

стояние основных показателей социально-экономической системы, которые могут определять уровень безопасности как свойство системы, т.е. естественное стремление к самосохранению, а также как функцию системы, ее конкретную деятельность по противодействию угрозам. Корпоративная безопасность является более широким понятием чем категория «экономическая безопасность» за счет увеличения видов объектов безопасности.

Таким образом, корпоративная безопасность предприятия направлена на достижение развития предприятия в перспективе. Обеспечение корпоративной безопасности предприятия необходимо осуществлять комплексно, то есть по всем ее функциональным составляющим. Высокий уровень корпоративной безопасности создает предпосылки для стабильного развития бизнеса и способствует конкурентоспособности на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ільяшенко, С.М. Складові економічної безпеки підприємства і підходи до їх оцінки / С. Н. Ільяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 23. – С. 12–19.
2. Кравчук, О.Я. Діагностика та механізм забезпечення корпоративної безпеки підприємства : [монографія] / Олег Ярославович Кравчук, Павло Ярославович Кравчук. – Луцьк: Надстир'я, 2008. – 256 с.
3. Кравчук, П.Я. Сутність та передумови виникнення поняття корпоративної безпеки підприємства / П.Я. Кравчук // Науковий вісник Волинського держ. ун-ту ім. Лесі Українки. – № 1. – Луцьк: РВВ «Вежа» ВДУ ім. Лесі Українки, 2005. – С. 165–170.
4. Онищенко, С. В. Економічна безпека підприємства як підсистема корпоративної безпеки / С. В. Онищенко, О.І. Савицька // Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст», Вип. 100. – Серія: Економічні науки. – С. 153–162.
5. Практика корпоративного управління в Україні: дослідження практики корпоративного управління в АТ України за результатами опитування представників АТ у 2004 році. – К.: МФК, 2005. – 88 с.
6. Соснин, А.С. Менеджмент безопасности предпринимательства : [учеб. пособие] / А.С. Соснин, П.Я. Прыгунов. – К.: Изд-во Европ. ун-та, 2002. – 559 с.
7. Цигилик, І.І. Економічна безпека підприємства в системі внутрішнього економічного механізму / І.І. Цигилик // Економіка. Фінанси. Право. – 2004. – № 12. – С. 3–5.

Власюк Ю.А., к.э.н., доцент, **Козинец М.Т.**, к.э.н., доцент
УО «Брестский государственный технический университет»
г. Брест, Республика Беларусь
docentwlasjuk@yandex.ru, komax@tut.by

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВОПРОСУ СУЩНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Категория предпринимательства может быть рассмотрена с позиции различных гносеологических подходов: экономического, социального, институционального, психологического. Междисциплинарный характер данной отрасли знания и существование различных подходов к определению сущности повлияли на тот факт, что сегодня категория «предпринимательство» представляет собой широкий спектр неоднозначных и специфических характеристик.

Возникновение предпринимательства принято связывать с началом капиталистического общества, с его институтом частной собственности, рыночной экономикой и свободной конкуренцией. Товарное производство исторически и генетически является исходным пунктом предпринимательства. Однако если рассматривать категорию предпринимательства более широко, то возникновение первых попыток предпринимательской деятельности следует отнести к первобытно-общинному строю, когда у человека появляется излишек материальных благ, в связи с чем возникает потребность этот излишек обменять, получив тем самым дополнительные материальные блага. Такой тип предпринимательства впоследствии был назван Вебером «авантюристическим» [1]. Между тем сам по себе обмен еще не является источником предпринимательства. Он становится таковым, когда превращается в составное звено единого хозяйственного оборота, а производство для обмена становится определяющей функцией хозяйствующих субъектов.

В трудах, посвященных исследованию и описанию предпринимательства как факта социальной реальности, имеет место не один подход к выявлению его сущностных характеристик. Наиболее распространенным является деятельностный подход, то есть определение предпринимательства как разновидности экономической деятельности. Развернутая интерпретация предпринимательства как особого вида деятельности предложена А.И. Абалкиным [2]. По мнению ученого, предпринимательство как деятельность имеет ряд неперенных условий и требований. К ним в первую очередь следует отнести свободу в выборе и направленности действий, самостоятельность в принятии решений, ответственность за принятые решения и риск, ориентацию на коммерческий успех. Т.И. Заславская также трактует предпринимательство как разновидность деятельности и связывает ее с возникновением и развитием соответствующего социального слоя, который отличают направленность на извлечение прибыли, свобода и автономность в принятии решений, самостоятельность, обуславливающая риск и ответственность [3]. Следует уточнить, что деятельность в границах социально-философской мысли рассматривается в широком смысле как способ существования и развития общества, включая и человека, с его потребностями, целями и интересами. В таком толковании деятельности реализована традиция, идущая от К. Маркса,

употреблять понятие «деятельность» для обозначения разнообразных отношений человека к миру, благодаря которым проявляется и развивается его сущность

Ряд авторов интерпретирует предпринимательство как атрибут рыночных отношений. Этот подход связан с введением предпринимательства в систему общественных отношений. На основании такого понимания предпринимательства выделяется предпринимательское поведение как относительно самостоятельная единица социального взаимодействия, которое потенциально может воплощать в себе все богатство духовного производства, а не только личностный потенциал субъекта предпринимательства.

Следует также отметить процессный подход к трактовке понятия предпринимательство. Р. Хизрич и М. Питерс [4] отстаивают точку зрения, что предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью. Это процесс, поглощающий время и силы инициатора и предполагающий принятие финансовой, моральной и социальной ответственности.

С точки зрения субъектного подхода, трактовку категории *предприниматель* с социальной общенаучной позиции можно рассматривать следующим образом.

Предприниматели как социально-экономическая система. К системообразующим признакам предпринимательства относятся:

1. Предпринимательство – сложноорганизованное, упорядоченное, четко расчлененное целое.
2. Предпринимательство включает в себя отдельных индивидов, объединенных общностью целей.
3. Предпринимательство, как и всякая система, образует новое качество, не сводимое к сумме качеств ее элементов.
4. Предпринимательство – гетерогенная социальная система, включающая такие элементы, как человек, предприятие, географическую местность и т. п.
5. Предпринимательство как социально-экономическая система отличается максимальной сложностью, т. к. во-первых, основной ее элемент – человек, который обладает субъектностью и наибольшим диапазоном выбора поведения, во-вторых, предпринимательство состоит из множества элементов, уровней и подсистем, между которыми присутствуют связи.
6. Предпринимательство как система связана с системой более широкого масштаба и с обществом в целом.
7. Предпринимательство – открытая система, способная обмениваться информацией с внешней средой.

С точки зрения методологического подхода к трактовке категории предпринимательства с социальной общенаучной позиции его можно рассматривать как социальный класс (кумулятивную группу), объединенную по роли и месту в системе экономических отношений. Социальный класс – «солидарная совокупность индивидов, сходных по профессии, по имущественному положению, по объему прав, а, следовательно, имеющих тождественные профессионально-имущественно-правовые интересы» [5]. Согласно разграничению социальных классов на производительные и непроизводительные, предпринимательство занимает ведущее место по степени производительности. Как социальный класс предпринимательство объединяет в себе индивидов по следующим признакам: профессиональному, имущественному, объемно-правовому и идеологическому [6].

Следует отметить, что не случайно проблемы предпринимательства находятся в поле зрения не только экономистов, социологов, историков, но и психологов. Экономическая функция предпринимательства находится в прямой зависимости от личностных особенностей. Предпринимательство как явление выходит за пределы экономической науки, т. к. связано с изменениями в системе ценностей, менталитете, социо-культурными традициями и т. д. Предпринимательство представляет собой пересечение психологических, социально-экономических, юридических, исторических моментов и имеет сложную структуру.

На протяжении всей эволюции предпринимательства ему сопутствовали следующие противоречия:

1. Противоречие между духом свободного предпринимательства и его зависимостью от социально-экономической политики государства.
2. Противоречие между независимостью и свободой частной собственности и регулированием предпринимательства со стороны государства.
3. Противоречие между экономической инициативой предпринимателя и законодательными и институциональными барьерами ее реализации.
4. Противоречие между инновационной направленностью и творческой активностью предпринимателя и отсутствием финансовой и институциональной поддержки воплощения новаторских инициатив в реальный продукт.
5. Противоречие между интересами хозяйственника-предпринимателя и наемных работников.

Следует отметить, что противоречия между глубинной сущностью предпринимательства и макросредой ведут к развитию предпринимательства в самом себе, как бутстрап-системы. Происходит саморазвитие путем самораскрутки, создаются механизмы самореализации. Таким образом, предпринимательство можно рассматривать как автопоэтическую систему, находящую истоки развития в самой себе.

Происходящая трансформация института предпринимательства связана с происходящими в обществе изменениями, характерными для ноосферной экономики. Трансформация предпринимательства предполагает его ускоренное изменение, носящее необратимый характер и образующее определенное состояние перехода в новое качество на пути формирования будущей модели. В настоящее время происходит трансформация предпринимательства из «класса в себе» в «класс для себя» [7]. Предпринимательство как класс в нашем обществе не обладает еще развитым осознанием себя. Формирование предпринимательства как «класса для себя» – процесс сложный и длительный, так как он затрагивает сферу общественного сознания. Должна произойти персонификация предпринимательства как социально-экономическо-

го субъекта в институциональной матрице. Предпринимательство находится сейчас на грани бифуркации, когда будущее его четко не определено, но перемены неизбежны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абалкин, А.И. Экономическая энциклопедия / А.И. Абалкин и др.; под ред. А.И. Абалкина и Ф.И. Шамханова. – М.: Экономика. – 1999. – 987 с. 5. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политика / Главн. науч. ред. и сост. С.Ю. Солодовников. – Минск: МФЦП, 2002. – 1008 с.
2. Вебер, М. История хозяйства: Город. Текст. / Пер. с нем. / Под ред. И. Гревса. – М.: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2001. – 576 с.
3. Заславская, Т.И. Авангард российского делового сообщества: гендерный аспект (статья первая). Экономическая социология / Соц. иссл. – 2006. – № 4. – С. 25–37.
4. Никитенко, П.Г. Социодинамика Беларуси, России и Украины: политико-экономический аспект / П.Г. Никитенко, С.Ю. Солодовников; Ин-т экономики Нац. акад. Наук Беларуси. – Минск: Беларуская навука, 2010. – 557 с.
5. Солодовников, С.Ю. Политико-экономическое исследование сущности социального капитала / С.Ю. Солодовников // Экономика и банки. – 2012. – № 1. – С. 14–20.
6. Хизрич, Р. Предпринимательство [Текст] / М. Питерс, Р. Хизрич. – М.: Прогресс, 2009. – 204 с.

Вайлунова Ю.Г., м. э. н., аспирант

УО «Витебский государственный технологический университет»

г. Витебск, Республика Беларусь

Yulia_KG@tut.by

ИНТЕГРАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ БИЗНЕС-СУБЪЕКТОВ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В условиях рыночной экономики наблюдается динамика развития интеграционных взаимодействий под влиянием конкуренции и требований научно-технического прогресса. Процессы глобализации обуславливают рост взаимосвязей и взаимодействия бизнес-субъектов. В настоящее время идет интенсивный процесс налаживания новых интеграционных связей, организации нового партнерства между бизнес-субъектами.

Актуальность темы состоит в том, что в условиях жесткой конкурентной борьбы возникает потребность в налаживании эффективного взаимоотношения, интеграционного взаимодействия между предприятиями-партнерами.

В зарубежной экономической науке проблема интеграции хозяйствующих субъектов получила разработку в трудах неоклассиков (Р. Борк, Р. Блэйр, Д. Казерман, Дж. Викерс, Р. Винтер, Х. Марвел, Дж. Спенглер и др.) и представителей неинституционального направления (Р. Коуз, К. Эрроу, Д. Норт, О. Уильямсон, А. Алчайн, Х. Демсетц и др.).

Теоретические вопросы взаимодействия предприятий, кооперации производства в условиях плановой экономики рассматривались в работах Л.Я. Дончака, Е.И. Карлика, Е.М. Градова, В.С. Кабакова и др. В формировании современных представлений о взаимодействии предприятий в рыночной экономике внесли вклад работы Р.Б. Авдашевой, Ю. Винслава, А.Р. Горбунова, Т. Долгопятовой, Е.Г. Нестеренко, В. Крюкова, Д.Л. Турчака, С. Е. Барютина, А.Н. Майзеля, Н.С. Пивоварова, П.В. Забелина, Ю.А. Львова и др. В Беларуси исследования в области партнерских взаимоотношений, интеграционных связей проводят И.Л. Акулич, Г.А. Веденин, В.С. Фадеев, Г.А. Яшева и др.

Концептуально понятие «интеграция» сформировалось лишь во второй половине XX века под воздействием активно-го процесса теоретических и практических поисков модели развития современных государств, бизнес-структур в рамках глобализирующегося пространства их взаимозависимости и взаимодействия.

Обобщив мнения ученых (Э. Хааса, Б. Розамонда, М. Ходжеса, К. Дойча, У. Уолласа, М. Алешина, А.М. Гатаулина, М. Мескона, А. Альберта, Ф. Хедоури, О.А. Родионовой, В.Е. Рыбалкина, Л.И. Абалкина, Г.С. Вечканова, Г. Шишковой и др.), можно заключить, что интеграция – это объединение субъектов хозяйствования, их интересов, ресурсов с целью развития корпоративных отношений во внутренней среде предприятия (формирование связей между цепочками ценностей подразделений внутри предприятия), интеграционных связей, формальных и неформальных взаимоотношений между стейкхолдерами по цепочке создания ценности, между предприятиями отрасли и между отраслями (на основе концепции сотрудничества / соперничества (cooperation / competition) для формирования и поддержания устойчивых конкурентных преимуществ, что обеспечивает долгосрочную конкурентоспособность и эффективность.

Основным отличием данного определения является акцент на добровольность объединения и развитие неформальных горизонтальных и вертикальных связей по цепочке создания ценности.

Интеграционное взаимодействие бизнес-субъектов в рыночной экономике должно приводить к созданию бизнес-структуры, под которой будем понимать систему сложившихся взаимоотношений между равноправными и независимыми партнерами – бизнес-субъектами, способными одновременно реализовывать как конкурентные стратегии (концепция со-конкуренции – co-competition), так и стратегии, направленные на сотрудничество (концепция cooperation).

Концепция со-конкуренции (co-competition) была разработана Бранденбургером и Нейлбаффом в середине 1990-х годов [3], [4, с. 57–71]. Если раньше конкуренция и сотрудничество рассматривались как две противоположные стороны, то сей-