

Футбольный рынок труда	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frick, B. (2007). The Football Players' Labor Market: Empirical Evidence from the Major European Leagues. <i>Scottish Journal of Political Economy</i>, 54, № 3, 422–446. 2. Kesenne, S. (2000). The Impact of Salary Caps in Professional Team Sports. <i>Scottish Journal of Political Economy</i>, 47, No. 4, 422–430. 3. Binder, J. J., Findlay, M. (2012). The Effects of the Bosman Ruling on National and Club Teams in Europe. <i>Journal of Sports Economics</i>, 13, № 2, 107–129. 4. Ericson, T. (2000). The Bosman Case: Effects of the Abolition of the Transfer Fee. <i>Journal of Sports Economics</i>, 1, № 3, 203–218. 5. Scully, G.W. (1995). <i>The market structure of sports</i>. University of Chicago Press.
Дизайн турниров	<ol style="list-style-type: none"> 1. Szymanski, S. (2003). The Economic Design of Sporting Contests. <i>Journal of Economic Literature</i>, 41, № 4, 1137–1187. 2. Van Long, N. (2013). The theory of contests: A unified model and review of the literature. <i>European Journal of Political Economy</i>, 32, 161–181. 3. Pauly, M. (2013). Can strategizing in round-robin subtournaments be avoided? <i>Social Choice and Welfare</i>. TBA 4. Szymanski, S., Valletti, T. M. (2005). Incentive effects of second prizes. <i>European Journal of Political Economy</i>, 21, № 2, 467–481. 5. Clark, D.J., Riis, C. (1998). Competition over More than One Prize. <i>The American Economic Review</i>, 88, № 1, 276–289.
Экспериментальная экономика футбола	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cialdini, R.B.; Borden, R.J.; Thorne, A.; Walker, M.R.; Freeman, S.; Sloan, L.R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. <i>Journal of Personality and Social Psychology</i>, 34, № 3, 366–375. 2. Heath, C., Tversky, A. (1991). Preference and Belief: Ambiguity and Competence in Choice under Uncertainty. <i>Journal of Risk and Uncertainty</i>, 4, 5–28.
Букмекерский рынок и его эффективность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dixon, M.J., Coles, S.G. (1997). Modelling Association Football Scores and Inefficiencies in the Football Betting Market. <i>Journal of the Royal Statistical Society: Series C (Applied Statistics)</i> 46, № 2, 265–280. 2. Cain, M., Law, D., Peel, D. (2000) The Favourite-Longshot Bias and Market Efficiency in UK Football betting. <i>Scottish Journal of Political Economy</i>, 47, № 1, 25–36. 3. Koopman, S.J., Rutger, L. (2014). A dynamic bivariate Poisson model for analyzing and forecasting match results in the English Premier League. <i>Journal of the Royal Statistical Society: Series A (Statistics in Society)</i>. TBA

Источник: составлено автором

Потребность в реализации практической и прогностической функций обеспечило распространение в экономике спорта формально-математического и экспериментального моделирования.

Заключение. Поверхностный анализ эволюции исследовательских программ экономической науки способен выявить «неравновесность» в методологических предпочтениях и попытках теоретического конструирования объяснительных моделей экономической реальности. Если в период доминирования политической экономии предпочтения отдавались описательным моделям, проникающим в суть явлений и процессов, поиску причинно-следственных связей, что позволяло достигать высокой степени концептуализации и обобщения, но терять в операционализации, инструментализации и эмпирической верификации, то в эпоху «экономики» приоритетными стали возможности экономической теории объяснять и прогнозировать, при нереальности исходных предпосылок, внеисторичности и вне социального контекста.

Современное состояние экономической науки, берущей за основу достижения не только «мэйнстрима» (новой микроэкономики, неинституционализма, поведенческой экономики и т. п.), но и иных общественных наук, сводится не к примитивному конвенционализму, а характеризуется попытками скорректировать гносеологический аппарат в сторону взаимообогащающих междисциплинарных исследований.

Мальцевич В.М., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

v_maltsevich@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Исследование теории и практики развития современного предпринимательства свидетельствует о том, что основополагающим условием реализации модели конкурентоспособной экономики является формирование долгосрочной стратегии, обеспечивающей создание благоприятной среды для развития предпринимательства. Являясь главной движущей силой экономического развития, современное предпринимательство, как явление, формируется под воздействием не

только экономических параметров его деятельности, но и внеэкономических условий, отражающих значительную роль культурных, социальных, духовных факторов общественного развития, а также национальных особенностей государств.

Развитию теории предпринимательства и его роли в экономике государств всегда уделялось пристальное внимание. При этом следует отметить, что процесс изучения природы предпринимательства зависит не только от уровня развития общества и состояния самого предпринимательства, но и от возможностей науки. Роль предпринимательства в первую очередь определяется значимостью тех функций, которые им реализуются (рис.).

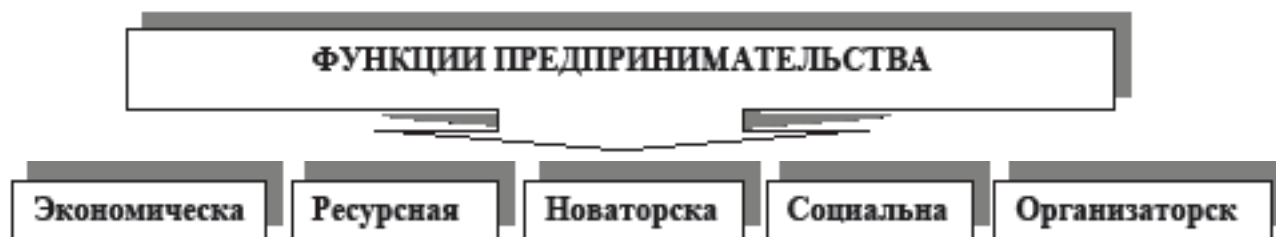


Рис. Функции предпринимательства

В круг решаемых посредством реализации вышеизложенных функций предпринимательства задач входят:

- удовлетворение общественных потребностей;
- эффективное использование мотивации технологических, организационных, научно-технических достижений;
- обеспечение занятости населения;
- формирование в обществе среднего класса.

При определении сущности предпринимательства необходимо опираться на огромный опыт исследования данного явления, накопленный мировой экономической наукой и практикой. При этом следует отметить, что теория предпринимательства не может рассматриваться как статическая система. Взгляды на сущность и роль предпринимательства в развитии экономики и общества менялись по мере того, как развивались различные сферы человеческой деятельности.

Впервые понятие «предпринимательство» ввел французский экономист шотландского происхождения Ричард Кантильон, который поставил предпринимателя в центр рыночной экономики. Под предпринимательством он понимал экономическую деятельность, в процессе которой приводится в соответствие товарное предложение и спрос в условиях постоянного риска. Предпринимателя Р. Кантильон позиционировал как человека, который за определенную цену покупает средства производства, чтобы произвести определенную продукцию и продать ее в целях получения дохода. Одновременно предприниматель принимает на себя обязательства по издержкам, часто не зная, по каким ценам может осуществиться реализация конечного продукта. Тем самым Р. Кантильон впервые акцентировал внимание на риске, который несет предприниматель в связи с изменением цен на производимую им продукцию. При этом он не разделял предпринимательство и конкуренцию. По его мнению, роль предпринимателя в конкурентной борьбе сводилась к тому, чтобы обеспечить наличие нужного товара для удовлетворения существующих потребностей. Таким образом, можно сказать, что Р. Кантильон сформулировал первую концепцию предпринимательства [1].

Предпринимательство как понятие начинает фигурировать в роли заметного фактора экономической деятельности в трудах А. Смита, который, хотя и рассматривал экономику как саморегулирующийся механизм, все же усмотрел в предпринимателях инициаторов создания богатства. По его мнению, предприниматель, являясь собственником капитала, ради реализации определенной коммерческой идеи и получения прибыли идет на риск, поскольку вложения капитала в то или иное дело всегда содержат в себе элемент риска. Компенсацией за риск выступает прибыль. Предприниматель сам планирует, организует производство, реализует выгоды, связанные с разделением труда, распоряжается результатами деятельности. При этом в отличие от Р. Кантильона представления о предпринимательстве А. Смита развивались в неотрывной связи с конкуренцией и конкурентными отношениями. [2].

Дальнейшее свое развитие теория предпринимательства получила в трудах французского экономиста Жана-Батиста Сэя. В своих исследованиях он более основательно подошел к определению дефиниции «предпринимателя» и сделал акцент на творческий потенциал личности. Он разграничивает функции и мотивацию предпринимателя и менеджера, труд первого он считал творческим, созидательным, второго – рутинным и монотонным. Предприниматель Ж.Б. Сэем стал рассматриваться как экономический агент, комбинирующий факторы производства, путем перемещения экономических ресурсов из области низкой в область более высокой производительности и прибыльности [3]. Заслугой Ж.Б. Сэя является то, что он выделил предпринимательскую деятельность через комбинирование трех классических факторов производства – земли, капитала, труда. Только на рубеже XIX–XX вв. А. Маршалл впервые дополняет три классических фактора производства (земля, труд, капитал) четвертым фактором – организацией. С этого времени содержание понятия «предпринимательство» и его функциональная нагрузка расширяются [4].

Немецкий экономист Вернер Зомбарт дополнил существующую характеристику предпринимателя тем, что предприниматель, стремясь к реализации своих целей, выполняет социальную функцию заботы о материальном положении работников. Это послужило отправной точкой к тому, что в дальнейшем экономисты стали рассматривать философскую направленность профессиональной деятельности предпринимателя, ее гуманистическую составляющую [5].

Еще один представитель немецкой школы М. Вебер проблемы предпринимательства рассматривал через призму ра-

циональности, которая понималась как функциональная эффективность, позволяющая получить максимальную выгоду от использования вложенных средств, в том числе посредством выбора кратчайшего пути для наиболее полного достижения желаемого. Основу рациональности М. Вебер видел в профессионализме, компетентности, наличии специальных знаний и навыков. Профессиональная компетентность, что актуально и в настоящее время, рассматривалась как главный атрибут всех управленческих работников, как основа их подбора, расстановки и продвижения в любой организации. Вебер видел особую опасность во вторжении «массы» в сферу управления [6].

Значительный вклад в развитие теории предпринимательства внес австрийский и американский экономист Йозеф Шумпетер, который является создателем самой популярной базовой концепции теории предпринимательства. В ней сочетается экономическое обоснование предпринимательской функции с попыткой иллюстрации психологического портрета предпринимателя. Й. Шумпетер вводит понятие «осуществление новых комбинаций». По его мнению, если в процессе хозяйствования нет «новых комбинаций», то и нет места для предпринимательства [7]. Й. Шумпетер считал, что экономическому росту присущи революционные изменения, дающие возможность переходить на новый, более высокий уровень экономических отношений. В основе изменений лежит преобразование производственной функции, проявляющееся в новом количественном и качественном сочетании факторов производства. Следствием нового сочетания становится, согласно Й. Шумпетеру, создание новой производственной функции. Эти нововведения могут быть связаны с созданием еще неизвестного потребительского блага, внедрением нового метода производства, освоением нового рынка сбыта, использованием иного источника сырья. Й. Шумпетер считает, что предприниматель не обязательно должен обладать собственностью, но в то же время наличие новаторской составляющей должно отличать предпринимателя от менеджера. Одновременно Й. Шумпетер не рассматривает предпринимателя как изобретателя, а как человека реализующего изобретения.

Взгляды на сущность предпринимательства Й. Шумпетера во многом разделял Фридрих фон Хайек. При рассмотрении роли предпринимателя в экономике он исходил из отрицания его действий как субъекта, исключительно максимизирующего доход. По мнению Хайека, рыночный механизм невозможно отделить от механизма конкуренции, в центре которой находится предприниматель. Частная собственность является главной гарантией свободы, причем не только для тех, кто владеет этой собственностью, но и для тех, кто ею не владеет. Другой основополагающий принцип, выделенный Ф. Хайеком, – свободная конкуренция. Рынок способен через механизм ценообразования информировать субъекты о состоянии спроса и имеющихся возможностях его удовлетворения. Движущей силой поиска новых возможностей, по Ф. Хайеку выступает предприниматель, стремящийся посредством эффективного симбиоза своих знаний с рыночной ситуацией обеспечить эффект. Суть предпринимательства – это поиск и исследование новых экономических возможностей. Хайек считал, что всякий индивид, чье поведение отличается поисковым стилем, есть потенциальный предприниматель [8].

Изучение современной зарубежной экономической литературы позволяет сделать вывод о том, что в исследованиях теории предпринимательства прослеживается преемственность позиции классиков. Так, К. Макконнелл и С. Брю вводят понятие «предпринимательская способность», которая, по их мнению, раскрывается через четыре взаимосвязанные функции предпринимателя:

- предприниматель берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, капитала и труда в процесс производства товара или услуг;
- предприниматель берет на себя задачу принятия основных решений в процессе ведения бизнеса;
- предприниматель – это новатор, лицо, стремящееся вводить в обиход на коммерческой основе новые продукты, новые производственные технологии или даже новые формы организации бизнеса;
- предприниматель – это человек, идущий на риск [9].

Развитие теории предпринимательства свидетельствует об усилении внимания со стороны исследователей к социальному аспекту предпринимательства. Основной причиной этому послужили изменения, произошедшие в социально-экономической системе после Второй мировой войны. Исследования социального аспекта предпринимательства основываются на анализе вышеуказанных изменений. Основы концептуальной схемы такого анализа были заложены в работах Дж. Гэлбрейта. Существенным отличием новой экономической системы является разнородность ее субъектов. Корпорации олицетворяют собой конвергенцию конкурентной рыночной экономики и планового хозяйства. Он полагает, что корпоративное предпринимательство отличается от классического тем, что если в эпоху традиционного капитализма предприниматель был ключевой фигурой экономического поля, то теперь держателей акций отстранили от процесса управления высший менеджмент и специалисты, организующие деятельность предприятия [10]. При этом власть в эффективно функционирующей корпорации практически никогда не принадлежит одному человеку, что было характерно для предшествовавших эпох.

Современными российскими авторами также уделяется большое внимание развитию теории предпринимательства. Так, академик Л.И. Абалкин также рассматривал предпринимательство как особый вид деятельности, которая имеет ряд отличительных признаков: свобода в выборе направлений и методов работы; самостоятельность в принятии решений; ответственность за принимаемые решения и их последствия, связанный с этим риск; ориентация на достижение коммерческого успеха, получение прибыли [11]. Сущность «предпринимательства» как экономической категории, особенности определения экономической эффективности предпринимательской деятельности исследовали Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул, А.В. Бусыгин, М.Г. Лапуста [12, 13, 14].

Таким образом, выполненные исследования теории развития предпринимательства свидетельствуют о том, что изучение его сущности на разных стадиях и этапах социального, экономического и технологического развития общества является важной научной задачей. Анализ генезиса предпринимательства показывает, что на различных этапах развития общества представления о сущности и роли предпринимательства претерпевали изменения в соответствии с господству-

ющими производственными отношениями, состоянием экономики и политическим строем. Очевидным является тот факт, что масштабы и результативность предпринимательства неодинаковы в различных социально-экономических условиях. Основными отличительными особенностями современного предпринимательства являются:

Глобализация современного предпринимательства. Глобализация стала одним из важнейших аспектов современной мировой экономической системы, затрагивающая все области общественной жизни, включая экономику, политику, социальную сферу, безопасность и др. Мировое сообщество постепенно превращается в единую глобальную систему, все составляющие элементы которой находятся в теснейшей взаимосвязи. Сегодня все более очевидным становится то, что итогом процесса глобализации станет создание единой мировой сетевой экономики. Составляющими элементами этой экономики будут не экономики государств, а так называемые внешние части национальных экономик, представленные транснациональными корпорациями (ТНК). Подтверждением вышеизложенному служит наличие ярко выраженной тенденции к повышению удельного веса ТНК в глобальных экономических процессах.

Интернационализация предпринимательства. Является следствием процесса глобализации, который приводит к ужесточению международной конкуренции и, как следствие, к тому, что все большее количество национальных предприятий начинает испытывать ограниченность внутренних рынков сбыта и факторов производства своих государств. Для поддержания конкурентоспособности и дальнейшего эффективного развития деловая активность таких предприятий приобретает международную направленность.

Современное предпринимательство становится все более корпоративным. Корпоративное предпринимательство выступает специфической формой предпринимательства, основанной на высоком уровне обобществления производства, концентрации и централизации капитала, оказывающей значительное влияние на состояние экономик государств. Сущность корпоративной формы предпринимательства заключается в отделении собственности корпорации от собственности ее владельцев, что обеспечивает конкурентное преимущество над другими формами предпринимательства. Многие исследователи корпоративных отношений склоняются к тому, что XX век был веком корпоратизации, отправной точкой которой является момент отделения управления компаниями от собственности. Каждый новый, все более совершенный этап корпоратизации является ответом на изменение системы экономических отношений, на динамизм потребительского спроса и другие внешние и внутренние вызовы. Появляются неизвестные ранее корпораций: сетевые, интеллектуальные, глобальные, виртуальные. Следует подчеркнуть, что корпоративная организация предпринимательства показала высокую экономическую эффективность на национальном и мировом уровне. По оценочным данным на долю корпораций приходится 2/3 мирового валового внутреннего продукта.

Современное предпринимательство становится инновационным. Инновационное предпринимательство является двигателем экономического роста. При этом началом любого процесса инновационного развития выступают изменения основополагающих характеристик предпринимательской деятельности, ее организационной культуры, факторов, ее определяющих. К крупным организационным формам инновационного предпринимательства относятся научно-технические комплексы, инновационно-технологические центры, научно-технологические парки, исследовательские консорциумы и инкубаторы, центры трансфера технологий, которые создают или способствуют созданию инновационного продукта и его коммерциализации. На данные предпринимательские формирования приходится основной удельный вес инновационной и наукоемкой продукции в экономически развитых странах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Cantillon, R. *Essay sue la nature du commerce engeneral (1755)*. Пер. с франц. Ю. А. Школенко. Социум, 2003. – С. 17.
2. Абалкин, Л.И. *Заметки о российском предпринимательстве*. – М.: Прогресс-Академия, 1994. – 128 с.
3. Багиев, Г.Л., Асаул, А.Н. *Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие/ Под общей ред. проф. Г.Л. Багиева*. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.– 231 с.
4. Бусыгин, А.В. *Предпринимательство: учебник*. – М.: Дело, 2006. – 536 с.
5. Вебер, М. *Избранные произведения: Пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденко; коммент. А.Ф. Филиппова*. – М.: Прогресс, 1990.
6. Гэлбрейт, Дж.К. *Экономические теории и цели общества*. – М.: Прогресс, 1979. – 406 с.
7. Зомбарт, В. *Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / Пер. с нем.; изд. подгот. Ю.Н. Давыдов, В.В. Сапов*. – М.: Наука, 1994.
8. Лапуста, М.Г. *Предпринимательство: учебник*. – М.: Инфра-М, 2008. – 608 с.
9. Макконнелл К.Р., Брю С. Л. *Экономикс: Принципы, проблемы и политика: В 2 т.: Пер. с англ. 13-го изд.: Учеб – Т.1*. – М.: ИНФРА-М, 2001. – [974] с.: ил., табл., граф.
10. Маршалл, А. *Принципы политической экономии*. – М., 1984. – Т. 3. Гл. 3. – С. 53–73.
11. Смит, А. *Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I-III) / Пер. с англ, вводная статья и комментарии Е.М. Майбурда* – М.: Наука, 1993. – 572 с.
12. Сэй, Ж.Б. *Трактат по политической экономии // Ж.Б. Сэй, Ф. Бастиа. Трактат по политической экономии / Ж.Б. Сэй; Экономические софизмы. Экономические гармонии / Ф. Бастиа / Сост., вступ. статья, коммент. М.К. Бункина, А.М. Семенов*. – М.: Дело, 2000. – 232 с.
13. Хайек, Ф.А. *Дорога к рабству*. – М.: «Экономика», 1992. – 176 с.
14. Шумпетер, Й.А. *Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер; пер. с нем.* – М.: Прогресс, 1982. – 440 с.