные подгруппы: объединения лиц (товарищества) и объединения капиталов (компании), В отдельную группу обычно выделяют кооперативные предприятия, которые в ряде Западных стран получили широкое распространение.

Итак, с точки зрения правовой структуры предприятий на Западе различают: единоличные ("простые общества"), партнерские (товарищества и компании) и кооперативные.

Теперь о конкретных видах предприятий. Первичной фирмой любого хозяйствования на Западе считаются единоличные предприятия. На их долю приходится большинство действующих предприятий. Например, в начале 90-х годов в США из примерно 18 млн. зарегистрированных предприятий ( без сельскохозяйственных) 10 млн. были единоличными владениями и 4,5 млн. - партнерскими фирмами и корпорациями, использующими наемный труд.

Чистый тип товариществ (объединений лиц) имеет разнообразные правовые формы. В современной Западной Европе (как и в дореволюционной России) широко распространены открытие торговли или полные товарищества и коммандитные товарищества.

Члены открытых торговых и полных товариществ несут солидарную, неограниченную, личную ответственность, т.е. они отвечают всей своей личной собственностью за долги товарищества. Даже если лица вступают в уже существующее общество, они обязательно несут ответственность наряду со старыми членами общества за все задолженности, в том числе и возникшие прежде, еще до их вступления в общество. Если какой-либо член общества выходит из него, то он неограниченно ответствен за все задолженности, возникшие до его выхода из общества, на протяжении последующих пяти лет. Такова практика, существующая в ФРГ, Австрии, Швейцарии и ряда других стран.

Иной принцип ответственности в коммандитных товариществах. В них принцип ответственности раздела между двумя группами членов. Часть из них, как и в открытом торговом товариществе, несет ответственность за долги общества всем своим состоянием. А другая часть отвечает лишь в пределах своего вклада (как правило, речь идет о вкладе в уставной капитал).

В XX веке некоторые коммандитные товарищества стали превращаться в акционерные компании. Это было связано с общим рядом новых форм организации предпринимательской деятельности.

Среди таких новых форм для стран Западной Европы в XX веке, и особенно в последние десятилетия, наиболее характерны две формы: общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества.

Выше отмечалось, что предпринимательское право во всех западных странах в отдельную группу выделяет кооперативные предприятия. При этом под кооперативом обычно понимается общество, деятельность которого направлена в принципе не на получение дохода, а на оказание помощи и содействия членам общества.

На практике многие западные кооперативы сегодня превратились в крупные высокодоходные предприятия, играющие важную роль в ряде сфер народного хозяйства.

Рассмотренное разнообразие правовых и организационных форм предприятий свидетельствует о плюрализме западного предпринимательства. В то же время такой плюрализм включает в себя и плюрализм форм собственности.

Рассмотрены, реально существуют три формы собственности: частичная, коллективная (групповая, в том числе и кооперативная) и государственная. Главной, ведущей формой выступает частная собственность. Об этом свидетельствует та большая роль, которую играет единоличные предприятия - это, можно сказать, классическая форма частной собственности. К сфере частной собственности должны быть отнесены также многие объединения лиц и некоторые компании, в частности общества с ограниченной ответственностью.

Что касается акционерных компаний, то значительные их количества следует отнести к сфере коллективной, групповой собственности. К ней относятся и большинство кооперативов, а также ряд предприятий, принадлежащих муниципалитетам.

Государственная собственность издавна играла важную роль в значительной жизни Запада. Правда, в этой области в последнее время происходят немалые изменения, связанные с осуществлением приватизации западной экономики - снижается доля государственного сектора.

В то же время значение государства как средства, создающего благоприятные условия для бизнеса, не только не уменьшилось, но даже возрастает. Государство на Западе выступает в роли инвестора, организатора научных исследований, координатора всей экономической активности.

В заключении остановимся на характеристике некоторых особенностей западного предпринимателя, учет которых имеет большое значение при оформлении нового российского предпринимательства.

В условиях обостряющейся конкуренции возрастающее значение для предпринимателей как организаторов и руководителей производства приобретает управление "человеческими реформами". Предпринимателями Запада разрабатывается " новая глобальная стратегия", цель которой - повысить материальную и моральную заинтересованность работника, привлечь его в более активному участию в управлении производством, повысить содержательность труда и степень удовлетворенности его итогами. В этой области всемирную известность получил опыт Японских предпринимателей.

Центральное место в деятельности многих японских компаний в последние годы принадлежит специфической форме организации труда персонала, получившей название "кружки контроля качества". Первые такие кружки были созданы в конце 1962г. на предприятиях крупных машиностроительных компаний. Кружок- это группа занятий, обычно по 8-10 человек, функционирующая непосредственно на рабочем месте. Основными задачами кружка являются поиск, изучение и решение практических задач, а также постоянное обучение всех его членов. При создании кружка обязательно должен соблюдаться принцип полной добровольности.

Работа в кружках, работа совместно со специалистами и управляющими принимают участие в решении производственных проблем, осуществляя на практике менеджмент, основанный на участии. Кружки качества пропагандируются как реальное воплощение широко распространенного в современной Японии лозунга: "каждый занятый - управляющий".

Можно с уверенностью утверждать, что быстрое усиление позиций Японии на мировом ранке за последние два десятилетия в значительной степени достигнуто за счет активного использования кружков качества, позволивших ускорить процесс развития производства, разработка и практическое освоение новейших прогрессивных технологий, роста производительности труда, повышения качества выпускаемой продукции. Усилилась моральная и материальная заинтересованность участников производства в результатах своей деятельности.

Политика управления предпринимателей " человеческими ресурсами" приобрела весьма своеобразные формы в Финляндии. Патронат страны выдвинул лозунг " антропоцентрической рыночной экономики", т.е. рыночного хозяйства, в центре которого стоит человек. Представители финского патроната считают главным сегодня добиться " освоения человеческого фактора", так как предпринимательская деятельность в современных условиях базируется в значительно большей степени на капитале, содержащемся в человеческом мозге, чем на традиционном капитале. Поэтому трудящимся рекомендуется максимально участвовать в деятельности форм, выдвигать новые идеи, а руководству фирм - организовать стимулирование с вознаграждением, поддерживать духовный рост и отношения "человек-человек" вместо отношений "человек-машина".

Другим популярным направлением сегодняшней предпринимательской деятельности Запада является маркетинг.

Одна из аксиом подлинного предпринимательского хозяйствования на Западе - "интересы клиента превыше всего". Ориентация на потребителя, однако, не возникает сама по себе даже в условиях рынка. Она становится реально действующим принципом только на базе продуманной деловой стратегии, соответствующих организационно-управленческих концепций и методов. Их совокупность и есть маркетинг, который сегодня является одной из ключевых проблем западного предпринимательства. Удовлетворение ожиданий потребителей есть путь к успеху. В противном случае предприятие неминуемо потерпит крах.

В условиях рыночной экономики выживает только производитель, способный продлить то, что нужно потребителю. Поэтому основой маркетинга являются изучение потребностей людей, их эволюции, закономерностей формирования, а также способов удовлетворения нового опроса разработка конкретных программ производственно-коммерческой деятельности.

Бесспорно, что в отношениях предпринимателей и потребителей огромную роль играют чисто экономические соображения. Но наряду с подобными соображениями на Западе немалое значение имеют этические факторы.

Основой этики бизнеса являются честность и порядочность в деловых общениях. Утверждению этих принципов способствует государство. В США, например, был принят целый ряд законов и других актов, регулирующих отношения предпринимателей и граждан.

Ведущую роль в разработке и осуществлении этических норм играют сами предприятия и их объединения.

Многие формы разрабатывают собственные этические кодексы. Разработаны и действуют своего рода "усковые", или отраслевые, кодексы, в соответствии с которыми, фирмы той или иной отрасли следуют одинаковым этическим критериям.

Вместе с тем не надо забывать и о недостатках присущих западному бизнесу.

За последние 10-20 лет происходит рост коррупции, причем не только в сфере государственной, но и в мире частного бизнеса. Во всех странах Запада ведется широкая борьба против коррупции, в которой активно участвуют и предприниматели, и их организации.

Характеризуя историю российского предпринимательства, было обращено внимание на такую его черту, как широкое участие в разнообразной благотворительной деятельности, ставшей традицией российских предпринимателей.

Эта традиция присуща и предпринимателям Запада. Во Франции, например, существует общенациональная Ассоциация развития меценатства промышленников и коммерсантов. В 1985 году ее расходы на поддержку культуры превысили 350 млн. франков.

Очень развито меценатство и в США. В 1989 году по оценке печати объем филантропических даров превысил в США 4,75 млрд. долл., что превышает общую сумму соответствующих расходов 1989г. во всех других странах Запада, вместе взятых. В США, пожалуй, не найдется ни одного университета, в финансировании которого не участвовал бы в той или иной форме какой-либо состоятельный предприниматель.

По сведениям английских авторов, главным направлением спонсорской деятельности предпринимателей Великобритании является спорт. На него приходится 90% всех филантропических даров.

Характеристика опыта западного предпринимательства будет неполной, если обойти стороной национальную специфику предпринимательства. Мы уделили внимание на характеристике некоторых особенностей предпринимательства в четырех странах - США, Франции, Нидерландов и Японии.

Наиболее четко особенности предпринимательства прослеживаются в США, где предпринимательство достигло как бы " классических" параметров. Опыт США распространился по всему миру.

Статус предпринимателя в США, представления общества о нем, оценка его действий пронизаны высокой престижностью предпринимательства, уважительным отношением в нему абсолютным авторитетом активного и деятельного человека, умеющего делать деньги. Бизнесмен в США - почетная и доходная профессия, Бизнесмен в США - почетная и доходная профессия, которую желают многим новорожденным. Добиться экономического успеха, заработать состояние и тем самым укрепить свою независимость и самостоятельность - таково в кратком изложении содержание "американской мечты", вдохновлявшей многих американских предпринимателей. Культ богатства получил в стране весьма широкое распространение.

Существенно отличается от американской социально-психологическая атмосфера Франции.

Французское предпринимательское сословие так же стремится к обогащению, как и американское, но оно не афиширует этой своей деятельности, не превращает ее в некий культ богатства. Ограничителем является представление о чести сословия.

Третий вид философии бизнеса демонстрируют предприниматели Нидерландов. На предприятиях в этой стране, как и в целом в нидерландском обществе, отвергается сам принцип любого давления - формального и неформального.

Престиж предприятий, система их действий основываются на правиле консенсуса между всеми участниками экономического процесса и общественной жизни. В обществе культивируется внимательное, объективное, уважительное отношение к достигнутым соглашениям. При этом отвергаются санкции, которые применяют в США по отношению к нарушителям соглашений.

Рассмотрим еще пример Японии. Прежде всего, по мнению специалистов, существует большое отличие опыта Японии от американского или западногерманского. Для Европы характерны "консюмеризм" индивидуализм и парламентская демократия. Экономическая стратегия здесь определяется " волей потребителя" и "правом на прибыль предпринимателя".

А что в Японии?

Действия японских предпринимателей " цементируются" не с помощью погони за личным обогащением, а с помощью таких ценностей, как призывы бороться против "опасности для японской нации" или лозунг единства всего японского, прославления дисциплины, "чувства иерархии".

В Японии издавна индивид не наделялся суверенными правами. Главное было в осознании индивидом своего места в пирамиде общества - семьи, фирмы, производства, всего государства. Интересы группы всегда ставились и ставятся сейчас выше интересов индивида. Но в то же время группа, производство, фирма, государство принимают самое активное участие в жизни каждой отдельной человеческой личности. Поэтому вся система японского менеджмента направлена на максимальные раскрытия способностей человека, на эффективное их использование, на пробуждение у персонала потребностей постоянно учиться и на стимулирование желания применять полученные знания в производственной практике.

Нельзя не обратить внимание при характеристике методов и тактики японских предпринимателей на такое явление как своеобразная "тойотизация Запада". "Тойота" - одна из крупных компаний Японии, успешно конкурирующая с американскими автомобильными гигантами на внутреннем рынке США.

В узком смысле под "тойотизацией" имеется в виду использование бригадной организации труда, повышающей ответственность каждого работника и его общую эффективность, внедрение жесткой, безукоризненной точной системы поставок всего необходимого предприятия и сбыта его продукции, что делает излишним складское хозяйство и резко уменьшает потери всего производства за счет усилий каждого его участника.

А в широком смысле "тойотизацией" можно назвать совокупности средств и направлений деятельности всех предприятий Японии, использование которых ведет к "японизации" мира. И можно привести массу примеров экспансии японских предпринимателей.

Но мы приведем примеры другого характера, которые, по нашему мнению должны заинтересовать российских предпринимателей.

Первый пример касается учебы японских предпринимателей. Японцы сегодня - самые активные и прилежные ученики в американских школах бизнеса. Они вышли на первое место среди иностранных студентов во всех многочисленных школах бизнеса в США. Количество японских граждан, получивших после окончания бизнес школы звание делового магистра, за пятилетие 1988-1992г. возросло в три раза. Основная цель обучения в США - надо хорошо знать своего конкурента.

Второй пример - благотворительная деятельность японских предпринимателей, переживающая бурный рост в последние годы. В 1989году соответствующие расходы компаний Японии достигли порядка 1 млрд. долл.

В 1990 году в Японии создан клуб " одного процента", т.е. предприятий, которые на филантропические нужды выделяют не менее 1% их прибылей до уплаты налогов.

Учитывая размеры многих Японских предприятий, речь идет о немалых суммах. У "Тойоты", например 1% составил в 1991году 540 млн. долл.

Отметим, что не только Япония, США, но даже такая развитая страна как ФРГ также огромное внимание уделяет профессиональной подготовке предпринимательского персонала рабочих и технического состава), широкому внедрению современной организации менеджмента и маркетинговым исследованиям сегментации рынков.

Подводя итоги всему сказанному об опыте западного предпринимательства, надо особо подчеркнуть качественные сдвиги в его развитии за последние десятилетия - рост значения предпринимательства в решении наиболее важных проблем своих стран. И российскому предпринимательскому движению, только еще зарождающемуся в новых социально-экономических условиях, есть чему поучиться у своих западных сторонников предпринимательской деятельности (не впадая, разумеется, в холопское преклонение перед всем зарубежным)

**Список литературы.**

1. Долгов С.И., Васильев В.В., Гончаров С.П. Основы внешнеэкономических знаний: словарь - справочник. - М., Высшая школа, 1990.

2. Киреев А.А. Международная экономика. -М., Международные отношения, 1997.

3. Леонтьев В.В. Экономические эссе. -М., Республика, 1992.

4. Международные экономические отношения /Под ред. Р.И. Хазбулатова. -М., Новости, 1991.

5. Мировая экономика /под ред. В. К. Ломакина. - М., Анкил, 1995”

6. Основы внешнеэкономических знаний /Под ред. И.П. Фоминского. - М., Международные отношения, 1995.

7. Шлихтер С.Б., Лебедева С.Л. Мировая экономика. - М., Catallaxy, 1998.