

***Современная
предпринимательская
среда***

Понятие предпринимательской среды.

Предпринимательская среда - это сложившаяся в стране благоприятная социально-экономическая, политическая, гражданско-правовая **ситуация**, которая обеспечивает экономическую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью, направленной на удовлетворение потребностей всех субъектов рыночной экономики.

Главная проблема, мешающая становлению благоприятной предпринимательской среды в России – затянувшийся процесс перехода к рыночной экономике: старая административно-командная система управления разрушена, новая до сих пор находится в стадии формирования.

Предпринимательская среда подразделяется на:

- 1. Внешнюю предпринимательскую среду**, которая по отношению к предпринимателям является средой объективной и действует независимо от их желаний. Предприниматель лично не может изменить факторы внешней среды, но он может учитывать их воздействие в своей деятельности и приспосабливаться к ним.

Чтобы добиваться успехов, предприниматели должны хорошо знать все внешние факторы и условия, чтобы в своей деятельности предвидеть их влияние на конечные результаты своего бизнеса.

- 2. Внутреннюю**, которая формируется непосредственно самим предпринимателем.

Факторы внешней предпринимательской среды.

- 1. Экономическое положение в стране и регионах.**
- 2. Политическая ситуация, характеризующаяся стабильностью развития общества и государства.**
- 3. Правовая среда.**
- 4. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства.**
- 5. Социально-экономическая обстановка.**
- 6. Формирование положительного общественного мнения.**
- 7. Институционально-организационная среда.**
- 8. Научно-техническая, технологическая среда.**
- 9. Культурная среда.**
- 10. Наличие в достаточном количестве природных факторов производства.**
- 11. Физическая среда.**
- 12. Отсутствие проявления природных катаклизмов.**

1. Экономическое положение в стране и регионах

Сущность благоприятной экономической среды состоит в установлении гарантий со стороны государства на осуществление законной предпринимательской деятельности.

На развитие предпринимательства положительно (или отрицательно) влияют следующие экономические инструменты:

- уровень ставки рефинансирования, устанавливаемой Центральным банком РФ;
- уровень инфляции;
- число налогов (обязательных сборов, платежей) и размеры налоговых ставок;
- уровень ликвидности хозяйствующих партнеров (компаний, фирм);
- уровень цен (тарифов) на определенные виды ресурсов, особенно на продукцию естественных монополий;
- недопущение установления монопольно высоких или монопольно низких цен, соглашений хозяйствующих субъектов, ограничивающих конкуренцию на товарных рынках;
- все более значимыми становятся стабильность национальной денежной единицы, повышение уровня ее покупательной способности и другие экономические факторы и условия.

2. Политическая ситуация.

- Для развития предпринимательства требуется **стабильность политической обстановки**, в стране и в отдельных регионах, согласие между всеми ветвями власти, признание ими того факта, что без развития цивилизованного предпринимательства невозможны экономический рост, эффективное развитие всех отраслей экономики и повышение благосостояния общества.
- **Конкурентоспособность страны** напрямую зависит от **эффективной, отлаженной системы взаимодействия власти и бизнеса**.

3. Правовая среда

Правовая среда должна четко устанавливать права, обязанности, ответственность предпринимателей и других субъектов рыночной экономики.

- Поэтому важным направлением экономической политики, напрямую обращенным на стимулирование предпринимательства, должны быть институциональные реформы, нацеленные на укрепление прав собственности.
- Необходимо четкое установление ответственности предпринимателей за нарушение законодательных и нормативных актов, регламентирующих хозяйственную (предпринимательскую) деятельность.
- В настоящее время многие правовые акты декларативны, не имеют прямого действия на развитие предпринимательства. Главный же недостаток большинства правовых актов - они не исполняются.
- Другим существенным недостатком является изобилие административных барьеров, фактически тормозящих развитие предпринимательства.

4. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства.

Роль государства – частичное регулирование на основе законодательства.

С одной стороны государство не должно вмешиваться в предпринимательскую деятельность, т.к. предпринимательство – это свободная деятельность дееспособных граждан, но с **другой стороны**, государство должно обеспечивать защиту экономической и политической свободы предпринимателя.

«Все правительства, добивающиеся успеха, поддерживали частное предпринимательство не манипулируя, а облегчая ему жизнь. Они поддерживали предпринимателей главным образом тем, что не прилагали титанических усилий для того, чтобы подрывать основы их существования»
(английский журнал «Экономист»).

5. Социально-экономическая обстановка

Характеризует уровень платежного спроса населения (потребителей). На стремление покупателей приобретать товары оказывают влияние объемы денежных средств, которые покупатели могут истратить на покупки.

Для развития малого предпринимательства, необходим высокий уровень потребления товаров, особенно в регионах, и пока его не будет, массового малого бизнеса не будет.

6. Положительное общественное мнение

Отношение населения к предпринимательству на сегодняшний день неоднозначное.

Например, в 2016 году Фондом «Общественное мнение» был проведен опрос, по результатам которого выяснилось, что подавляющее большинство россиян - **79%** - **позитивно** относятся к предпринимателям малого бизнеса.

Плохо относятся к ним только **10%** опрошенных.

Среди россиян **моложе 35 лет** практически **все 90%** демонстрируют положительное отношение к тем, кто занимается малым бизнесом.

Среди тех, кому **больше 55 лет**, также преобладает позитивное отношение к предпринимателям малого бизнеса **55%**, хотя довольно часто встречается и отрицательное **45%**.

7. Институционально-организационная среда.

Характеризует необходимое и достаточное число организаций, обеспечивающих возможность осуществления коммерческих операций и деловых связей.

К таким предприятиям относятся:

- коммерческие банки и другие кредитно-финансовые организации;
- страховые организации;
- рекламные компании;
- специализированные организации по предоставлению таких услуг как аудит, консалтинг, защита интересов предпринимателей;
- учебные заведения по подготовке кадров для предпринимательских организаций;
- компании по изучению рынка, проведению специализированных маркетинговых исследований;
- поставщики сырья, материалов, энергии, топлива и других услуг
- транспортные компании.

Факторы внутренней предпринимательской среды

Внутренняя предпринимательская среда

носит субъективный характер и напрямую зависит от самого предпринимателя, его компетентности, силы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса.

К внутренней предпринимательской среде относятся следующие факторы:

- наличие стартового капитала;
- правильный выбор организационно-правовой формы предприятия;
- правильный выбор предмета деятельности;
- подбор команды партнеров;
- знание рынка и квалифицированное проведение маркетинговых исследований;
- подбор кадров и управление персоналом;
- уровень образования, обеспечивающий возможность заниматься определенными видами предпринимательского бизнеса;
- четкое соблюдение предпринимателями законов и нормативных актов, регулирующих выбранный вид деятельности.