

image not found or type unknown



Для начала ответим на вопрос, а кто такой предприниматель и что такое предпринимательство?

Предприниматель это - человек, который умножает не только свое, но и национальное богатство, кто находит способы лучшего использования ресурсов, снижение потерь и кто создаёт рабочие места. А предпринимательство – это осознанная рискованная деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. А главное данное действие должно быть зарегистрировано по закону и законным путём.

Но вернёмся к различиям дореволюционного предпринимательства с современным постсоветским бизнесом. По большей части различий не так много именно со стороны качества именно работы в них как работника, со стороны именно вообще как бизнеса то различий очень много. Начнём с того, что раньше в царской России не было заводов, а были мануфактуры. А малого бизнеса по сути вообще не существовало Мануфактура – это предприятие, основанное на ручном труде наёмных работников, где существует разделение труда на отдельные производственные операции. Можно привести такую династию, как Морозовы.

Морозовы занимались шёлком. Они открыли множество мануфактур по всей стране и Савва Васильевич Морозов был основателем данной династии. Начал он свою деятельность с ткача на фабрике. Созданные ткани он продавал в Москву. С именем мануфактуры связана «Морозовская стачка» 1885 года в с. Никольском. Рабочие протестовали против низкого уровня оплаты труда и высоких штрафов за нарушения. Выступление было подавлено, часть участников арестовали.

Возрождение российского предпринимательства напрямую связано с началом проведения реформ в Советском Союзе – перестройки. Приход в 1985 году нового руководства страны во главе с М.С. Горбачевым породил в советском обществе новые надежды на осуществление политических и экономических реформ. Перестройка началась с поиска новых подходов к преобразованиям экономики, отягощенной крайне неэффективной структурой, доминированием ВПК (с преобладанием огромных объединений и предприятий, закрытых городов-заводов, наукоградов и т.п.) в ущерб АПК и социальной сфере. Первым решительным шагом

в этом направлении стал арендный подряд (индивидуальный и семейный). Широкое распространение он получил в сфере бытового обслуживания. Для развития арендных отношений, которые служили важной ступенью на переходе к новым кооперативам и другим формам частного предпринимательства, большое значение имел Закон СССР «О государственном предприятии (объединении)» 1987 г. Вводимые этим законом формы хозяйственного расчета способствовали в дальнейшем освоению на небольших предприятиях местной промышленности и бытового обслуживания прогрессивных форм арендных отношений. Бытовое обслуживание стало пионером в распространении индивидуального и семейного арендных подрядов. Арендный подряд осваивали также кафе, бары, небольшие торговые предприятия, бригады и фермерские хозяйства. Аренда, как и впоследствии кооперативы, давала импульсы к разгосударствлению — необходимому подготовительному этапу системной приватизации. Ключевым в реформировании экономики явился закон «О кооперации в СССР», принятый в 1988 г. Кооперативы дали предпринимателям необычную для тех лет хозяйственную свободу, позволили легализовать накопившийся за долгие годы заряд предпринимательской активности. В то время малое предпринимательство было наиболее динамично развивающимся сектором советской экономики. За короткий период, количество кооперативов в общественном питании, сфере бытовых услуг, строительстве и производстве товаров возросло более чем в 10 раз, аналогичным образом изменилась и численность занятых. При этом объем реализуемых ими товаров и услуг увеличился в 20 раз. Кооперативы, обладавшие мощным зарядом легализуемой предпринимательской активности, отличала предельная для тех реальных условий гибкость в хозяйственной деятельности. Бурное развитие новых кооперативов в 1988-1989 гг. можно считать началом возрождения предпринимательства в Советском Союзе и интенсивным стартом фазы формирования начального капитала. Изучение действующих кооперативов, проведенное с участием работников Государственной комиссии по экономической реформе в 1989-1990 гг., показало, что эффективность их хозяйственной деятельности была в 5-6 раз выше аналогичных (порой соседних) государственных предприятий. Организация дела, механизм управления, подбор работников, формы оплаты труда (поощрения, наказания) — все говорило о том, что эти кооперативы — прообраз малых частных предприятий. Я этим хочу сказать, что перемены начались с того, что появился малый бизнес на просторах России. Именно малый бизнес и даёт большую прибыль. Появились товарищества и объединения, а именно профсоюзы играют важную роль, где работник это - тоже человек, а не просто рабочая сила или кадр в системе офиса.

## **Ментальные традиции "антирыночного" восприятия частной собственности и богатства в России и их исторические корни.**

Ещё с древних времён, ещё на Руси, богатых сильно не любили. Исторически сложилось, что богатый человек это – враг и его богатство выстроено на костях. Для сравнения. Когда была революция, то боролись не с бедностью, а с богатыми тем самым уравнивая слои, раздав и поделив финансы и прочие ценности и богатым. В США уравнивали бедных приравнивая их к «среднему классу», а у нас «опустив» богатых.

## **"Евразийский" менталитет и его влияние на деловую активность и предприимчивость россиян.**

**Евразийский менталитет** построен на основе: равенства, братства, трудолюбия. Так же этому менталитету присуще терпимость к чужим мнениям, верованиям, поведению, обладает обостренным чувством справедливости, стремлением к образованию и повышению квалификации. Поэтому там большинство бизнесов это - объединения, которые направлены на помощь человеку и получение прибыли от этого не повышением цены, а наоборот её понижением и повышением качества. Наши тоже имеют эти качества у нас это можно уместить всё в одно слово коллективизм. Он нам присущ ещё со времён СССР, когда все вставали под один флаг и просто делали во благо Родины. Мы тоже интернациональны, нам не важно какой цвет кожи или разрез глаз. Главное, чтобы человек был хороший. А вот в плане бизнеса наши предприниматели хотят продать подороже, а качество порой не самое лучшее за данные деньги. Предприниматели все немного авантюристы и постоянно придумывают, как сэкономить и при этом поднять цену.