МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ**

**НОУ «Московский институт управления»**

Кафедра: Экономики и управления

Специальность: Экономика и управление на предприятии (в природопользовании)

Форма обучения: заочная

**РАБОТА ПО ПРОЙДЕННОМУ КУРСУ**

# По дисциплине: «ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Тема: «КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ОТНОШЕНИЙ

студента

Мельников Дмитрий Александрович

МОСКВА 2010 г.

**Содержание**

Введение

1. Культура предпринимательства

2. Предпринимательская этика и этикет

3. Предпринимательство: быть, а не казаться

4. Предпринимателями рождаются

Заключение

Используемая литература

**Введение**

В последние годы отечественные социологи, изучающие проблемы российской экономики и предпринимательства, активно взяли на вооружение западные разработки, касающиеся принципов внутреннего структурирования и внешнего ориентирования предприятий самого разного рода. При этом слово фирма было дискредитировано западными исследователями как явление, уходящее в прошлое, относящееся к индустриальному обществу, обществу потребления. В новую эпоху в обществе постиндустриальном, информационном вместо фирмы - инертно-бюрократической машины появляется понятие "гибкая технико-социальная система", "группа людей, сознательно объединившихся для достижения общих целей путем преобразования экономических ресурсов в желаемые конечные состояния", "большая семья". В западной литературе она определяется в терминах "корпорация" и "корпоративная культура", в переложениях этих разработок на русский язык и в приложениях их к российской действительности стали принятыми понятия "организация" и "организационная культура".

Поиски оптимальной организационной культуры нового типа на Западе были вызваны объективными экономическими процессами: принципиальный переход от не насыщенности рынка к ситуации, когда рынок насыщен и работать приходится с индивидуализированным, капризным по характеру спросом.

В эпоху "постиндустриальной революции" производство оперирует не индифферентной массой, а опирается на человеческий ресурс - совокупность организованных отношений на базе определенной культуры. Новое общество - не общество потребления, а общество причастности, вовлеченности и развития. Отсюда и такое понятие как "сопричастный менеджмент".

Внутренние и внешние коммуникации фирмы нового типа характеризуются открытостью, не формальностью, индивидуализацией. Внутри организации, конечно, сохраняются и иерархия, и бюрократия, но горизонтальные связи становятся не менее важными. В связях с внешним миром организация должна (ибо иначе не выживет) учитывать глобальные факторы в развитии технологии, в экологических и социально-политических процессах, движения гуманитарного характера. Сформировавшиеся рынки потребителей и системы защиты прав потребителей диктуют иные правила игры на рынке. Причем не только в отношении потребителей, но и в отношениях с конкурентами. В частности здесь опять же проявляется большая открытость организации в плане информационном, готовность к сотрудничеству. Наряду с традиционной готовностью фирмы реагировать на "сильные сигналы" - финансовые - она открыта для "слабых сигналов" социально-гуманитарного толка, не имеющих формализованных структур.

**1. Культура предпринимательства**

Культура предпринимательства является неотъемлемым элементом организации предпринимательской деятельности. Она базируется на общих понятиях культуры и неразрывно с ней связана.

Культура - это совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей. Так определяется сущность этого понятия в Словаре русского языка СИ. Ожегова. Далее в Словаре дается еще одно определение этого комплексного понятия: культура - это высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие, умение.

Культура предпринимательства - это определенная, сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законами, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

Как известно, предпринимательская деятельность - это свободная деятельность дееспособных граждан и(или) их объединений. Но экономическая свобода в осуществлении предпринимательской деятельности не означает, что ее участники свободны от неисполнения установленных принципов и методов регулирования предпринимательской деятельности. Государство устанавливает определенные преграды для ограничения проявления всемерной экономической свободы отдельными представителями предпринимательской деятельности во имя защиты интересов и экономической свободы других участников предпринимательства и других субъектов рыночной экономики, общества в целом.

Культура предпринимательства означает, что самостоятельность и экономическая свобода субъектов предпринимательской деятельности противоречат их неоправданной инициативе. Поэтому государство устанавливает меры и формы ответственности за нарушение предпринимателями правовых норм, регулирующих предпринимательскую деятельность.

Первым всеобщим элементом культуры предпринимательской деятельности является ее законность. Вторым элементом - строгое выполнение обязательств и обязанностей, вытекающих из правовых актов, договорных отношений и совершаемых законных сделок, из обычаев делового оборота, что проявляется в ненанесении не только имущественного, но и морального вреда партнерам, конкурентам, потребителям, наемным работникам.

Следующим важным элементом культуры предпринимательства является честное ведение его субъектами своего бизнеса. Честное отношение к людям, потребителям, партнерам, государству - это действительно ведущий признак культуры предпринимательства.

Важно также соблюдение предпринимателями общих этических норм, включающих профессиональную этику, этические кодексы фирмы, общепринятые правила осуществления бизнеса, уровень культуры и воспитания предпринимателей, степень их притязаний, соблюдение обычаев и нравов, действующих в обществе, уровень знаний, необходимых для осуществления законного бизнеса и др.

Культура предпринимательства как проявление правовых и этических критериев (норм) включает следующие отношения: с государством, с обществом, с потребителями, со служащими, с партнерами, с конкурентами и другими хозяйствующими субъектами, а также соблюдение действующих правовых актов, стандартов, правил, норм, прямо или косвенно влияющих на развитие предпринимательства.

Предпринимательская деятельность направлена на систематическое извлечение прибыли, но не всяческими путями и методами, а только на законных основаниях. Культура предпринимательства означает, что предприниматели, создав собственное дело, осуществляют законный бизнес и получают доход (прибыль) на законных основаниях.

Формирование культуры предпринимательства определяется многими факторами, среди которых первые места занимают цивилизованная внешняя предпринимательская среда, общественный и государственный менталитет, реально действующие правовые нормы, устанавливающие права, обязанности, ответственность предпринимателей, защищающие их от агрессивной окружающей среды, и, конечно, сам предприниматель и его корпоративная культура.

Культура предпринимательства в целом зависит от формирования культуры предпринимательских организаций, культуры самих предпринимателей, от предпринимательской этики, делового этикета и многих других элементов, в целом составляющих такое понятие, как культура.

Схематично возникновение культуры предпринимательской организации и дальнейшее ее формирование можно представить следующим образом:



Культура фирмы, как правило, определяется следующими внутренними факторами:

* предметом предпринимательской деятельности, осуществляемым бизнесом;
* организацией предпринимательской деятельности;
* мотивацией собственника фирмы и служащих;
* уровнем управленческой культуры, механизмом взаимоотношений руководителей фирмы и наемных работников;
* наличием особого стиля управления, который способствует достижению ведущих позиций на рынке;
* созданием таких условий деятельности служащих, которые способствуют осознанию их полной причастности к результатам деятельности фирмы;
* наличием набора четких, определенных представлений о ценностях, к которым стремится фирма;
* высокой профессиональной компетентностью руководителей фирмы, менеджеров и сотрудников и возможностью их обучения;
* достижением высокого качества и интенсивности труда сотрудников с соответствующим материальным вознаграждением;
* ориентацией деятельности фирмы на высокую эффективность и качество предлагаемых товаров и услуг;
* хорошо организованным сервисным обслуживанием продукции у потребителей;
* высокой культурой производства, внедрением новых технологий, обеспечивающих необходимый уровень качества товаров и услуг;
* созданием необходимых санитарно-гигиенических и безопасных условий труда;
* обеспечением здорового морального климата в фирме и др.

Формирование такой корпоративной культуры наряду с другими факторами обеспечивает предпринимательский успех.

Можно определить, культурна ли фирма, если провести анализ по следующим критериям и получить положительный ответ на поставленные вопросы:

* готова ли фирма к риску и нововведениям;
* направлена ли активность фирмы (сотрудников) на решение главных целей;
* акцентируется ли внимание на внешних задачах (хорошее обслуживание клиентов, взаимоотношения с потребителями и др.);
* не поощряются ли конформизм, индивидуализм;
* стимулирование работников ориентировано на конечные индивидуальные результаты;
* принятие решений в фирме децентрализованно;
* предпочтение отдается групповым формам принятия решений;
* деятельность подчинена заранее составленным планам;
* работа сопровождается инновационными процессами;
* имеется сотрудничество между группами и отдельными работниками;
* сотрудники верны интересам фирмы и преданы ей;
* они целиком информированы о том, какова их роль в достижении целей фирмы;
* отношения в фирме неформальны;
* фирма является открытой для высшей системы.

**2. Предпринимательская этика и этикет**

Предпринимательская этика - одна из сложных проблем формирования культуры цивилизованного предпринимательства, так как этика вообще - это учение и практика поведения индивидуумов (граждан) в соответствии с идеями о должном, о добре и в виде идеалов, моральных принципов и норм поведения. Это учение о назначении человека, о смысле его жизни. Это система моральных и нравственных норм, включая общеобязательные правила поведения людей.

Предпринимательская деятельность, как и любая экономическая, хозяйственная, профессиональная деятельность дееспособных граждан, имеет правовые и этические критерии, нормы, правила поведения, отступление от которых грозит субъектам предпринимательской деятельности негативными последствиями. Право нормы поведения предпринимателей и организаций устанавливаются законами и нормативными актами, невыполнение которых грозит серьезными мерами наказания, вплоть до банкротства и лишения свободы. Поэтому очень важным условием развития цивилизованного предпринимательства является не только принятие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, но и формирование правовой культуры.

Этические нормы в предпринимательстве представляют собой совокупность признаков поведения граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность в различных сферах экономики, направленную на удовлетворение потребностей рынка, конкретных потребителей, общества и государства. Предпринимательская этика базируется на общих этических нормах и правилах поведения, сложившихся в стране, в мире, а также на профессиональной этике, проявляющейся в той или иной сфере деятельности. В связи с общеэтическими нормами поведения граждан предпринимательская этика неразрывно связана с такими понятиями, как честность, совесть, авторитет, благородство, вежливость, честолюбие, самолюбие, бесстыдство, лицемерие, злорадство, злословие, месть, коварство, грубость, и с другими понятиями. Как видно, одни понятия связаны с положительными (позитивными) принципами и чертами поведения, а другие - с отрицательными (негативными). Только неполное перечисление характерных черт поведения отдельных предпринимателей свидетельствует о комплексном понятии предпринимательской этики, которая, как правило, должна базироваться на общечеловеческих, общегуманных принципах, на общих принципах осуществления рискового, новаторского, инновационного, компетентного, законного, честного предпринимательства в противоположность рутинному, незаконному, некомпетентному бизнесу.

На формировании предпринимательской этики сказываются формы общественного сознания (менталитета) и общественных отношений, направленных на утверждение самоценности гражданина как предпринимателя, проявление его лучших человеческих качеств, экономической свободы, его ответственности перед потребителями, обществом. Предпринимательская этика опирается на моральные принципы, относящиеся к нравам, характеру, притязаниям предпринимателей, а потому неразрывно связана с их мотивами, побуждениями.

Этические проблемы предпринимателей постоянно возникают и разрешаются, в первую очередь, с потребителями, при этом государство защищает интересы потребителей. Этические отношения предпринимателей как собственников дела связаны с наемными работниками. Эти отношения оказывают особое влияние на уровень предпринимательского успеха. Важное значение в развитии цивилизованного предпринимательства имеют отношения с хозяйствующими партнерами, конкурентами, обществом. Предпринимательская этика проявляется в таких категориях, как верность данному слову, принятому на себя обязательству, моральной ответственности за невыполнение установленных правовыми нормами обязанностей.

Чтобы овладеть навыками корректного поведения, нужно соблюдать:

• правила представления и знакомства;

• правила проведения деловых контактов;

• правила поведения на переговорах;

• требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде;

• требования к речи;

• культуру служебных документов и другие элементы предпринимательского этикета, который является составной частью предпринимательской этики.

Предпринимательский этикет представляет собой совокупность правил поведения предпринимателя, регулирующих его внешние проявления с окружающим миром, с другими предпринимателями, конкурентами, сотрудниками, со всеми индивидуумами, с которыми предприниматель контактирует не только при осуществлении своего бизнеса, но в любой жизненной ситуации.

**3. Предпринимательство: быть, а не казаться**

Термин «предприниматель» часто используется для определения человека, владеющего или управляющего предприятием. Для некоторых предприниматель — это тот, кто открыл собственное дело, для других — спекулянт, рискующий собственными и чужими деньгами, для третьих — управляющий, менеджер. Во всех этих подходах есть доля истины. Так кто такой настоящий предприниматель и кому по силам новаторское бремя?

Экономисты часто употребляют понятие предпринимательства в более широком значении: *предпринимателем называют человека, который находит новые, более эффективные способы использования ресурсов.*

Владелец небольшого книжного магазина, например, считался бы предпринимателем в том случае, если бы искал пути более эффективного управления своим бизнесом, а не просто выполнял текущие задачи вроде заказа новых книг. В то же время управляющий предприятием, не являющийся его владельцем, может выполнять функции предпринимателя, когда принимает решения, нацеленные на повышение эффективности работы своей фирмы.

Предпринимательство в экономической теории,начиная с Альфреда Маршалла рассматривается как особый фактор производства, соединяющий 3 остальных фактора: труд, землю и капитал. Факторный доход фактора производства «предпринимательство» называетсяприбылью.

А. Маршалл ввел организацию как четвертый фактор производства, Дж. Б. Кларк наделил предпринимателя функцией координации, Дж. Найт на ту же роль определил менеджера. Не будем спорить, кто или что именно является на самом деле четвертым фактором производства: организация, менеджер или предприниматель? Сегодня экономисты говорят об *предпринимательских услугах*в качестве фактора производства. Это примиряет все точки зрения.

**«Готовность заниматься дерзкими начинаниями»**

«Предприимчивость: готовность заниматься дерзкими или трудными начинаниями» (Оксфордский словарь). Это полезное, но слишком общее определение. Что такое предпринимательство? Вид труда? Профессия? Способ поведения в экономике? Совокупность черт характера? Чтобы понять суть предпринимательства, важно провести различие между двумя типами экономической деятельности:

* с одной стороны, это *рутинная, шаблонная деятельность*, повторяющая прошлое, предполагающая получение результатов известными способами;
* с другой, — это *творческая, поисковая деятельность*, связанная с выработкой новых идей и средств их достижения, или деятельность, направленная на достижение известных целей с помощью новых средств.

Предпринимательство — новаторство особого рода. *Во-первых,* оно связано с новыми идеями о потребностях и новых путях их удовлетворения, о новых товарах и услугах, новых способах использования ресурсов и т. п. *Во-вторых,* оно предполагает объединение ресурсов с целью создания предприятия или повышение эффективности существующей компании. *В-третьих,* подразумевает коммерческую реализацию новых идей.

В широком смысле слова предпринимательство — это хозяйственное новаторство. В узком смысле оно понимается как процесс создания нового предприятия в условиях конкуренции.

Нововведения (инновации) и предпринимательство тесно связаны. По определению русского филолога В.И. Даля быть предпринимателем, в широком смысле слова, значит «решиться исполнить новое дело». Только там, где есть внедрение нового, имеет место настоящее предпринимательство. Однако новации — это не только новые товары и услуги, станки и технологии. Это и организационные новшества, и многое другое, что продвигает дело вперед. Предприниматель, по словам авторитетного ученого из США П. Дракера, «всегда в поисках перемен, откликается на них и использует как благоприятную возможность». Предприниматели являются носителями перемен, вводят изобретение в жизнь, используя его как двигатель прогресса в экономике.

**Новая идея не имеет смысла, если она не вынесена на рынок и не сделана всеобщим достоянием.**

**С капитализмом — не синонимы**

Современные исследователи различают 3 вида предпринимательства:

* *рискованное* — классическое, подразумевает создание собственной фирмы;
* *внутреннее* — предпринимательская активность работников фирмы;
* *социальное* — направлено на нововведения в общественной жизни, в том числе в виде некоммерческих предприятий, в сфере деятельности государства (новые политические партии, общественные организации).

Как подчеркивал столетие назад выдающийся социолог Макс Вебер, стремление к предпринимательству не должно ассоциироваться с капитализмом — оно существовало всегда и везде. Другое дело, что только рыночная экономика дала ему сильный толчок. С исторической точки зрения, первые предприниматели действовали на собственные средства, на свой страх и риск. Именно по этой причине понятие предпринимательства чаще всего связывается с владением бизнесом.

**Разбираться в настоящем и предсказывать будущее**

На протяжении последних четырех веков ученые-экономисты пытались разобраться в сути предпринимательства. Но рассматривали они это понятие в зависимости от конкретных условий хозяйствования, по-разному понимая его роль и место.

В средние века антрепренером называли человека, который на отведенные ему государством, городом или частными лицами средства организовывал празднества и шествия, а экономию присваивал в виде законной прибыли. В литературе ХVII в. предпринимателем называли купца и противопоставляли его финансисту. В ХVIII в. в связи с развитием индустрии предпринимателем считался работодатель. Кроме того, тогда предпринимательство связывалось также с удачным помещением капитала, позволявшим при определенном риске получать дополнительный доход, прежде всего в сфере обращения. Предпринимателя стали отождествлять с капиталистом, хотя было известно, что не всякий капиталист занимается предпринимательством.

Предприниматель, по определению французского ученого Жана Батиста Сэя (1803 г.), выступал как лицо, перемещающее ресурсы из области низкой доходности в область высокой доходности. Другой экономист — шотландец Ричард Кантильон в ХVIII в. рассматривал предпринимателя как фигуру, получающую дополнительные прибыли вследствие принятия риска в условиях неопределенности на рынке. В середине ХIХ в. Карл Маркс, хотя и различал пассивного капиталиста и капиталиста-предпринимателя, нововведения сводил, прежде всего, к изменениям в технологическом процессе.

Прорыв в понимании предпринимательства приходится на ХХ в. Знаменитый шотландец Адам Смит в ХVIII в. считал предпринимателя носителем нежелательных «нарушений равновесия». Сегодня те же самые нарушения рассматриваются как необходимый элемент, исходный пункт любого общественного развития. Талант австро-американского ученого Йозефа Шумпетера проявился в том, что еще в начале века в зачатках массового экономического новаторства он увидел новое качество предпринимателякак *главного агента экономического развития.* Шумпетер широко понимал роль предпринимателя как человека, обладающего способностью «осуществления новых комбинаций», умением «делать не то, что делают другие, ... и не так, как делают другие», «плыть против течения». По мнению Шумпетера, функция предпринимательства — реформирование производства путем использования разнообразных возможностей для выпуска новых или старых, но произведенных новым способом, товаров, а также открытие новых источников сырья и рынков сбыта.

В представлении Й. Шумпетера предприниматель:

* создает новые блага или предлагает прежние, но с новыми качествами;
* вводит новые, еще не применявшиеся в данной отрасли способы производства;
* завоевывает новые рынки сбыта или расширяет прежние;
* использует новые виды сырья; вводит новую организацию дела.

В. Зомбарт в книге «Буржуа» (1923 г.) характеризует предпринимателя как человека, заглядывающего в будущее, строящего планы. **Что должны уметь предприниматель и его советник — экономист? Разбираться в настоящем и предсказывать будущее.** Отсюда такое почтение и внимание к бизнес-планам.

Последний знаменитый представитель австрийской экономической школы Фридрих фон Хайек писал, что движущей силой поиска новых возможностей предстает предприниматель, стремящийся достичь наиболее эффективного соединения своих уникальных знаний и возможностей с рыночной ситуацией, тем самым обеспечивая первенство в конкуренции и наибольший доход.

Ключевые идеи предпринимательства получили развитие в работах зарубежных ученых конца ХХ в. — Г. Стивенсона, М. Кассона, П. Дракера. Велик, но пока недостаточно оценен вклад в исследование предпринимательства российских мыслителей: Н. Кондратьева, Н. Бердяева, П. Сорокина.

**Агент экономического развития**

Чем мир обязан предпринимателям? Почему американцы возводят предпринимательство в разряд культа?

Роль предпринимателя в экономике велика. Он является «главным агентом экономического развития». Это выражается в том, что путеводная звезда прибыли видна многим, но далеко не все решаются отправиться в путь за нею. «Готовность заниматься дерзкими или трудными начинаниями» чрезвычайно ценна для общества.

*Предприниматели питают рынок новыми товарами и услугами.* Мы часто не знаем, кому обязаны появлением новых товаров и услуг, кто тот человек, решившийся их производить. Американские студенты С. Джоббс и С. Возняк сами сделали первый персональный компьютер и, что важно, доказали его коммерческие возможности (фирма «Эппл компьютерс»). Советский академик Патон не только открыл новые виды сварки, но и сделал их привлекательными для бизнеса.

*Предприниматели открывают новые виды ресурсов или используют старые на новый лад.* На рубеже экономических эпох в начале 1990-х Артем Тарасов и многие другие сделали начальный капитал на вывозе отходов производства, которые только при социализме были отходами. На самом деле — это полноценные ресурсы для экономики, ориентированной на прибыль. Этот пример не совсем безупречен, так как под маркой отходов вывозилось и обычное сырье. Открытие новых ресурсов идет непрерывно: новые материалы, формы связи, идеи — все это ресурсы.

*Предприниматели способствуют развитию новых технологий.* Хрестоматийный Генри Форд, создавший первый конвейер, или корпорации Сони и Филипс, разрабатывающие новые виды лазерных дисков, — звенья одной цепи.

*Предприниматели открывают новые рынки.* Русский народ, несомненно, обладает предприимчивостью. Новгородская торговля «из варяг в греки» или история колонизации севера Европейской России или Сибири — что это, как не открытие новых рынков?

*Предприниматели создают новые предприятия и реконструируют старые.* Только человеку или группе людей, владеющих навыками предпринимательства, посильно такое трудное и ненадежное дело.

*Предприниматели создают новые рабочие места.* На крупных предприятиях наблюдается тенденция сокращения рабочих мест. Весь прирост идет за счет относительно новых малых предприятий, в которых функция предпринимателя выражена более ярко, чем в старых и больших фирмах.

*Предприниматели делают инвестиции в человеческий капитал.* Высшие учебные заведения не выпускают (да и не должны) узких специалистов, ориентированных на работу в данной фирме на данном месте. Этим занимаются сами фирмы. Предприниматели не занимаются благотворительностью, но оказалось, что гармонично развитая личность дает большую отдачу. Поэтому предприниматели, действующие на перспективу, заботятся не только об узкоспециальном обучении своих работников, но и об их всестороннем образовании.

*Предприниматели накапливают и делают инвестиции.* В системе национальных счетов даже разделяют государственные расходы, в том числе инвестиции, и частные инвестиции. Только последние считаются «настоящими», указывающими верный путь развития, без бюрократического искажения.

*Предприниматели способствуют экономическому росту и развитию.* Если собрать все вышеперечисленное воедино, мы придем именно к тому, с чего начали: **предприниматель является главным агентом экономического развития.**

Роль предпринимательства в последние десятилетия усилилась. Основная причина в усложнении нашего мира заключается во все большей слабости централизации и единого плана. Интуитивно столь большую роль предпринимательства еще в начале ХIХ в. подчеркивал социалист-утопист Сен-Симон, рассматривавший предпринимателя как жреца, осуществляющего священную социальную функцию — начальника производственной деятельности. В конце ХIХ в. В. Парето причислял предпринимателей к классу элиты, то есть избранных, которые по природным свойствам предназначены возглавлять хозяйство, а потому не допускают замены их людьми без надлежащего призвания и природных данных.

В настоящее время это положение звучит более корректно, но суть его осталась неизменной. Предпринимательство лелеется мудрыми правительствами и народами, лидеров «выращивают», точнее позволяют им расти. Недаром американская некоммерческая корпорация «Junior Achievement» была создана еще в 1919 г. для развития навыков предпринимательства начиная со школьной скамьи. В России же было потеряно почти 70 лет.

**4. Предпринимателями… рождаются?**

Американские статистические исследования показывают, что средний основатель успешного предприятия — женатый мужчина, имеющий диплом колледжа и опыт создания делового предприятия. Он был старшим ребенком в семье. Первый серьезный успех пришел к нему в 30 с небольшим. Он стремится к независимости, амбициозен, уверен в своих силах, готов идти на риск, энергичен. Начиная дело, сталкивается с нехваткой ссудного капитала и слабостью маркетингового механизма, а при осуществлении текущих операций — с трудностями регулирования потоков наличности и слабой материальной поддержкой.

Тем не менее, ответ на вопрос, кто становится предпринимателем, будет парадоксальным — кто угодно. Предприниматели бывают разного возраста, внешности, с разными чертами характера. Точную характеристику преуспевающего предпринимателя дать невозможно. Однако у предпринимателей есть много общего. Это свойства характера, именуемые *характеристиками* предпринимателя, и *мотивы*, которыми тот руководствуется.

**Характеристики предпринимателя**

* ориентация на нововведения, освоение нового, творчество;
* способность предвидения, деловая интуиция;
* умение привлекать ресурсы;
* самостоятельность, волевые качества, стремление к победе, лидерство;
* склонность к риску — способность действовать в условиях неопределенности, готовность брать на себя риск.

Предприниматель обладает опытом и психологическими чертами, необходимыми для свободного хозяйственного творчества. Первые четыре черты характера типичного предпринимателя можно считать очевидными. Последняя характеристика пришла из психологии, она подтверждена опытами в середине ХХ в. и считается неотъемлемой чертой предпринимателя.

*Склонность к риску.* Необходимым качеством предпринимателя является умение работать в условиях неопределенности. Предприниматели, начиная дело, рискуют. Они знают, что успех не гарантирован. Если их планы не оправдаются, они потеряют деньги, время, прочие ресурсы. Предприниматели идут на риск и при этом «спят спокойно».

**Основные черты удачливого бизнесмена**

ПОДХОДИТЕ ЛИ ВЫ ДЛЯ БИЗНЕСА?

Пожалуй, первый вопрос, который вы себе зададите, взвесив в уме преимущества и недостатки самостоятельного предпринимательства, это — «Смогу ли я?» Вы должны стать самым важным звеном в вашем деле. Тут главное, чтобы вы оценили себя достаточно высоко, пожалуй, выше, чем вы оцениваете самого перспективного своего работника. Суммируйте все свои плюсы и минусы и сделайте соответствующие выводы. Иначе толковый управляющий вашим бизнесом очень вскоре найдет у вас слабинку и попытается на ней играть — отнюдь не всегда вам на пользу.

ТВЕРДОЕ УБЕЖДЕНИЕ И СВОЯ ПОЗИЦИЯ

Люди, открывающие свой бизнес, могут придерживаться определенных политических взглядов, исповедовать ту или иную религию, быть приверженцами тех или иных экономических теорий. Они такие же, как все прочие люди. Единственное, чем они выделяются, это то, что они боле полно, нежели обычные служащие, пытаются себя выразить. И это главное.

Если вы приняли решение рискнуть своими деньгами и временем, верьте в победу. Важно, чтобы эта вера не была слепой. Собираясь открыть свое дело, вы жаждете успеха. Это психологически мотивированно и обычно подтверждается результатами несложных тестов. Жажда успеха — немаловажный фактор в достижении задуманного.

Человек, не способный на самостоятельный шаг, может называть вас дельцом, беспечным игроком или транжирой, хотя, вы таковым себя никогда не считали. Но все собранные нами данные о предпринимателях свидетельствуют о том, что в своем отношении к риску они ничем не отличаются от всех остальных людей. Хотя, чего уж скрывать, начинания в бизнесе, конечно, сопряжены с определенным риском. Некоторые бизнесмены говорят так: «Когда я начинал свое дело, я не видел в нем ничего рискованного, я лишь сталкивался с теми проблемами, которые я заставил работать на меня»

Основные или даже основополагающие черты характера удачливого бизнесмена — это настойчивость, способность нестандартно мыслить, владеть навыками общения с людьми и техническая грамотность.

* Настойчивость предпринимателя выражается в его ответственности, энергичности, инициативности, упорстве и жизнеспособности.
* Способность нестандартно мыслить характеризуется оригинальными творческими и аналитическими свойствами ума.
* Навыки общения предполагают эмоциональную стабильность, общительность, вежливость и тактичность, готовность найти взаимопонимание с собеседником, устную и письменную грамотность.
* И, разумеется, каждый бизнесмен должен досконально разбираться в технологии своего производства и точно знать, где и как он может реализовать свою продукцию.

Далеко не всем людям нравится работать в условиях неопределенности. При этом предприниматели не похожи на азартных игроков, поскольку склонны минимизировать риск всеми доступными средствами и часто являются очень осторожными людьми. Склонность к риску — это только необходимое условие, одно из средств достижения успеха. Недаром англичане говорят «No risk, no glory».

**Мотивы предпринимателя** — это силы, которые движут им: «кто зачем: кто с перепою, а кто сдуру в пекло лез» (В. Высоцкий). Почему предприниматели делают то или иное, почему их энергия направлена на что-то определенное, почему они ведут себя не совсем так, как другие люди?

Существует ряд причин, по которым люди хотят стать владельцами собственного дела. Основные — личная независимость, прибыль, собственные идеи, возможность стать «начальником» и участвовать во всей деятельности самому, а для некоторых — возможность увлекательной и интересной работы.

«Двигатели» предпринимателя

* идея,
* самостоятельность,
* прибыль
* потребность в достижениях.

У каждого предпринимателя какой-либо мотив может быть главным, хотя в целом отдать предпочтение какому-либо трудно. Раньше главным считался мотив прибыли, теперь все больше ученых и практиков отдают предпочтение самостоятельности и идее.

Рассмотрим данные мотивы более подробно.

**Идея***.* «Рабочий — раб машины, капиталист — раб идеи», — говорил полтора столетия назад П.-Ж. Прудон, французский социалист-анархист. Константин Боровой, один из первых успешных предпринимателей новой России, утверждал это же по-другому: «многие предприниматели никогда не сознаются в том, что у них именно такие причины поведения — интерес к делу и безразличие к деньгам как результату, — они стесняются этого».

Зачастую предприниматели одержимы какой-либо идеей: облагодетельствовать человечество новой кофеваркой или новым социальным механизмом, например. Прибыль для них скорее средство, чем цель. Трудно представить, что большинство гигантских фирм начинали жизнь с незначительных шагов. Многие представители крупного бизнеса открывали свое дело, располагая лишь идеей и амбициями. Если, к примеру, предлагался просто новый сорт мыла, то оригинальной была идея его продвижения на рынок или в основе лежали новые приемы менеджмента. «Бизнесмен, который не делает ничего, кроме денег, — это худший тип бизнесмена» (Генри Форд).

**Стремление к самостоятельности.** «Вы становитесь предпринимателем в тот момент, когда отказываетесь быть служащим» (Франсуа Мишлен, один из крупнейших французских бизнесменов). Тот, кто успешно работал на свой страх и риск, насладился свободой принятия решений. Часто он после этого не может работать подчиненным. Стремление к самостоятельности — мощный мотив предпринимательства. Недаром многие мелкие предприниматели получают доход меньший, чем могли бы зарабатывать, будучи наемными работниками. Йозеф Шумпетер выделял в качестве мотива предпринимателя радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дел.

**Стремление к прибыли.** «Настоящий предприниматель никогда не будет стремиться к прибыли» (Вальтер Ратенау). Россиянам пока трудно признать, что мотив прибыли для предпринимателя не всегда самый главный. Для многих из них прибыль не цель, а средство. Но потому, что это главное средство, без которого успеха не будет, на поверхности стремление к прибыли весьма заметно. Воздействуя на потенциальную величину прибыли, можно направить усилия многих предпринимателей в ту или иную сторону. Остальные мотивы индивидуальны, поэтому одновременное воздействие на них невозможно. Именно поэтому в экономической теории целью фирмы считают прибыль.

**Потребностью в достижениях** назвал американский психолог Д. Макклелланд то, что еще Й. Шумпетер выделил у типичного предпринимателя — это потребность в господстве, власти, влиянии, воля к победе, стремление к успеху, достигнутому в борьбе с соперниками и с самим собой. За это предпринимателям приходится расплачиваться отсутствием свободного времени, постоянной вовлеченностью в свое дело. «У бизнеса есть праздники, но нет выходных». Недаром предприниматели часто «сгорают на работе». Предприниматель живет своим делом. В реализации задуманного чаще всего и заключается награда.

***Береги репутацию смолоду!***

Этика предпринимательства — это система ценностей и норм поведения предпринимателей. В царской России слово купца означало нерушимый договор, ибо нарушившему его хоть раз не было веры в купеческой среде, несмотря ни на какие письменные соглашения. Это свидетельствует не только о силе купцов, но и о слабости государства. Оно не могло заставить уважать письменные договоры, этот вопрос решался этикой предпринимателей.

Репутация превыше всего и сегодня. «Я не знаю вашу фирму, я не знаю товаров вашей фирмы, я не знаю клиентов вашей фирмы, я не знаю истории вашей фирмы, я не знаю репутации вашей фирмы, я не знаю достижений вашей фирмы. Так какой же товар после всего этого вы хотите мне предложить?» (неизвестный служащий компании «Мак-Гроу Хилл»).

Этичное поведение во всем стало основой социально-ответственного маркетинга. Без него трудно рассчитывать на продвижение товаров на мировой рынок. Оно — часть общепринятых норм поведения. Например, бизнесменам, заподозренным в нечистоплотных делах, отказывают во въездных визах.

**Заключение**

Культура предпринимательской деятельности зависит от культуры каждого сотрудника фирмы и в первую очередь от организационной культуры руководителя фирмы. Культурный предприниматель должен уметь моделировать, видеть горизонты предпринимательской деятельности своей фирмы, побуждать к работе и стимулировать работу других, воплощать намеченное в жизнь, уметь в любых ситуациях принимать решения и брать ответственность на себя. Для этого предприниматель должен быть наделен оригинальным воображением и хорошим умением сводить сложное к простому, чтобы выделить главное, определить будущее предприятия на пять, десять лет вперед.

Важнейшим фактором культуры предпринимателя является его квалификация как менеджера и как специалиста, которая предполагает знание им философии всей технологии, экономики и инструментария предпринимательства.

**Используемая литература**

1. Емельянова Р.В. Управление культурой организации предпринимательского типа. Автореф. дис. канд. экон. наук. — Тамбов: ТГУ им. Державина, 2004. — 22 с. 2. Томилов В.В. Культура предпринимательства: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2000. — 368 с. 3. Шихирев П.Н. Введение в российскую деловую культуру. — М.: Новости, 2000. — 200 с.

4. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. Учебник для вузов – М.:ИНФРА-М, 1997.

5. Горфингель В.Я., Поляк Т.Б., Швандор Р.А. Предпринимательство. – М.:ЮНИТИ, 1999.

6. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Малый бизнес: экономика, организация, финансы. Учебное пособие для вузов. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 1999.