

ОСНОВЫ БИЗНЕСА

Часть 1. Основы предпринимательской профессии

Серия
«Непрерывное образование»

УДК 334
ББК 65.292
Р82

Ответственный редактор серии:
член-корреспондент РАО,
доктор экономических наук, профессор Ю.Б. Рубин

Редакционная коллегия:
д.э.н., проф. М.А. Лукашенко
к.э.н. В.Г. Лобов
к.э.н. Т.А. Семкина
к.э.н. А.А. Ожгихина
И.А. Кондратьева

Рубин Ю.Б., Потапова О.Н.

Основы бизнеса. Часть 1. Основы предпринимательской профессии: учеб. пособие
/ Ю.Б. Рубин, О.Н. Потапова. – М.: Московская финансово-промышленная академия,
2010. – 108 с. – (Серия «Непрерывное образование»).

ISBN 978-5-902597-57-5

© Рубин Ю.Б., 2010
© Потапова О.Н., 2010
ISBN 978-5-902597-57-5 © Московская финансово-промышленная академия, 2010

Содержание

Введение	4
Занятие 1 БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	5
Занятие 2 ДЕЛОВАЯ ИГРА «КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕСА». ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ПРОФЕССИЯ. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, МОТИВЫ И ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ.....	29
Занятие 3 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ФИРМА. ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА	48
Занятие 4 ДЕЛОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА. ВНУТРИФИРМЕННЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ТИМ-БИЛДИНГ	74
Занятие 5 ДЕЛОВАЯ ИГРА «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И НАЕМНЫЙ РАБОТНИК». ИТОГОВОЕ ЗАНЯТИЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ПРОФЕССИИ»	103
Литература.....	107

Дорогие друзья!

Вся история человеческого общества, а также его современное состояние так или иначе связаны с бизнесом. Изучение системы бизнеса позволяет каждому человеку лучше ориентироваться в своем окружении, учитывать его законные интересы, быстрее договариваться с партнерами и находить взаимную выгоду. Деловые отношения имеют закономерный характер, поэтому все, что происходит в современной системе бизнеса, объективно и неизбежно. Надо лишь поскорее найти в этой системе достойное место для себя самого. Это непростая, но посильная задача для каждого из Вас.

Учебная дисциплина «Основы бизнеса» была впервые разработана под руководством доктора экономических наук, профессора Ю.Б.Рубина в начале 1990-х годов и совершенствуется вплоть до настоящего времени. Она включена в учебные планы высшего профессионального образования специальностей «Менеджмент организации», «Мировая экономика», «Управление персоналом», «Маркетинг», «Финансы и кредит», «Прикладная информатика», «Математические методы в экономике».

«Основы предпринимательской профессии» – это первая часть учебного пособия «Основы бизнеса», разработанного специально для программы «Непрерывное образование». Книга, которую вы держите в руках, посвящена изучению базовых понятий и представлений современной науки о бизнесе как системе экономических отношений; о предпринимательском бизнесе как особой разновидностью профессиональной деятельности, его закономерностях и тенденциях развития.

Дисциплина «Основы бизнеса» формирует общую систему теоретических и концептуальных представлений о ведении бизнеса в современных российских условиях, о предпринимательстве различных организационных форм и видов деятельности; формирует у слушателей ряд практических навыков и умений, в том числе предпринимательское мышление, обеспечивающих адекватную современным условиям подготовку квалифицированных, конкурентоспособных специалистов.

Целью изучения дисциплины «Основы бизнеса» является формирование у слушателей базовых знаний в области профессионального предпринимательского бизнеса, необходимых для последующего изучения более сложной проблематики таких дисциплин, как: «Профессиональное предпринимательство», «Международный бизнес», «Теория и практика предпринимательской конкуренции».

Успехов вам и удачи!

Занятие 1

БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

СЕГОДНЯ ВЫ ИЗУЧИТЕ ВОПРОСЫ

1. Поведенческое, коммуникационное и системно-социальное понимание бизнеса
2. Признаки бизнеса
3. Деловые интересы
4. Концепции бизнеса
5. Типы субъектов бизнеса
6. Объекты предпринимательского бизнеса
7. Принципы предпринимательства



ИЗУЧИВ ЭТУ ТЕМУ, ВЫ БУДЕТЕ

Знать:

- разницу между понятиями «бизнес» и «предпринимательство»;
- какие существуют подходы к определению сущности «бизнеса»;
- видовые признаки бизнеса в рыночно ориентированной экономике;
- кого можно отнести к субъектам бизнеса;
- особенности различных типов субъектов бизнеса;
- что является объектом бизнеса;
- на каких принципах строится бизнес.

Уметь:

- различать понятия «бизнес» и «предпринимательство»;
- выявлять и анализировать деловые интересы в бизнесе;
- сопоставлять различные точки зрения на содержание понятия «бизнес».

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- бизнес
- предпринимательство
- деловые интересы
- субъекты бизнеса
- объекты бизнеса
- концепции бизнеса





ТЕОРИЯ

1. Поведенческое, коммуникационное и системно-социальное понимание бизнеса

Вся история человеческого общества, а также его современное состояние так или иначе связаны с бизнесом. При всем многообразии видов и направлений профессиональной деятельности людей общим признаком этой деятельности является бизнес.

Сегодня наряду с научным определением категории «бизнес» встречаются разнообразные обывательские толкования данного термина. Например, бизнес отождествляется с коммерцией, с обманом, непорядочностью и мошенничеством либо с особенной «крутизной» и состоятельностью отдельных людей.

Само понятие «бизнес» («business») имеет в английском языке точное и однозначное толкование. Термин «бизнес» – это синоним слову «дело». Если, например, спрашивают «Как дела?» по-английски, то говорят именно о бизнесе. Именно в данном значении business применяется в настоящее время как научный термин.

Укажем на поведенческое, коммуникационное и системно-социальное понимание смысла этого термина, чему соответствуют поведенческая, коммуникационная и системно-социальная стороны бизнеса.

Поведенческое понимание бизнеса состоит в том, что с помощью этого термина определяется совокупность действий людей. Отсюда такие выражения, как: «делать бизнес», «заниматься бизнесом», «оценивать бизнес». В рамках поведенческого понимания бизнес целесообразно определить как деловую деятельность людей.

Коммуникационное понимание бизнеса состоит в том, что данный термин описывает отношения, возникающие между различными людьми, «занимающимися бизнесом». Отсюда выражения: «деловые отношения», «субъекты деловых отношений» («субъекты бизнеса¹»), «интересы субъектов бизнеса». В рамках коммуникационного понимания бизнес целесообразно определить именно как деловые отношения между людьми.

Деловые коммуникации являются составной частью межличностных коммуникаций. Они представляют собой не только общение, подчиненное согласованным, устойчивым правилам поведения в обществе. Деловые коммуникации характеризуют различные способы делового взаимодействия, которые группируются как способы соперничества (конкуренции), а также способы сотрудничества и партнерства.

¹ *Субъект бизнеса* – это либо человек, либо группа людей, либо организация, фирма или предприятие, осуществляющие деловую деятельность и вступающие в деловые отношения с другими субъектами по поводу объектов бизнеса.

Системно-социальное понимание бизнеса состоит в использовании данного термина для описания того, что вовлечение людей, «делающих бизнес», в деловые отношения между собой является обязательным элементом жизни общества как социально-экономической системы¹.

Все субъекты бизнеса принадлежат единой системе бизнеса. Они обладают правом на ведение бизнеса и несут социальную ответственность за последствия действий в сфере бизнеса, поскольку являются участниками этой системы.

Системно-социальная сторона бизнеса всегда наблюдается в поведении осознанно действующих людей и проявляется посредством коммуникаций между ними.

Таким образом, бизнес, будучи на первый взгляд частным делом отдельных людей, по сути, всегда выступает как общественно значимое явление, как социальный феномен. Он является элементом системы общественных отношений и составной частью развития человеческого общества как единого целого. Неслучайно в среде достигших успеха профессиональных предпринимателей большой популярностью пользуется выражение: «Бизнес делают серьезные люди с серьезными людьми».

Каждый субъект бизнеса действует и вступает в деловые отношения в соответствии со своим призванием, при этом он отличается поведенческими и коммуникационными особенностями. Таковыми являются поведенческие и коммуникационные манеры, реакция на внешнее окружение, избираемые стратегии и тактики поведения и выстраивания деловых отношений. Между тем общим в поведении и коммуникациях всех субъектов бизнеса являются признание ими законов, обычаев делового оборота, правил и норм поведения и взаимодействия, принятых в обществе, а также стремление каждого из них сделать свой бизнес успешным.

2. Признаки бизнеса

Родовыми признаками бизнеса являются способы проявления деловых отношений, присущие любым формам сделок² между субъектами бизнеса, – то коренное в бизнесе, неотделимое от него, без чего рассматриваемое явление вообще не может быть определено как бизнес. Соответственно, исторически особенными, видовыми признаками бизнеса являются способы проявления деловых отношений, присущие определенному историческому типу экономики. Поэтому в современной рыночной³ экономике можно встретить и родовые признаки бизнеса, и его видовые признаки, характерные лишь для данного типа экономики.

¹ Система – это целостная совокупность элементов.

² Сделка – это процедура осуществления деловых отношений.

³ Рынок – сфера непосредственного взаимодействия между субъектами бизнеса, место осуществления субъектами бизнеса сделок.

При всем многообразии бизнеса, к числу его родовых признаков относятся следующие:

- обмен деятельностью между участниками сделок;
- противоречивый характер сделок;
- стремление каждого участника сделки навязать другим свои интересы, когда другие отказываются принимать условия сделки;
- стремление участников сделки реализовать свои интересы независимо от того, реализуются ли при этом интересы других участников сделки;
- инициативный характер деятельности участников сделки;
- способность, готовность участников сделки идти на персональный риск для успешного проведения сделки;
- способность, готовность и умение применять различные приемы делового общения.

Тип экономики, в которой товар и деньги имеют огромное значение в обществе, называется **рыночной экономикой**, а государство, где преобладает товарно-денежная форма отношений, называют страной с рыночно ориентированной экономикой. Помимо рыночного типа экономики существовали и существуют – первобытный, рабовладельческий, феодальный и др.

Для современной рыночной экономики характерны:

- экономическая свобода каждого из субъектов бизнеса, что возможно лишь при отсутствии форм личного принуждения к труду;
- равенство всех типов собственности. Последнее означает, что человек не может быть принципиально отчужден от собственности, он имеет право и обладает способностью быть собственником объектов бизнеса;
- регулирование национальной и международной экономики.

3. Деловые интересы

Ограниченность благ и ограниченность доступа людей к этим благам обуславливают основу противоречивого характера бизнеса. Суть противоречий состоит в неравномерности распределения людей и имеющихся благ, а также в необходимости прилагать различные усилия по достижению этих благ.

Занимаясь бизнесом, люди вынуждены осуществлять постоянный поиск ограниченных благ (и отсюда рождается бизнес-идея) и вступать в соперничество друг с другом (конкуренцию) за получение наилучших условий доступа к благам.

Противоречия между субъектами бизнеса проявляются, прежде всего, как несовпадение и противостояние их деловых интересов.

Деловые интересы субъекта бизнеса – это осознанная потребность в материальных и нематериальных благах, а также обеспечение гарантий сохранения доступа к ним.

Деловые интересы определяют цели, которые ставит перед собой каждый из субъектов бизнеса.

С учетом того, что каждый из субъектов бизнеса стремится обеспечить себя необходимыми благами, он подчиняет свою деловую деятельность эгоистическим интересам.

Эгоистические интересы – это осознанная потребность в обеспечении лучших условий доступа к материальным и нематериальным благам и лучшего положения в процессе осуществления сделок.

Реализация эгоистических интересов всегда связана с извлечением выгоды. Исходя из эгоистических интересов, предприниматели определяют эгоистические цели своего бизнеса.

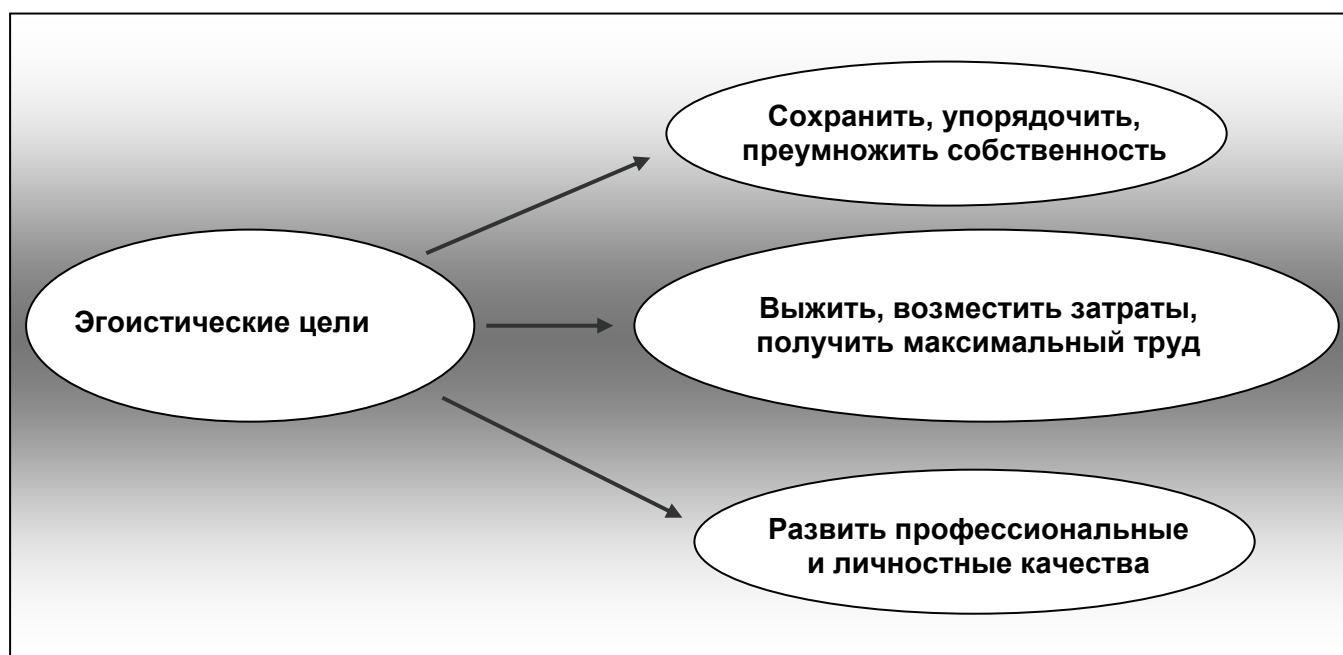


Рис. 1. Эгоистические цели бизнеса

Заинтересованность в общественном признании проявляется посредством общественных интересов субъектов предпринимательского бизнеса.

Общественные интересы субъектов бизнеса – это осознанная потребность субъектов бизнеса в деятельности на благо общества (данные интересы формируются в процессе самой деловой деятельности).

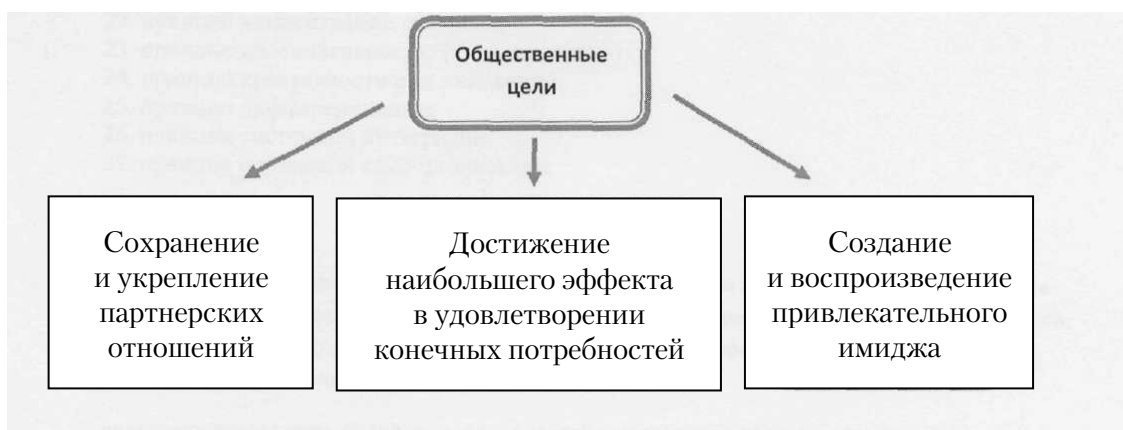


Рис. 2. Общественные интересы субъектов бизнеса

Обе стороны – и частная, и общественная – в одинаковой степени выражают природу бизнеса.

4. Концепции¹ бизнеса

Обратимся к различным теоретическим толкованиям и определениям бизнеса. Условно можно выделить три основные концепции бизнеса:

- критическую,
- позитивную,
- прагматическую.

Критическая концепция. Критическая концепция бизнеса исходит из того, что понятие «бизнес» объединяет совокупность различных субъектов рыночных отношений, преследующих цели обогащения за счет других субъектов.



Рис. 3. Критическая концепция бизнеса

¹ Концепция, или *концепт* (от лат. *conceptio* – понимание, система) – это определенный способ понимания (трактовки) какого-либо предмета, явления или процесса; основная точка зрения на предмет; система устойчивых теоретических взглядов на различные явления.

Позитивная концепция. Полной противоположностью критической концепции бизнеса является позитивная концепция. Ее суть состоит в том, что бизнес понимается и оценивается как общественно-полезная деятельность людей, осуществляемая в порядке личной инициативы, целью которой является производство товаров и услуг для других людей.



Рис. 4. Позитивная концепция бизнеса

Критическая и позитивная концепции являются крайними позициями в оценке бизнеса как объективного явления. Преодоление этих крайностей происходит лишь в рамках прагматической концепции.

Прагматическая концепция. В рамках прагматической концепции бизнес трактуется как взаимодействие разных членов общества. Делая бизнес, люди оказываются полезными друг другу.

Можно выделить следующие составляющие *прагматической концепции бизнеса*:

- бизнес – необходимый и неизбежный компонент жизни людей в целом; он объединяет, с одной стороны, стремление отдельных граждан к реализации своих интересов, а с другой – стремление других людей к удовлетворению своих потребностей в товарах, работах, услугах;
- бизнес – противоречивое явление. Однако любые противоречия между людьми, причастными к бизнесу, хотя и могут выступать причиной разнообразных конфликтов, но служат источником развития экономики и не имеют безнадежно разрушительного характера;

- бизнес базируется на отношениях между людьми, каждый из которых, вступая в эти отношения, преследует собственные интересы, не обязательно совпадающие с интересами других людей. С одной стороны, естественная конкуренция интересов ведет к конфликту интересов, к навязыванию интересов одних людей другим, собственные интересы которых в такой ситуации оказываются ущемлены, что, в конце концов, действительно может привести к непредсказуемым последствиям. С другой стороны, в конечном итоге конфликт интересов не приводит к губительным последствиям для человеческого общества, а, напротив, способствует постоянному росту экономики и благосостояния людей;
- бизнес – развивающееся явление; его направления, виды, технологии и инструменты постоянно совершенствуются в соответствии с изменениями, происходящими в обществе.

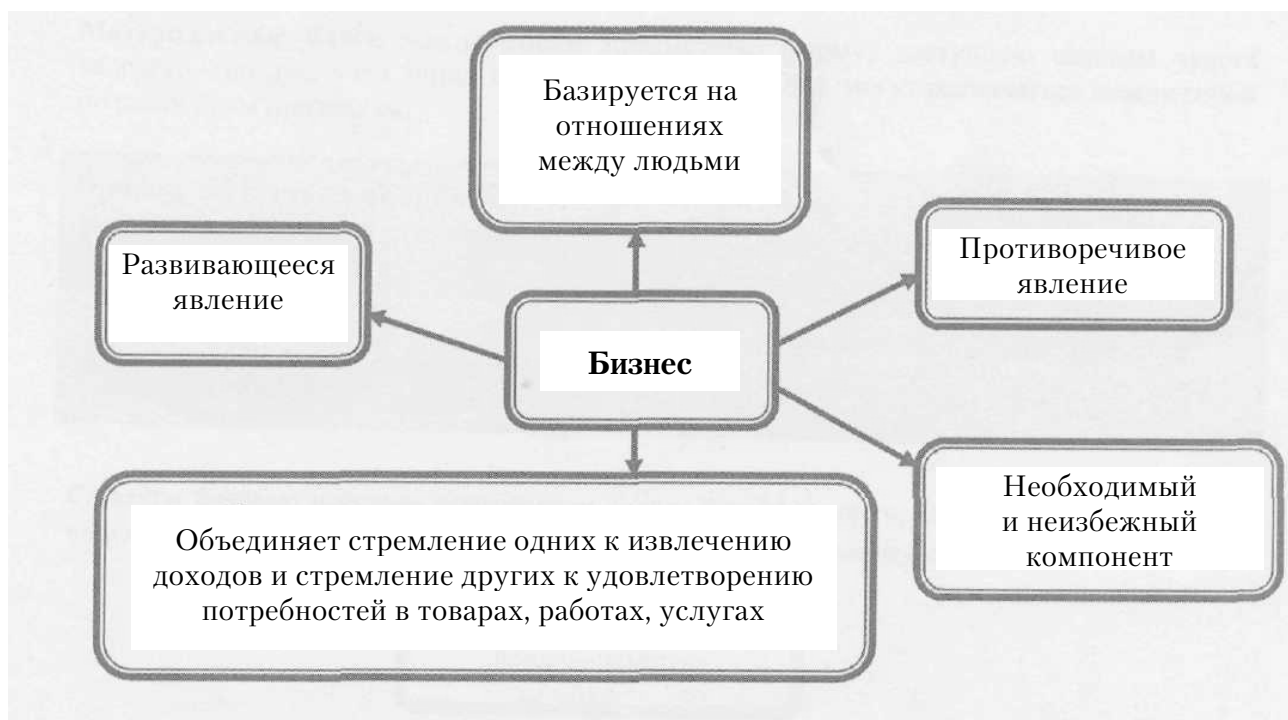


Рис. 5. Прагматическая концепция бизнеса

5. Типы субъектов бизнеса

Каждый субъект бизнеса является носителем совокупности прав и ответственности, возникающих в ходе этой деятельности.

Под типом субъекта бизнеса понимается функциональная принадлежность данного субъекта бизнеса, функциональная специализация его действий, что обуславливает следующую классификацию субъектов бизнеса:



Рис. 6. Классификация субъектов бизнеса

Предприниматели. Слово «предприниматель» в русском языке происходит от глагола «предпринимать», имеет единый корень со словом «предприимчивость», выражающим способность и совокупность навыков, присущие многим людям. Действия предпринимателей составляют «предпринимательскую деятельность».

Предприниматели¹ – субъекты бизнеса, осуществляющие инициативную деятельность на свой риск и под свою экономическую и юридическую ответственность.

Чтобы определить понятие «предприниматели», будем руководствоваться следующим:

- предпринимателями выступают отдельные люди либо фирмы, прошедшие официальную регистрацию в установленном законом порядке;

¹ В справочной литературе понятие «предприниматель» впервые появилось во Всеобщем словаре коммерции, изданном в Париже в 1723 г., где под ним понимался человек, берущий на себя «обязательство по производству или строительству объекта». А в качестве научного термина понятие «предприниматель» появилось в работах известного французского экономиста начала XVIII в. Ричарда Кантильона. Он считал, что расхождение между спросом и предложением на рынке дает возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары подешевле и продавать их подороже. Именно этих субъектов отношений он назвал предпринимателями, что в переводе с французского означает «посредник».

- предприниматели вправе заниматься любым видом бизнеса, не за-
прещенным действующим законодательством, в соответствии со
своими интересами;
- деятельность предпринимателей является экстерриториальной, т.е.
различия в национальном законодательстве разных стран не могут
препятствовать субъектам предпринимательского бизнеса вступать
в деловые отношения между собой.

Основу предпринимательского бизнеса составляет *частная собствен-
ность на средства производства*¹.

Деловые интересы предпринимателей реализуются через производство
и продажу продукции, оказание услуг, выполнение работ и включают извест-
ные нам эгоистические и общественные интересы.

Потребители продукции (работ, услуг). Кроме предпринимателей
субъектами бизнеса являются индивидуальные и коллективные **потребители
продукции (работ, услуг)**, предлагаемой предпринимателями, в том числе
союзы и ассоциации потребителей.

Главный эгоистический деловой интерес потребителей – приобретение
товаров и услуг – реализуется посредством самостоятельного установления
контактов с производителями и продавцами продукции (услуг, работ). Осно-
ву потребительского бизнеса составляет *частная собственность на объекты
потребления*. Участниками потребительского бизнеса выступают и сами пред-
приниматели – в качестве потребителей продукции других предпринимателей.

Потребители реализуют свои потребительские интересы путем само-
стоятельного установления контактов с производителями и продавцами това-
ров, услуг, работ на основе самостоятельного поиска контрагентов на началах
максимизации выгоды.

Выгодой для потребителей является приобретение товаров, работ, услуг,
наилучшим образом удовлетворяющих их потребности. Реализуя свои потре-
бительские интересы, извлекая выгоду из сделок по приобретению товаров,
оплате услуг или работ, потребители делают свой специфический потреби-
тельский бизнес. Под *потребительским бизнесом* будем понимать действия
потребителей и отношения с их участием на рынке и в сфере непосредствен-
ного потребления товаров, извлечения пользы из оказываемых им услуг и вы-
полняемых по их заказу работ.

Наемные работники. Работники, осуществляющие трудовую деятель-
ность по найму на контрактной или иной основе, а также их профессиональные
союзы – также субъекты бизнеса. Как и потребители, они не являются пассив-
ной стороной в сделках с предпринимателями, а являются равноправными уча-
стниками деловых отношений с ними, а также между собой. Их «дело» состо-

¹ *Средства производства* – предметы труда, на которые направлена созидательная деятель-
ность людей в процессе производства товаров, оказания услуг, и орудия труда.

ит в выгодном применении собственных врожденных, приобретенных и развитых способностей. Основу наемно-трудового бизнеса составляет *частная собственность на рабочую силу*. Извлечение наемными работниками доходов в виде платы за труд реализуется посредством работы по трудовому договору (контракту) с работодателями. Трудовой договор (контракт) является документальным оформлением сделки по найму работника. Выгода от такой сделки для наемных работников состоит в получении личного дохода по результатам выполнения должностных обязанностей, а также в их профессиональном и карьерном росте.

Органы государственной и муниципальной власти и государственные служащие являются субъектами бизнеса только в тех случаях, когда выступают непосредственными участниками сделок (предоставление правительственных заказов предпринимателям, определение цен, состава и объемов льгот при выполнении специальных работ и др.).

Органы государственной власти и управления выступают гарантом устойчивого и безопасного предпринимательства при условии, что каждый субъект руководствуется принятыми в стране законодательными нормами.

К субъектам бизнеса относят также **международные и национальные общественные организации**, обладающие директивными полномочиями, и их сотрудников. Это такие организации, как Организация Объединенных Наций (ООН), ЮНЕСКО, Всемирная торговая организация (ВТО), Североатлантический военный альянс (НАТО), Европейское экономическое сообщество.

6. Объекты предпринимательского бизнеса

Объектами предпринимательского бизнеса являются блага, с помощью которых люди удовлетворяют свои разнообразные потребности.



Благами могут быть материальные предметы и объекты (они называются **материальными благами**), а также услуги и работы, которые одни люди выполняют для других (они называются **нематериальными благами**).



Рис. 7. Объекты предпринимательского бизнеса

Материальные блага. Материальные блага всегда имеют предметную (объектную) форму, доступную органам чувств человека. Таковыми являются воздух, вода, пища, одежда, жилье, другие предметы и объекты.

Материальные блага, используемые людьми в процессе жизнедеятельности, могут различаться между собой по различным признакам. Принято различать материальные блага:

- данные природой и произведенные людьми;
- потребительские и инвестиционные;
- частные и общественные;
- воспроизводимые и невозпроизводимые (уникальные).

Природа дает человеку воздух, воду, землю. Это *природные материальные блага*, обеспечивающие условия существования людей. Без них жизнь человека невозможна. Однако человек – единственное существо на планете, способное преобразовывать природные вещества (сырье) в необходимые ему конкретные предметы. Таковые появляются в результате производительной деятельности и, следовательно, называются *произведенными материальными благами*.

Природные или произведенные материальные блага, предназначенные для личного, семейного, группового, ассоциированного потребления, являются *потребительскими благами*. К их числу относятся, например, бытовая техника, мебель, одежда, продукты питания.

Инвестиционные материальные блага включают сырье, машины, оборудование, комплектующие изделия, которые необходимы для производства других материальных благ, оказания услуг и выполнения работ. Например, автотранспортные средства, используемые для перевозки сырья или готовой продукции, следует отнести к инвестиционным материальным благам, а используемые в семейном быту – к потребительским.

В зависимости от того, кто именно является потребителем материальных благ, сами материальные блага разделяются на *частные* и *общественные*. К примеру, домашний автомобиль – это частное благо. Общественный парк, посещением которого наслаждаются многие граждане, становится общественным благом.

Материальные блага могут быть воспроизводимыми и уникальными. *Уникальными* являются те из них, которые не могут быть воспроизведены в силу различных обстоятельств (например, произведения искусства). Остальные материальные блага являются *воспроизводимыми*.

Нематериальные блага. Нематериальные блага не имеют предметной формы, их польза для человека состоит в эффекте результата оказанной услуги или выполненной работы.

Услуги составляют основу существования таких сфер общественной жизни, как образование, медицина, спорт, юриспруденция, культура, наука,

информация, досуг. Вместе с тем оказание услуг осуществляется и в других областях (например, сервисное обслуживание техники, услуги по установке программного обеспечения).

С процедурами *выполнения работ* можно столкнуться в процессе строительства любых объектов (строительные работы), ремонта (ремонтные работы); к числу таковых следует отнести и другие виды деятельности людей в разных областях экономики.

По критерию соответствия потребности в благах предложению благ целесообразно выделить свободные и ограниченные блага. *Свободными*, или постоянно доступными, благами являются те из них, потребность в которых всегда может быть удовлетворена. Таковыми могут быть лишь некоторые природные материальные блага, используемые в обычных обстоятельствах (например, такое природное благо, как воздух).

Все остальные материальные и нематериальные блага являются *относительно ограниченными* или *абсолютно ограниченными*. Это значит, что объемы потребности в них превышают их предложение. Ограниченность благ состоит не в ограниченности содержания данных благ (например, плохой вкус молока или неинтересный сюжет кинофильма), а в ограниченности доступа людей к использованию тех благ, необходимость в которых представляется им совершенно очевидной.

Относительная ограниченность благ возникает по таким причинам, как:

- опережение развития потребностей людей по сравнению с динамикой предложения благ (так называемое возвышение потребностей);
- относительная ограниченность природных ресурсов как потенциальных источников сырья для создания готовой продукции;
- относительная ограниченность производственных возможностей людей, участвующих в создании готовой продукции;
- относительная неравномерность географического распределения природных материальных благ, сырьевых и людских ресурсов, а также людей как обладателей потребностей в благах.

Абсолютно ограниченными становятся *редкие* блага. Если ограниченность благ не выражается в их редкости, принято говорить об их не только относительной ограниченности, но и относительной недостаточности, между тем редкие блага не достаются почти никому.

Наличие относительной или абсолютной ограниченности материальных и нематериальных благ обуславливает действие в человеческом обществе объективной тенденции восполнения (преодоления) этой ограниченности. Поэтому деятельность людей по созданию продукции, оказанию услуг и выполнению работ всегда направлена на создание условий для обеспечения доступа других людей и своего собственного к благам.

7. Принципы предпринимательства¹

Под *предпринимательским бизнесом* понимаются инициативные действия субъектов предпринимательства, которые владеют, пользуются либо распоряжаются какими-либо объектами бизнеса, самостоятельно – индивидуально или с привлечением наемного труда – предпринимают усилия по созданию продукции, оказанию услуг и выполнению работ. Эти действия они совершают регулярно либо на систематической основе, реализуя свои профессиональные способности, профессиональные компетенции (знания, умения, навыки), личностные качества, нацеливают данные действия на достижение общественно значимых результатов и извлечение предпринимательских доходов.

Профессиональный предпринимательский бизнес организуется и развивается на основе пяти групп принципов, каковыми являются:

1) ориентирующие:

- принцип соответствия бизнеса профессиональному предпринимательскому призванию;
- принцип конкурентоспособности² бизнеса.

2) стимулирующие:

- принцип многообразия форм успеха;
- принцип соответствия успеха в бизнесе признанию результатов деятельности предпринимателей окружением;
- принцип готовности «поймать удачу»;
- принцип многообразия мотивов;
- принцип сочетания эгоистических и общественных интересов в бизнесе.

3) организационно-поведенческие:

- принцип рациональной логики предпринимательского бизнеса;
- принцип сочетания конкуренции и сотрудничества в бизнесе;
- принцип сочетания стратегического, тактического и ситуационного уровней поведения.

4) эволюционные:

- принцип последовательного развития бизнеса от более простых форм к более сложным;
- принцип исторической специфики бизнеса в рыночно ориентированной экономике;
- принцип первоначального накопления капитала.

¹ *Принципы предпринимательства* – основополагающие элементы предпринимательского бизнеса, которыми обязаны руководствоваться люди, стремящиеся к достижению профессионального успеха в предпринимательстве.

² Под *конкурентоспособностью* субъектов бизнеса следует понимать их способность противостоять и противодействовать соперникам.

5) *системные*:

- принцип системности предпринимательского бизнеса;
- принцип постоянного развития бизнеса на основе интегративных (системных) качеств;
- принцип взаимосвязи центробежной и центростремительной тенденций в бизнесе;
- принцип разнообразия национальных моделей бизнеса;
- принцип формирования бизнеса как мировой системы.

ОСНОВНЫЕ ВЫВООДЫ



1. *Бизнес* является общим свойством для любого вида человеческой деятельности.

2. *Поведенческое понимание бизнеса* состоит в том, что с помощью этого термина определяется совокупность действий людей. Отсюда такие выражения, как «делать бизнес», «заниматься бизнесом», «оценивать бизнес». В рамках поведенческого понимания бизнес целесообразно определить как деловую деятельность людей.

Коммуникационное понимание бизнеса состоит в том, что данный термин описывает отношения, возникающие между различными людьми, «занимающимися бизнесом». В рамках коммуникационного понимания бизнес целесообразно определить именно как деловые отношения между людьми.

Системно-социальное понимание бизнеса состоит в использовании данного термина для описания того, что вовлечение людей, «делающих бизнес», в деловые отношения между собой является обязательным элементом жизни общества как социально-экономической системы. Все субъекты бизнеса принадлежат единой системе бизнеса. Они обладают правом на ведение бизнеса и несут социальную ответственность за последствия действий в сфере бизнеса, поскольку являются участниками этой системы.

Бизнес, будучи на первый взгляд частным делом отдельных людей, по сути, всегда выступает как *общественно значимое явление*, как социальный феномен. Он является элементом системы общественных отношений и составной частью развития человеческого общества как единого целого.

3. Бизнес как поведенческое, коммуникационное и системно-социальное явление имеет *следующие черты*:

- люди становятся субъектами бизнеса, действуя под влиянием побудительных мотивов; при этом они взаимодействуют с другими людьми – субъектами бизнеса, также мотивированными к занятию тем или иным видом бизнеса;
- такие действия и взаимодействия предопределяют неизбежность деловых коммуникаций, в ходе которых выявляются различные

мотивы и интересы субъектов бизнеса и обусловленные данными различиями противоречия, а также возникает необходимость преодоления противоречий и сопряжения деловых интересов;

- превращаясь в субъектов бизнеса, люди должны быть готовы к фактическому проведению таких коммуникаций, чтобы сделки оказывались выгодными для всех сторон, вовлеченных в их осуществление;
- действуя и взаимодействуя, субъекты бизнеса создают деловое информационное поле – потоки информации о бесчисленных деловых взаимосвязях содержат данные об особенностях субъектов бизнеса, их поведенческих и коммуникационных мотивах, содержании и технологии той или иной сделки; движение такой информации позволяет постоянно совершенствовать бизнес, отыскивая новые решения насущных проблем.

4. Условно можно выделить три концепции бизнеса.

Критическая концепция бизнеса исходит из того, что понятие «бизнес» объединяет совокупность действий различных субъектов рыночных отношений, преследующих цели обогащения за счет других субъектов рыночных отношений.

Суть противоположной ей *позитивной (некритической) концепции* бизнеса состоит в том, что бизнес понимается и оценивается как общественно-полезная деятельность людей, осуществляемая в порядке личной инициативы, целью которой является производство товаров и услуг для других людей.

Преодоление этих крайних позиций происходит лишь в рамках *прагматической концепции* бизнеса, в рамках которой бизнес трактуется как взаимодействие разных членов общества. Делая бизнес, люди оказываются полезными друг другу.

5. *Субъект бизнеса* – это либо человек, либо группа людей, либо организация, фирма или предприятие, осуществляющие деловую деятельность и вступающие в деловые отношения с другими субъектами бизнеса по поводу объектов бизнеса. Каждый субъект бизнеса является носителем совокупности прав и ответственности, возникающих в ходе этой деятельности.

6. Под *типом субъекта бизнеса* понимается функциональная принадлежность данного субъекта бизнеса, функциональная специализация его действий. Разграничение субъектов бизнеса по признаку их функциональной специализации обуславливает следующую классификацию субъектов бизнеса:

- Предприниматели, осуществляющие инициативную деятельность на свой риск и под свою исключительную экономическую и юридическую ответственность, в том числе коллективы предпринимателей и предпринимательские ассоциации.
- Индивидуальные и коллективные потребители продукции (работ, услуг), предлагаемой предпринимателями, в том числе союзы и ассоциации потребителей.

- Работники, осуществляющие трудовую деятельность по найму на контрактной или иной основе, а также их профессиональные союзы.
- Органы государственной и муниципальной власти в тех случаях, когда они выступают непосредственными участниками сделок (предоставление правительственных заказов предпринимателям, определение цен, состава и объемов льгот при выполнении специальных работ и др.), государственные служащие.
- Международные и национальные общественные организации, обладающие директивными полномочиями, и их сотрудники.

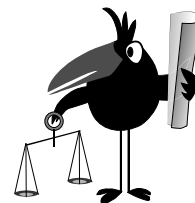
7. *Объектами предпринимательского бизнеса* являются блага, с помощью которых люди удовлетворяют свои разнообразные потребности. Благами могут быть материальные предметы и объекты (они называются материальными благами), а также услуги и работы, которые одни люди выполняют для других (они называются нематериальными благами).

8. Под *предпринимательским бизнесом* понимаются инициативные действия субъектов предпринимательства, которые владеют, пользуются либо распоряжаются какими-либо объектами бизнеса, самостоятельно – индивидуально или с привлечением наемного труда – предпринимают усилия по созданию продукции, оказанию услуг и выполнению работ. Эти действия они совершают регулярно либо на систематической основе, реализуя свои профессиональные способности, профессиональные компетенции (знания, умения, навыки), личностные качества, нацеливают данные действия на достижение общественно значимых результатов и извлечение предпринимательских доходов.

9. Явление «бизнес» шире и богаче, чем «предпринимательская деятельность», так как оно охватывает коммуникации между всеми субъектами деловых отношений в обществе. При этом предпринимательский бизнес выступает как один из видов деловой деятельности, а предприниматели – как один из типов субъектов бизнеса.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Есть ли разница между понятиями «бизнес» и «предпринимательство»? Что общего между этими понятиями?
2. Какие концепции бизнеса вы знаете? Назовите составляющие каждой из концепций.
3. Перечислите типы субъектов бизнеса. Каковы деловые интересы каждого из них?
4. Как соотносятся эгоистические и общественные интересы субъектов предпринимательства?
5. Что относят к объектам предпринимательского бизнеса? В чем состоит относительная ограниченность благ? Приведите примеры, иллюстрирующие ваш ответ.



ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ



Задание 1

Ответьте на вопросы теста на предприимчивость¹

«Давайте узнаем, насколько вы предприимчивы»
(создан под руководством Бакиной М.Н.)

Вы когда-нибудь представляли себя хозяином или хозяйкой собственного бизнеса? Хотели иметь самостоятельный, стабильный, высокий доход, позволяющий исполнить все мечты и желания? Хотите узнать, насколько вы предприимчивы?

Каждую предлагаемую ситуацию «примерьте» на себя и оцените в баллах от 1 до 10, в зависимости от того, что ближе лично для вас. Если ваше поведение «ближе» к левому полюсу, начислите себе от 1 до 5 баллов, если к правому – от 6 до 10 баллов. Запишите количество баллов по каждому пункту.

1. Представьте себе, что ваши друзья хотят нырнуть в воду с пирса в незнакомом месте. Что сделаете вы?

Не будете нырять, потому что не знаете, что там под водой.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Обязательно прыгнете!
--	--	-----------------------

2. Вам поручили организовать новогодний праздник для младших классов, а в это время вы собирались пойти в кино с друзьями. Как вы поступите?

Пойдете в кино, как и собирались.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Обязательно сделаете то, что обещали, выполните поручение и только после этого пойдете в кино.
-----------------------------------	--	--

3. Когда на уроке объясняется новая тема, вы обычно:

Долго вникаете и понимаете иногда не с первого раза.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Все схватываете на лету.
--	--	--------------------------

¹ Проведя аналогичное тестирование по окончании изучения дисциплины «Основы бизнеса», мы сравним полученные результаты и проследим динамику вашей предприимчивости.

4. Вспомните ситуацию, когда вам сильно захотелось заниматься каким-то новым делом (музыкой, спортом, танцами, вышиванием, изучать иностранный язык) и через какое-то время стало трудно. Что произошло дальше?

Вы бросили этим заниматься.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Все равно продолжили заниматься, потому что хотели добиться результатов.
-----------------------------	--	--

5. Вы плотно спланировали лето и собирались на две недели поехать в экзотическую страну. За три дня до вылета там произошло стихийное бедствие. Что дальше?

Останетесь дома.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Отправитесь в фирму «Горящие путевки» и проведете эти две недели в другом месте.
------------------	--	--

6. Вы пришли к врачу за справкой, а он не хочет вас принять, потому что через полчаса у него обед. Что сделаете вы?

Станете требовать, чтобы вас приняли, качать права.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Вежливо объясните, что вам нужно, и попытаетесь договориться, найти решение, которое устроит и вас, и врача.
---	--	--

7. Готовясь к важным делам, вы обычно:

Полагаетесь на случай – как будет, так и будет!	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Продумываете все до мелочей и делаете все в установленный срок.
---	--	---

8. В школе вам легче писать:

Изложения.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Сочинения.
------------	--	------------

9. Принимая какое-то решение, вы обычно:

Редко думаете о последствиях.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Просчитываете все возможные варианты развития событий.
-------------------------------	--	--

10. Если родители дадут вам деньги (определенную сумму на конкретный срок), вы:

Предпочтете потратить их сразу.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Распределите деньги на весь период или отложите на будущее.
---------------------------------	--	---

11. Вы хотите избавиться от вредной привычки. Насколько это трудно?

Для вас это трудно, почти невозможно.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Вы сделаете это, если только примете решение.
---------------------------------------	--	---

12. В компании друзей вы обычно:

Участвуете в том, что придумывают другие.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Являетесь инициатором любого дела.
---	--	------------------------------------

13. Когда вы выполняете домашние задания, то:

Делаете частые пере- рывы и растягиваете работу надолго.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Делаете все сразу, независимо от того, сколько времени это занимает.
--	--	---

14. На официальную встречу вы придете:

В той одежде, которая вам удобна, независи- мо от ситуации.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	В соответствующей одежде, потому что вы задумываетесь о правилах поведения и хорошего тона.
---	--	---

15. Когда учитель предлагает вам задачки на сообразительность и логическое мышление, то:

Вам это не нравится, потому что вам трудно с ними справиться.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Вы с удовольствием ищете решение, чаще всего у вас получается.
---	--	--

16. Когда вы о чем-то рассказываете, то:

Говорите тихо, боясь перебить другого чело- века или помешать ему: вдруг он знает это лучше.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Вы делаете это громко, уверенно, активно жестикулируя.
--	--	--

17. Приступая к выполнению нового задания, вы:

Обычно сомневаетесь, справитесь или нет.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Всегда уверены в успехе того, что начали, и в том, что доведете дело до конца.
--	--	--

18. Когда наступает лето, вы:

Предпочитаете отсыпаться, лежать у телевизора и ничего не делать.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	С удовольствием путешествуете, придумываете себе занятия, редко бываете дома и вообще считаете, что смена деятельности – это лучший отдых.
---	--	--

19. Когда вы что-то обещаете сделать, то:

Можете либо сделать, либо нет, в зависимости от обстоятельств.	1...2...3...4...5...6...7...8...9...10	Обязательно сделаете, потому что считаете, что необходимо отвечать за свои слова.
--	--	---

Вопросы закончились... Посчитайте общую сумму баллов. Что получилось?

Если вы набрали 135–190 баллов

– поздравляем! Вы обладаете огромным предпринимательским потенциалом. Осталось только им воспользоваться! И все ваши мечты, даже самые невероятные, сбудутся!

Задумайтесь о развитии своей предприимчивости, которую вы сможете реализовать в будущем, как в качестве наемного сотрудника, так и в качестве владельца собственного бизнеса.

Воспользуйтесь возможностью получения профессионального предпринимательского образования! Если к вашим способностям добавить знания, то ваш бизнес будет успешным и устойчивым в любой экономической ситуации и выдержит даже самую жесткую конкуренцию.

Вы сможете реализовать свои самые смелые желания, достичь финансовой свободы, реализовать свой лидерский потенциал и построить успешную карьеру! Желаем удачи!

Если вы набрали 75–135 баллов

– скорее всего, ваши предпринимательские таланты требуют развития и совершенствования. Помните, что вы можете начать это делать уже сейчас! Ловите момент!

Возможно, окончив школу и получив образование, вам необходимо первое время поработать под чьим-то мудрым руководством, а после этого, накопив достаточно опыта, заработав стартовый капитал, вы сможете начать собственный бизнес или, помимо заработной платы, организовать собственный независимый доход.

В любом случае, вы можете уже сейчас начать развивать свою предпринимчивость. Поставьте себе цели и двигайтесь вперед! У вас все получится!

Если вы набрали меньше 75 баллов

– это означает, что на данный момент, т.е. именно сейчас, вы либо не задумывались о будущем, либо у вас нет ярко выраженной предпринимательской жилки.

В конце концов, не все должны быть предпринимателями! В мире так много интересного! Найдите способ развить в себе активность, креативность, лидерские качества, ответственность, целеустремленность, необычный взгляд на обычные вещи и... ответить на наши вопросы через некоторое время. Все меняется! Удачи!

Задание 2

Подумайте и дайте письменный ответ на вопрос

Как соотносятся понятия «бизнес» и «предпринимательство»?

Задание 3

Вспомните главных литературных героев (деловых людей, бизнесменов, предпринимателей), описанных в художественных произведениях А. Островского, Ф. Достоевского, М. Горького, В. Шишкова, О. де Бальзака, Т. Драйзера, Ф. Норриса, Э. Синклера и др. (в том числе изучаемых вами в школе), а также героев художественных фильмов и постарайтесь распределить их по колонкам: в одной из них – те, кто больше подходит под категорию «положительный герой», в другой – «отрицательный герой».

Положительный герой	Отрицательный герой

Задание 4

Подготовьтесь к исполнению своей роли в деловой игре «Суд идет!» по теме «Концепции бизнеса»

- Прочитайте: Рубин Ю.Б. Основы бизнеса. – 10-е изд. – М.: Маркет ДС, 2008. – С. 11–34.
- Вспомните формат игры, посмотрев телевизионную программу: «Суд идет!», «Судебные страсти» и т.д.
- В соответствии с выбранной ролью напишите *основные тезисы* (примеры, доказательства) для защиты своей позиции сторонника критической, позитивной или прагматической концепции бизнеса.

- Сформулируйте вопросы к вашим оппонентам.

Занятие 2

ДЕЛОВАЯ ИГРА «КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕСА». ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ПРОФЕССИЯ. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, МОТИВЫ И ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

СЕГОДНЯ ВЫ ИЗУЧИТЕ ВОПРОСЫ

1. Предпринимательство как профессия
2. Профессиональные компетенции предпринимателей
3. Способности и мотивы людей в профессиональном бизнесе



ИЗУЧИВ ЭТУ ТЕМУ, ВЫ БУДЕТЕ

Знать:

- что лежит в основе предпринимательства;
- чем руководствуются предприниматели в процессе профессиональной деятельности;
- что общего и каковы различия между трудом по найму и профессиональным предпринимательством;
- чем руководствуются люди, делая выбор между наемным трудом и предпринимательским бизнесом;
- что такое профессиональные компетенции предпринимателя;
- что такое предприимчивость;
- в каких формах проявляется предприимчивость.

Уметь:

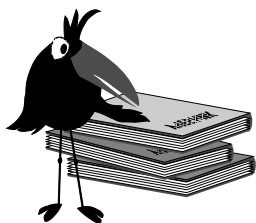
- различать профессиональную и непрофессиональную предпринимательскую деятельность;
- определять, какие знания, умения и навыки необходимы профессиональному предпринимателю;
- определять способности и мотивы людей к профессиональному предпринимательству;
- выделять внешние проявления экономических мотивов.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- предпринимательский бизнес
- дееспособность



- правоспособность
- профессиональные компетенции
- предприимчивость
- мотивация



ТЕОРИЯ

1. Предпринимательство как профессия

Так уж сложилось, что под предпринимательством обычно понимали и понимают вид, род, разновидность либо направление занятий людей. Занимаясь предпринимательством, люди выполняют специфические функции и реализуют особенные личностные качества.

В основе предпринимательства лежит принцип деятельности. Предпринимательская деятельность, в свою очередь, состоит из совокупности предпринимательских действий. Соответственно, предпринимателем является тот, кто занимается предпринимательской деятельностью.

В противоположность работе по найму предпринимательскую деятельность люди выполняют самостоятельно, давая сами себе поручения и полномочия. Они самостоятельно организуют свой труд, занимая себя работой (это явление называется *самозанятостью*), и тем самым выступают работодателями по отношению к самим себе.



Предпринимательский бизнес (предпринимательское дело) – деятельное трудовое функционирование людей в качестве предпринимателей и их участие в деловых отношениях в процессе исполнения предпринимательских функций.

Феномен предпринимательства вызывал и вызывает интерес у огромного числа людей потому, что признаки предпринимательства, которые привлекали внимание на протяжении веков, в своей совокупности образуют не просто предпринимательские функции, а целую **предпринимательскую профессию**.

Каждый трудоспособный человек мог бы благополучно работать профессиональным наемным работником, но мог бы работать и профессиональным предпринимателем. Поэтому к предпринимательскому труду, как и к труду по найму, вполне применимы такие определения, как «профессиональная работа» или «профессиональный труд».

Однако по аналогии со спортивными занятиями правомерно говорить, например, о профессиональном предпринимательстве и любительском предпринимательстве. Определим, что предпринимательская деятельность становится профессиональной, когда люди, ведущие эту деятельность:

- осуществляют действия, отличающие данную профессию от любой другой;
- достигают соответствия признанному в обществе уровню профессионализма в своей деятельности;
- занимаются ею регулярно (постоянно) либо систематически, в организованном ими самими порядке;
- осуществляют ее рационально и целенаправленно, ориентируясь на заранее планируемые результаты;
- занимаются ею ради получения доходов, выгоды, воспроизведения и развития своей жизни, а также жизни своих близких.

В основе профессиональной деятельности предпринимателей лежат их *профессиональная дееспособность* и *профессиональные интересы*.

Дееспособность людей – их способность своими действиями приобретать и осуществлять гражданские права, а также создавать для себя гражданские обязанности, которая возникает в полном объеме, согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации, с наступлением совершеннолетия, т.е. по достижении восемнадцатилетнего возраста.



Профессиональная дееспособность предпринимателей сочетается с их правоспособностью.

Правоспособность – способность иметь права и обязанности, которая возникает у всех людей с момента их рождения и прекращается лишь с их смертью.



Для профессионального предпринимателя это состоит в способности:

- иметь имущество на праве собственности;
- наследовать и завещать его;
- заниматься любой не запрещенной законом предпринимательской деятельностью;
- создавать предпринимательские фирмы и участвовать в них;
- совершать любые не противоречащие закону сделки и действия;
- свободно выбирать место жительства;

- иметь права авторов произведений науки, литературы, искусства и иных результатов интеллектуальной деятельности.

В процессе профессиональной деятельности предприниматели руководствуются деловыми интересами, стремятся к их реализации и защите.

Таблица 1.

Состав деловых интересов предпринимателей

Профессиональные деловые интересы предпринимателей		
<i>Материальные</i>	<i>Деятельные</i>	<i>Личные</i>
стремление людей к получению доходов и выгод от занятия предпринимательством	осуществление необходимых предпринимательских действий и достижение результатов, дающих право на получение доходов и выгод	стремление людей к реализации своих способностей, талантов, природных дарований посредством занятия предпринимательством



Профессиональный предпринимательский бизнес – трудовая деятельность людей, в ходе которой они регулярно либо на систематической основе обеспечивают сами себя работой, самостоятельно, без внешних директив, реализуют свои профессиональные знания, умения и навыки, организуют свою деятельность и извлекают от этой деятельности доходы.

Между трудом по найму и предпринимательским бизнесом имеются как различия, так и общие черты.

Таблица 2.

Сравнение труда по найму и предпринимательского бизнеса

Общее	Различия
Трудовой и деловой характер деятельности.	Профессиональная работа по найму осуществляется после заключения сделки между наемным работником и работодателем, профессиональная предпринимательская деятельность не нуждается в наличии работодателя.
Измеряются затратами труда, направлены на достижение выгоды.	Должностные обязанности наемных работников определяются работодателями, предприниматели самостоятельно определяют полномочия и должностные обязанности.

Общее	Различия
Обладают признаками профессиональной деятельности, если осуществляются регулярно или систематически и являются источниками доходов.	Далеко не все могут сделать профессиональную предпринимательскую карьеру, как и предрасположенные к занятию предпринимательством могут достичь выдающихся результатов в качестве наемных работников.
Опираются на знания, умения и навыки.	В труде по найму возможно совмещение профессий, предпринимательскую деятельность невозможно без очевидного ущерба совмещать с работой по найму.
Совершаются в условиях конкуренции.	Наемные работники рискуют в выборе профессии, предприниматели рискуют всем своим делом. Профессиональный труд по найму, в отличие от предпринимательства, имеет в современном обществе четкую отраслевую или предметную направленность.

2. Профессиональные компетенции предпринимателей

Преобразование предприимчивых людей в работоспособных и конкурентоспособных профессиональных предпринимателей связано с приобретением ими знаний, умений и навыков, специфичных для предпринимательской профессии, – иначе говоря, профессиональных компетенций.

Профессиональные компетенции предпринимателя – это совокупность знаний, умений и навыков, необходимых в сфере профессионального предпринимательства.



Для занятия профессиональным предпринимательством необходимы *профессиональные знания*:

- экономических и правовых основ деятельности предпринимательских фирм на территории Российской Федерации и на международном рынке;
- специфики и закономерностей развития предметных сфер деятельности, на которые направляются профессиональные интересы, разделения труда в профессиональном предпринимательстве, видов и инфраструктуры предпринимательского бизнеса;
- специфики и закономерностей развития собственных профессиональных интересов и интересов окружения, мотивов поведения людей, противоречий в системе бизнеса, среды предпринимательского бизнеса как сообщества «играющих субъектов»;
- сущности и границ делового суверенитета, «коридоров независимости» в бизнесе;

- теории и практики конкурентоспособного бизнеса, основанного на развитии конкурентных преимуществ, избавления от конкурентных недостатков и укрепления конкурентных позиций;
- специфики и закономерностей развития межфирменной среды бизнеса, рынков, межфирменных конфликтов интересов, стратегии и тактики конкурентного и партнерского поведения, правовых основ деловых отношений и обязательств перед обществом (например, по уплате налогов);
- специфики и закономерностей развития внутрифирменной среды бизнеса, внутрифирменных отношений, внутрифирменных конфликтов интересов, организационного функционирования фирм аналогичного профиля;
- аспектов приобретения и поддержания предпринимательской власти, схем достижения и поддержания вертикали внутрифирменной предпринимательской власти, методов воздействия на внутри- и межфирменное окружение; специфики и закономерностей предпринимательского администрирования.

Для приобретения этих знаний необходимо изучение теоретических и практических основ экономики, права, социологии, социальной психологии, теории предпринимательства, теории конкуренции и других наук.

Наряду с профессиональными знаниями предпринимателю необходимо обладать *профессиональными умениями*. Профессиональные умения предпринимателей должны обнаруживаться в таких областях, как:

- создание предпринимательского бизнеса, раскрутка его новых направлений;
- создание новых предпринимательских фирм, а также участие в деятельности ранее созданных фирм;
- разграничение легального и нелегального бизнеса;
- организация производства, продвижения на рынок и продажи товаров (услуг, работ);
- организация рабочих мест, формирование и поддержание коллективов работников;
- финансовое управление;
- приобретение и поддержание административного авторитета в глазах работников фирмы, создание внутрифирменной вертикали власти;
- воспроизведение (репродукция) бизнеса через инвестирование;
- создание и внедрение новых бизнес-ориентированных систем производства и сбыта товаров, оказания услуг, выполнения работ, в том числе бизнес-проектирование;
- влияние на внутри- и межфирменное окружение с учетом особенностей среды бизнеса и интересов окружения;

- приобретение и поддержание административного авторитета в глазах внешнего окружения;
- формирование и поддержание привлекательного имиджа своего бизнеса, своей фирмы;
- политическое лоббирование (поддержка) интересов своего бизнеса;
- реорганизация и ликвидация бизнеса, закрытие фирм;
- умение создавать новые теории и концепции бизнеса.

Для компетентной работы предпринимателям необходимо обладать еще и определенными *профессиональными навыками*:

- добросовестный труд по ответственному владению бизнесом, в том числе по принятию административных решений и контролю их выполнения;
- адекватное предпринимательское поведение, применение разных стратегий и тактик предпринимательского поведения в различных ситуациях;
- профессиональное целеполагание и целедостижение в условиях, когда бизнес осуществляется самостоятельно, на свой страх и риск и за спиной предпринимателя никого нет;
- осуществление маневров управлением своим бизнесом под воздействием ожидаемых и неожиданных обстоятельств;
- несение практических рисков утраты или усиления предпринимательской власти в условиях неопределенности среды бизнеса;
- личные коммуникативные навыки в деловом взаимодействии, навыки предпринимательского управления посредством разных технологий, в том числе посредством современных информационных и коммуникационных технологий;
- самоорганизация и саморазвитие, включая постоянное повышение профессиональной образованности и профессионального мастерства.

Для многих предпринимателей школой бизнеса является сама жизнь. Однако с конца XX века во всем мире широкое распространение получили различные программы предпринимательского образования, в которые вовлечены люди разного возраста. Существуют детские бизнес-школы и бизнес-лагеря, специализированные программы для студентов колледжей и университетов, различные программы делового администрирования для взрослых людей, имеющих не только высшее образование, но и опыт практической работы на фирмах.

Среди профессиональных компетенций следует выделить ключевые профессиональные компетенции¹.

¹ *Ключевые профессиональные компетенции* – наиболее важные знания, навыки и умения, которые самостоятельно применяют люди, выполняющие те или иные профессиональные действия, без владения которыми невозможно выполнять требования своей профессии.

Если, к примеру, человек не говорит и не понимает по-английски, он не может профессионально преподавать этот язык. Каждая профессия требует от работника вполне определенных ключевых компетенций, в том числе и профессия предпринимателя.

Ключевое значение в системе профессиональных предпринимательских компетенций имеет *профессиональная предприимчивость*.

Таблица 3.

Виды профессиональной предприимчивости

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ	
ВРОЖДЕННАЯ ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ – способность, которой люди обладают от рождения и которая развивается с повышением уровня образованности, умелости, профессиональной пригодности, с накоплением собственного опыта и учетом чужого опыта предпринимательской деятельности.	СФОРМИРОВАННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ) ПРЕДПРИИМЧИВОСТЬ – знания, умения, навыки человека к обнаружению и использованию наилучших путей осуществления самостоятельных, на свой страх и риск, предпринимательских действий в среде своего бизнеса: при взаимодействии с окружением и в условиях конкуренции.

Успехов в бизнесе предприниматели добиваются благодаря не врожденной предприимчивости – она создает лишь предпосылку успеха, а сформированной (профессиональной) предприимчивости, соответствующей требованиям предпринимательской профессии. Профессиональная предприимчивость имеет ключевое значение, поскольку: во-первых, без нее ни один предприниматель не может действовать сообразно требованиям своей профессии; во-вторых, посредством нее каждый предприниматель преобразует в свое «дело» собственные и чужие профессиональные компетенции, личностные особенности, конкурентные преимущества и конкурентные недостатки.

3. Способности и мотивы людей в профессиональном бизнесе

Работая, каждый профессиональный предприниматель реализует свою рабочую силу, которая опирается на разнообразные способности этих людей, такие как:

- *организационные способности* – способности организовать и вести собственное или совместное дело;
- *способности к сочетанию новаторства в бизнесе с рутинной* при принятии решений, руководящих указаний и проверки работы сотрудников;
- *способности к самообучению* и постоянному повышению профессиональной предпринимательской квалификации;

- способности к сочетанию цели любой деятельности со средствами ее достижения, к планированию, стимулированию и контролю;
- способности к предвидению последствий собственной деловой деятельности и поведения окружения;
- способности к организации своего собственного делового времени, к планированию своих действий (логика бизнеса), к самодисциплине и самоконтролю;
- способности к предприимчивому поведению.

Предприимчивость – способность человека к обнаружению и использованию наилучших путей осуществления самостоятельных, на свой страх и риск, действий ради извлечения выгоды.



Формы предприимчивости:

1. *проницательность*, умение наблюдать и делать выводы, умение заметить то, чего не видят другие, и использовать это в своем деле;
2. *критическое отношение к собственным и чужим ошибкам*, умение извлекать уроки из собственного и чужого опыта;
3. *находчивость, нахождение новых решений*, умение делать то, что пока не пришло в голову никому, в том числе умение «поймать удачу»;
4. *новаторство*, внедрение в жизнь новшеств на основе изменения привычных представлений о предметах и явлениях;
5. *инициативность*, постоянное стимулирование самого себя и своего окружения различными идеями в опережение чужих идей, умение ловить и удерживать вдохновение;
6. *маневренность и гибкость* в поведении и согласовании интересов в среде своего бизнеса, в том числе перекалывание ответственности, или нахождение решений, устраивающих всех, – к своей собственной выгоде;
7. *трудоголизм*, способность думать о собственном бизнесе круглосуточно, постоянно стремясь найти наилучшие способы воплощения собственных деловых инициатив;
8. *способность к применению различных знаний*, стандартных представлений к своим задачам,
9. *способность к быстрым реакциям* под воздействием изменения ситуации;
10. *способность к управлению собственной и чужой мотивацией* для выполнения поставленных задач;
11. *способность постоянно заряжать себя энергией действия*, способность заставлять себя работать при любых обстоятельствах, доходящая до насилия над самим собой.

Способностью к предпринимчивому поведению наделены от рождения многие люди, но ключевое значение имеет эта способность у предпринимателей. Более того, способность к предпринимчивому поведению является признаком профессионального таланта предпринимателя. Подобно тому, как литературный талант открывает людям дорогу к профессиональному писательскому ремеслу, а изобразительные способности – к профессиональному труду живописца, способность к предпринимчивому поведению создает предпосылку успешной профессиональной деятельности именно в сфере предпринимательства. Чем более предпринимчивым является человек, тем более работоспособным предпринимателем оказывается он в процессе профессиональной деятельности.

Чтобы действовать предпринимчиво, недостаточно лишь родиться и быть предпринимчивым, необходимо иметь *мотивацию*¹ к предпринимчивому поведению и профессиональной работе в качестве предпринимателя.

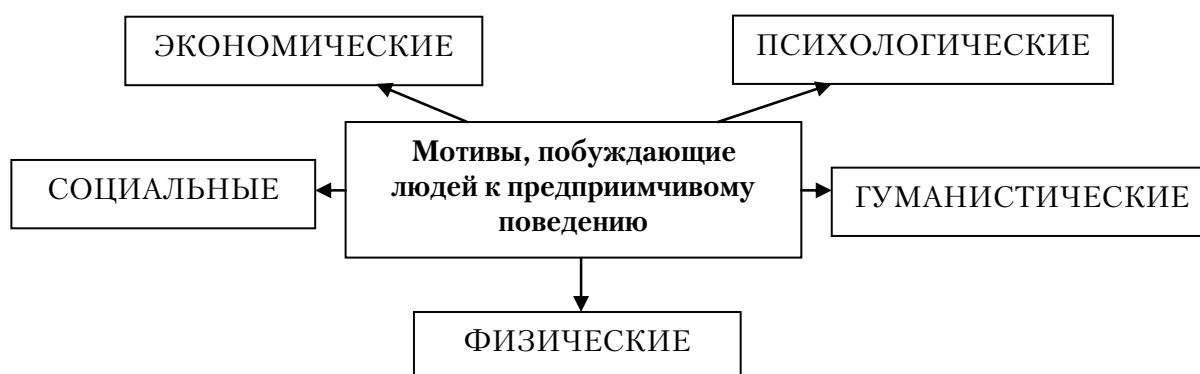


Рис. 8. Мотивация к предпринимчивому поведению

Экономические мотивы предпринимчивого поведения – стремление извлечь экономическую выгоду² посредством достижения успеха победы, либо успеха выживания, либо того и другого одновременно.

Средства существования достаются предпринимчивым людям благодаря доходам от их профессиональной деятельности, которые должны как минимум покрыть издержки и обеспечить окупаемость трудовых затрат, а как максимум – обеспечить прибыль.

¹ *Мотивация поведения* – совокупность побуждений людей к тем или иным действиям.

² *Экономическая выгода* – обеспечение себя и своих близких средствами существования, достаточными как минимум для поддержания жизни и воспроизведения своей рабочей силы, как максимум – для укрепления личного конкурентного потенциала и обеспечения личных конкурентных преимуществ над другими предпринимателями.



Рис. 9. Экономические мотивы предпринимчивого поведения

Экономические мотивы предпринимчивого поведения внешне выступают как:

- *имущественные мотивы*, побуждающие людей к сохранению либо расширению объектов своего владения, к поддержанию, укреплению вертикали предпринимательской власти;
- *трудовые мотивы*, побуждающие людей к достижению успехов в профессиональном труде, росту личной профессиональной конкурентоспособности, усилению личных конкурентных преимуществ и преодолению личных конкурентных недостатков;
- *финансовые мотивы*, побуждающие людей к получению финансовой выручки, либо к ее увеличению в результате успешного проведения сделок.

Социальные мотивы предпринимчивого поведения – действия, направленные на получение определенного места и роли в обществе.

Состав социальных мотивов предпринимчивого поведения:

- инициирование различных форм связей с обществом;
- достижение успеха в обществе на законных основаниях;
- публичная презентация личных конкурентных преимуществ и достижений;
- формирование и укрепление положительной репутации в обществе;
- приобретение социальных знаний, умений, навыков.

Таким образом, социальные мотивы предпринимчивого поведения отражают общественное начало в природе людей, потребности в связях с обществом, стремление к общественному признанию.

Психологические мотивы предпринимчивого поведения – действия, направленные на эффективную самореализацию, развитие личностных качеств, осознание собственной личности, самоутверждение в деловых отношениях.

Посредством предпринимчивого поведения люди развивают в себе такие качества, как настойчивость, уверенность в себе, внимание, воля, аккуратность, открытость, терпение, последовательность в действиях. Они реализуют потребность в достижении успеха и получении удовлетворения от завершения

работы, потребность в риске, потребность в обеспечении безопасности, потребность в новых знаниях и саморазвитии.

Физические мотивы предпринимчивого поведения – действия, направленные на физическую и интеллектуальную самореализацию на основе самостоятельного выбора действий и достижения успехов.

Эти мотивы отражают потребности людей в активном поведении, первенстве, в обретении физического и/или интеллектуального комфорта.

Гуманистические мотивы предпринимчивого поведения – стремление людей к этической, эстетической, идейной самореализации, обретению соответствия сложившимся в обществе представлениям и установленным порядкам.

Люди становятся предпринимчивыми, потому что им необходимо соответствовать моральным ценностям общества и в то же время самостоятельно, инициативно, энергично, находчиво устанавливать правильную, по их мнению, мораль.

Наряду с мотивами к предпринимчивому поведению на профессиональный выбор людей оказывают влияние и мотивы профессионального предпринимательского поведения:

1. *Статусные мотивы* – мотивы обретения, поддержания, воспроизведения, усиления вертикали предпринимательской власти.
2. *Деятельные мотивы* – мотивы, побуждающие людей к выполнению профессиональных предпринимательских функций.

Делая выбор между наемным трудом и предпринимательским бизнесом, люди руководствуются:

- желанием избежать принудительного режима работы;
- необходимостью скорейшего выбора профессии и места работы;
- стремлением быть хозяином самому себе и выстраивать деловые связи в соответствии с собственным пониманием степени их необходимости;
- мотивом трудоустройства в соответствии с профессиональным призванием;
- стремлением состояться в качестве профессионального предпринимателя;
- намерением самостоятельно принимать решения относительно содержания, порядка, сроков выполнения своей работы;
- возможностью владения делом, которое можно передать по наследству;
- возможностью реализации на практике собственных инициатив;
- желанием попробовать свои силы в конкурентной борьбе с другими такими же субъектами предпринимательского бизнеса и с иными представителями окружения;

- заинтересованностью в осмысленном риске ради удовлетворения деловых интересов;
- желанием приносить пользу обществу, отдельным людям.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



1. В основе предпринимательства лежит принцип деятельности. Главным отличием предпринимательской профессии от любой профессиональной деятельности по найму является организация *самозанятости*.

2. К предпринимательскому труду, как и к труду по найму, применимы такие определения, как «*профессиональная работа*» или «*профессиональный труд*».

3. Между трудом по найму и предпринимательским бизнесом имеются как *различия*, так и *общие черты*.

4. Предпринимательская деятельность может иметь *профессиональный* и *непрофессиональный* характер.

5. В процессе профессиональной деятельности предприниматели руководствуются *деловыми интересами*, которые включают в себя материальные, деятельные и личные интересы.

6. Содержание предпринимательского бизнеса – это *совокупность* разнообразных *профессиональных функций*, которые выполняются с помощью предпринимательских действий.

7. Всякая предпринимательская деятельность должна иметь *законный* характер.

8. В профессиональном отношении предпринимательский бизнес состоит в *ведении дела*, кроме того, людям, желающим посвятить себя профессиональному предпринимательству, необходимо приобрести общественный *статус профессионального предпринимателя*.

9. Рабочая сила профессиональных предпринимателей опирается на *разнообразные способности* этих людей.

10. Людей к предприимчивому поведению побуждают экономические, социальные, гуманистические, физические и психологические *мотивы*.

11. Для занятия бизнесом недостаточно только личных способностей и предрасположенности. Необходимо также получить специальное *предпринимательское образование* и *профессиональную квалификацию*, получить знания во всех предметных областях бизнеса, теоретические и практические знания о предпринимательских функциях, приобрести умения и навыки практического предпринимательского поведения в конкурентной среде.

12. *Врожденная предприимчивость* – это способность людей к предприимчивому поведению, а *сформированная (профессиональная) предприимчи-*

вость – это профессиональная компетентность предпринимателей, применяемая ими в процессе профессиональной деятельности.

13. Профессиональная предприимчивость составляет содержание *трех ключевых профессиональных компетенций*, которые необходимо освоить каждому предпринимателю, и представляет собой совокупность знаний, умений, навыков в области преобразования предпринимателями в свое «дело» своих конкурентных преимуществ, чужих конкурентных преимуществ, наконец, умение сопротивляться такому преобразованию со стороны окружения, если это необходимо.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ



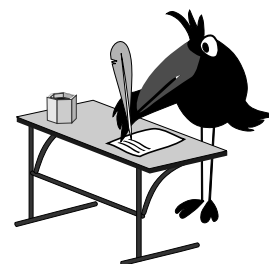
1. При каких условиях предпринимательская деятельность становится профессиональной?
2. Какие мотивы влияют на выбор людей в пользу предпринимательства?
3. Какие профессиональные знания, умения, навыки необходимы человеку, стремящемуся стать предпринимателем?
4. Какие формы предприимчивости вам известны?

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1

Подготовьтесь к ситуационному практикуму

- Ознакомьтесь с текстом кейса (раздаточный материал).
- Обратитесь к теоретическому материалу данного занятия.



Задание 2

Ответьте на вопросы теста

1. Предпринимательство определяется как ...
 - а) особая разновидность человеческой деятельности
 - б) вид коммерческой деятельности
 - в) разновидность управленческой деятельности
2. Предпринимательскую деятельность можно квалифицировать как ...
 - а) предпринимательскую работу
 - б) предпринимательский труд
 - в) предпринимательский бизнес
 - г) предпринимательскую работу, предпринимательский труд, а также предпринимательский бизнес
3. Действующие предприниматели являются ...
 - а) участниками деловых отношений
 - б) субъектами деловой деятельности
 - в) как участниками деловых отношений, так и субъектами деловой деятельности
4. Совокупность функций, выполняемых предпринимателями, ... их от людей, занимающихся иными видами деятельности
 - а) существенно отличает;
 - б) принципиально не отличает.
5. Деятельность людей становится профессиональной, если она ...
 - а) осуществляется как совокупность действий, отличающих данную профессию от любой другой
 - б) соответствует признанному в обществе уровню профессионализма в своей деятельности

- в) осуществляется регулярно либо систематически
 - г) осуществляется с целью получения доходов, выгоды, воспроизведения и развития
 - д) как совокупность действий, отличающих данную профессию от любой другой, соответствует признанному в обществе уровню профессионализма в своей деятельности, и, осуществляясь регулярно либо на систематической основе, приносит доход, выгоду и развитие
6. В основе профессиональной деятельности предпринимателей лежат ...
- а) интересы предпринимателей
 - б) потребительский спрос
 - в) предложение товаров и услуг на рынке
7. Реальным предпринимателем является ...
- а) любой предприимчивый человек
 - б) государственный служащий, обладающий способностью к предприимчивому поведению
 - в) человек, превративший собственную предприимчивость в источник предпринимательского дохода
8. К предприимчивому поведению людей побуждают мотивы ...
- а) экономические
 - б) критические
 - в) социальные
 - г) побудительные
 - д) психологические
 - е) инвестиционные
 - ж) физические
 - з) гуманистические
9. Функции, образующие содержание всякого дела субъекта предпринимательского бизнеса, обусловленные приобретением необходимых прав и обязанностей, имеют ...
- а) статусный характер
 - б) деятельный характер
10. К деятельным функциям профессионального предпринимателя относятся ...
- а) целеполагание, формулирование целей и задач бизнеса
 - б) ресурсное обеспечение повседневного функционирования и развития данной фирмы на конкурентоспособном уровне
 - в) обеспечение безопасного функционирования фирмы
 - г) уплата налогов

- д) приобретение определенных прав и обязанностей, обеспечивающих достижение своих целей
- е) создание и организация совокупности рабочих мест

11. При определении предпринимательства как совокупности действий, необходимых для реализации предпринимательской профессии, используется ... обоснование предпринимательского бизнеса

- а) поведенческое
- б) коммуникативное

12. При определении предпринимательства как совокупности деловых отношений, необходимых для реализации предпринимательской профессии, используется ... обоснование предпринимательского бизнеса

- а) поведенческое
- б) коммуникативное

13. Чтобы стать профессиональным предпринимателем, необходимо ...

- а) обладать набором профессиональных компетенций
- б) обладать профессиональными способностями
- в) иметь призвание к ведению предпринимательского бизнеса
- г) быть мотивированным к предпринимательскому труду
- д) обладать подходящими личностными характеристиками, чертами характера
- е) обладать набором профессиональных компетенций, профессиональными способностями, подходящими личностными характеристиками и чертами характера, иметь призвание к ведению предпринимательского бизнеса и быть мотивированным к предпринимательскому труду

14. Профессиональные компетенции людей не включают ...

- а) совокупность знаний, умений и навыков
- б) дипломы об окончании высших и средних специальных учебных заведений
- в) опыт профессиональной деятельности

15. Способность к предприимчивому поведению может проявляться в форме ...

- а) проницательности
- б) способности критически относиться к собственным и чужим ошибкам
- в) новаторства
- г) инициативности
- д) трудоголизма
- е) стандартных представлений о своих задачах
- ж) склонности к замедленным ситуационным реакциям под воздействием изменения конъюнктуры

Задание 3

Если бы вы решили стать профессиональным предпринимателем, какие человеческие качества вам бы пришлось развить? Какие знания получить? Какими навыками нужно было бы обладать?

Человеческие качества	Знания	Навыки

Задание 4

Постарайтесь сравнить функции менеджера (повторив соответствующие главы учебника по менеджменту) и предпринимателя.

Менеджер	Предприниматель

Задание 5

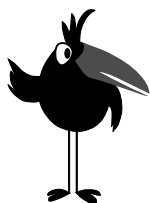
Напишите небольшое эссе на тему: «Я – человек предприимчивый!?»

[illegible]

Занятие 3

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ФИРМА. ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА

СЕГОДНЯ ВЫ ИЗУЧИТЕ ВОПРОСЫ



1. Понятие предпринимательской фирмы
2. Типы предпринимательских фирм
3. Классификация предпринимательских фирм
4. Вхождение в бизнес
5. Создание и регистрация новой предпринимательской фирмы
6. Раскрутка бизнеса
7. Виды предпринимательского бизнеса

ИЗУЧИВ ЭТУ ТЕМУ, ВЫ БУДЕТЕ

Знать:

- как предприниматель может стать владельцем или совладельцем фирмы;
- законодательные документы, регламентирующие деятельность фирм;
- кто такие учредители и участники фирмы;
- какие типы регистрации предпринимательства существуют в Российской Федерации;
- что такое организационно-правовая форма предпринимательства;
- каковы критерии количественного и качественного разграничения субъектов предпринимательского бизнеса;
- для каких целей создаются предпринимательские фирмы;
- кто является резидентом и нерезидентом в бизнесе;
- с чего начинается вхождение в профессиональное предпринимательство;
- от чего зависит выбор формы предпринимательского бизнеса;
- как создаются субъекты предпринимательского бизнеса;
- кем и как регистрируются предпринимательские фирмы;
- виды предпринимательского бизнеса.

Уметь:

- отличать юридическое лицо от физического лица, работающего индивидуальным предпринимателем;
- определять особенности деятельности индивидуального предпринимателя;

- выделять существенные признаки юридического лица;
- различать коммерческие и некоммерческие организации;
- оценивать плюсы и минусы различных форм частного предпринимательства;
- выбирать способ вхождения в профессиональный предпринимательский бизнес;
- определять причины выбора предпринимателями индивидуального или коллективного бизнеса;
- определять состав действий, которые нужно выполнить, чтобы вновь созданная фирма могла начать нормально работать.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- предпринимательская фирма
- учредители фирмы
- участники фирмы
- индивидуальный предприниматель
- юридическое лицо
- совместное предприятие
- эффект «изюминки»
- владелец
- совладелец
- производственный бизнес
- коммерческий бизнес
- финансовый бизнес
- бизнес на рынке потребительских, информационных, экспертных и консультационных услуг



ТЕОРИЯ

1. Понятие предпринимательской фирмы

Сделаться владельцем или совладельцем предпринимательского бизнеса люди могут различными способами, например:

- зарегистрировав собственную фирму и став тем самым ее владельцем;
- зарегистрировав фирму с партнерами по бизнесу и став тем самым ее совладельцем;
- став партнером ранее зарегистрированной фирмы, войдя в состав ее совладельцев;
- став единоличным владельцем ранее зарегистрированной фирмы в результате ее приобретения.



С помощью фирмы предприниматели приобретают официальные полномочия, профессиональные права, обязанности, то есть приобретают профессиональный статус предпринимателя и становятся полноправными субъектами бизнеса.



Фирма – организационно-правовая форма выражения статусной функции предпринимательской профессии.

В России деятельность фирм регламентируется различными нормами права, содержащимися в законодательных документах.

Законодательные документы, регламентирующие деятельность фирм в России:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации
2. Федеральный закон «Об акционерных обществах»
3. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью»
4. Федеральный закон «Об обществах с дополнительной ответственностью»
5. Федеральный закон «О некоммерческих организациях»
6. Федеральный закон «Об общественных объединениях»
7. Федеральный закон «О производственных кооперативах»
8. Федеральный закон «О кредитных потребительских кооперативах граждан»
9. Федеральный закон «О жилищных накопительных кооперативах»
10. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)»
11. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций»
12. Федеральный закон «Об иностранных инвестициях»
13. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

Предпринимательская фирма может производить какую-либо продукцию, продавать ее, заниматься посреднической деятельностью (не связанной с производством продукции), финансовой деятельностью, оказывать услуги клиентам, выполнять работы под заказ.

Предпринимательская фирма – это самостоятельный субъект бизнеса. Ее самостоятельность проявляется в сферах производства и расходования ресурсов, посреднической деятельности, распоряжения продукцией и полученной прибылью, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных платежей. Каждая предпринимательская фирма имеет право самостоятельно вести предпринимательскую деятельность; отстаивать свои деловые интересы; может обладать имуществом, как правило, обособленным от имущества ее участников; внутренним организационным единством и внутренней управляемостью.

Особой категорией участников предпринимательской фирмы являются ее *учредители*.

Учредители фирмы – субъекты предпринимательского бизнеса, иницирующие создание новой фирмы.



Решение учредителей о создании новой предпринимательской фирмы регистрируется уполномоченным регистрационным органом. Учредители новой предпринимательской фирмы автоматически становятся ее *участниками*. Однако далеко не все участники предпринимательской фирмы выступают и как ее учредители:

- участники фирмы могут называться ее учредителями, если их участие в бизнесе началось на этапе создания фирмы;
- задачей учредителей является исключительно создание предпринимательской фирмы, задачей участников – участие в делах данной фирмы;
- в процессе создания фирмы ее учредители могут заранее закрепить за собой специфические права и возможности, которые окажутся недоступными участникам этой фирмы, ставшим таковыми позднее.

В России каждая предпринимательская фирма обладает возможностью создания филиалов и представительств, расположенных в административных единицах Российской Федерации вне места нахождения руководящих органов данной фирмы.

Представительство предпринимательской фирмы – обособленное структурное подразделение фирмы, представляющее и защищающее ее интересы.

Филиал предпринимательской фирмы – обособленное подразделение фирмы, осуществляющее все или часть ее функций, в том числе и функции представительства.



Создавая филиалы и представительства, предпринимательская фирма образует собственную *предпринимательскую сеть*, состоящую из головной организации и совокупности структурных подразделений, находящихся вне места расположения головной организации. Предпринимательский бизнес фирм, обладающих такой сетью, следует определить как *сетевой предпринимательский бизнес*.

2. Типы предпринимательских фирм

Во всем мире, в том числе в Российской Федерации, существует два типа регистрации предпринимательства. Одни предприниматели учреждают новые

юридические лица либо становятся участниками ранее созданных юридических лиц. Другие регистрируют бизнес, не создавая для этого юридическое лицо и сохраняя правовой статус физического лица.

Гражданский кодекс Российской Федерации разрешает каждому человеку заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, но с обязательной регистрацией в качестве предпринимателя и получением фирменного наименования (например, «Предприниматель без образования юридического лица Карпов»).



Предприниматель без образования юридического лица (индивидуальный предприниматель) – физическое лицо, единственный учредитель, участник, владелец и администратор собственного бизнеса, отвечающий по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и несущий полную ответственность за добросовестное исполнение своих обязанностей.

Предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и даже без регистрации могут заниматься несовершеннолетние граждане.

Таблица 4.

Право граждан заниматься предпринимательской деятельностью в зависимости от возраста

от 6 до 14 лет	от 14 до 18 лет
Имеют право совершать самостоятельно мелкие бытовые сделки; сделки, направленные на безвозмездное получение выгоды, не требующие нотариального удостоверения либо государственной регистрации; сделки по распоряжению средствами, предоставленными им для какой-либо определенной цели или без всякой цели.	Могут становиться вкладчиками кредитных учреждений, свободно распоряжаться своими вкладами, а также иными доходами, с 16 лет могут становиться членами кооперативов.

Имущественную ответственность по сделкам детей, не достигших четырнадцатилетнего возраста, несут их родители, усыновители или опекуны, а по сделкам несовершеннолетних в возрасте от 14 до 18 лет – несут сами участники сделок.

Юридическое лицо – субъект гражданских правоотношений; организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. (Гражданский кодекс Российской Федерации).



Отличия юридического лица от физического лица, индивидуального предпринимателя:

1. Учредителем юридического лица может быть не только физическое лицо, но и другое юридическое лицо, число учредителей юридического лица может быть больше одного, статус юридического лица приобретается в ходе официальной государственной регистрации и получения в результате регистрации фирменного наименования.
2. Юридическое лицо всегда представляет собой организацию, в которой должно соблюдаться организационное единство, упорядоченность связей, управляемость процессов и описание которой составляет важные разделы документов, представленных для регистрации.
3. Юридическое лицо возникает, как правило, в результате объединения капиталов, имущества, личных компетенций других субъектов предпринимательства.
4. Обособление имущества юридического лица от личного имущества граждан, владеющих бизнесом.
5. Юридическое лицо способно отвечать своим имуществом по обязательствам, принятым на себя в отношении других субъектов бизнеса, вступать в деловые связи от своего имени, самостоятельно выступать истцом и ответчиком в суде.

Таким образом, любое юридическое лицо имеет ряд существенных признаков:

- *организационное единство* (даже если юридическое лицо создано одним учредителем);
- *обособленность имущества* от имущества учредителей, работников юридического лица, государства и иных физических и юридических лиц;
- *независимость* собственного существования от существования его участников;
- *самостоятельность воли*, не совпадающей с волей его участников;
- *ответственность* по своим обязательствам.

3. Классификация предпринимательских фирм

В соответствии с законодательством любого государства с рыночно ориентированной экономикой, все юридические лица, занимающиеся профессиональным предпринимательством, разделены на несколько групп. Эти группы составляют организационно-правовые формы предпринимательства¹.

Определяющее значение для разграничения организационно-правовых форм предпринимательства имеют *имущественные признаки* субъектов предпринимательского бизнеса и связанные с ними правовые основания деятельности фирмы.

Разграничение организационно-правовых форм предпринимательства по *финансовым признакам* базируется на особенностях первоначального и последующего формирования капитала создаваемого субъекта предпринимательского бизнеса, а также на особенностях распределения его доходов.

Таблица 5.

Разграничение организационно-правовых форм предпринимательства по финансовым признакам

	Уставный капитал	Уставный фонд	Складочный капитал	Паяные взносы	Взносы учредителей	Членские взносы
Хозяйственные общества						
Государственные и муниципальные унитарные предприятия						
Хозяйственные товарищества						
Кооперативы						
Некоммерческие организации						
Общественные объединения						

Разграничение организационно-правовых форм предпринимательства по *учредительским признакам* основано на определении правового статуса тех лиц, которые принимали участие в создании нового субъекта предпринимательского бизнеса.

Разграничение организационно-правовых форм предпринимательства по *административным признакам* определяется внутренней организационной и управленческой структурой субъекта бизнеса.

Классификация организационно-правовых форм предпринимательства по *правовым признакам* позволяет определять особенности правовых возможностей субъектов предпринимательства, их обязанности и юридическую ответственность. Ее суть заключается в том, что каждый тип предпринимательской фирмы наделен не только *общей*, но и обладает своей *специальной правоспособностью*.

¹ Организационно-правовая форма предпринимательства – тип субъекта предпринимательского бизнеса, обладающий определенными имущественными, финансовыми, учредительскими, административными, правовыми признаками, отличающими его от любого иного типа субъекта предпринимательского бизнеса.

Специальная правоспособность – возможность субъекта предпринимательского бизнеса осуществлять лишь те функции и те виды предпринимательской деятельности, которые соответствуют возможностям той или иной организационно-правовой формы.



К примеру, государственные и муниципальные унитарные предприятия наделяются специальной правоспособностью быть эксклюзивными (исключительными) исполнителями государственных заданий. Специальной правоспособностью наделены все организационно-правовые формы субъектов предпринимательства, которые относятся к числу некоммерческих организаций.

Некоммерческие организации – субъекты бизнеса, осуществляющие определенные виды деятельности и не имеющие в качестве основной цели извлечение прибыли.



Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и иных целей (охрана здоровья граждан, развитие физической культуры и спорта, защита прав, законных интересов людей и организаций, оказание юридической помощи).

Некоммерческими признаются в России некоммерческие партнерства, фонды, ассоциации, автономные некоммерческие организации, ассоциации юридических лиц; общественные объединения, политические движения, религиозные организации и т.д.

Коммерческие организации – субъекты бизнеса, которые преследуют цели извлечения прибыли от своей основной (уставной) деятельности.



Организационно-правовые формы коммерческих организаций, как правило, не имеют существенных отличий от других субъектов предпринимательского бизнеса в части налогообложения, управленческого и финансового учета, принципов найма персонала и других элементов предпринимательской деятельности. Специальная правоспособность состоит в порядке уплаты налога на прибыль. Коммерческие организации официально провозглашают прибыль одной из основных целей своего участия в предпринимательской деятельности и не претендуют на соответствующие льготы.

Все субъекты предпринимательского бизнеса самостоятельны в своей деятельности, но наряду с полностью самостоятельными фирмами принято выделять дочерние и зависимые.

Дочерняя предпринимательская фирма – фирма, в которой другой (основной) субъект предпринимательского бизнеса имеет возможность определять ее решения.

Зависимая предпринимательская фирма – фирма, в которой другой субъект предпринимательского бизнеса имеет долю более 20 % голосующих акций акционерного общества либо 20 % уставного капитала общества с ограниченной ответственностью.

Классификация субъектов предпринимательского бизнеса по правовым признакам предусматривает организационные особенности участия физических и юридических лиц – *резидентов*¹ России в деятельности иностранных предпринимательских фирм (ПФ), а также участия иностранных физических и юридических лиц – *нерезидентов*² России в предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации.

На территории России вправе осуществлять предпринимательский бизнес компании, имеющие регистрацию за рубежом.



Рис. 10. Деятельность иностранных компаний на территории России

¹ *Резиденты* – это физические и юридические лица, зарегистрированные или постоянно проживающие в данной стране, которые обязаны в своих действиях придерживаться законов данной страны, платить налоги в соответствии с законами и нормами страны постоянного проживания или регистрации в качестве юридического лица.

² *Нерезиденты физические лица* – российские граждане и иностранцы, находящиеся за пределами территории России более 182 дней в календарном году.

Нерезиденты юридические лица – это иностранные предпринимательские фирмы, действующие на территории Российской Федерации и уплачивающие налоги по месту регистрации.

Разновидностью предпринимательских фирм, действующих на территории Российской Федерации, являются *офшорные компании*, зарегистрированные на одной из особых территорий, называемых офшорными зонами¹.

Иностранные физические и юридические лица вправе принимать участие в любых организационно-правовых формах российского предпринимательства, кроме унитарных и казенных предприятий, а также государственных корпораций.

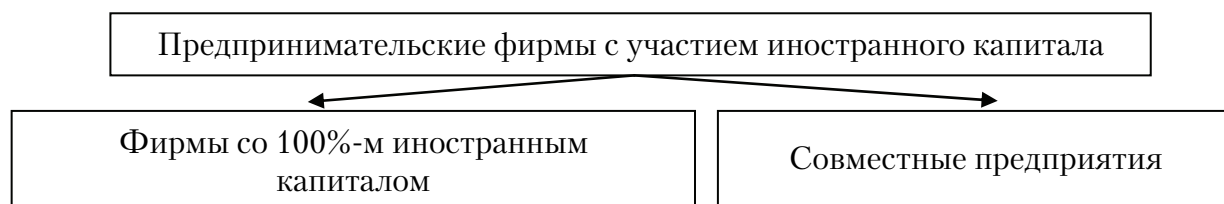


Рис. 11. Виды предпринимательских фирм с участием иностранного капитала

К причинам появления на российском рынке предпринимательских фирм со 100%-м участием иностранного капитала относится, как правило, заинтересованность в обширных рынках сбыта продукции и в привлечении дешевых видов производственных ресурсов, включая рабочую силу.

Совместное предприятие – предпринимательская фирма, возникающая в результате включения в состав ее участников юридических и физических лиц, являющихся резидентами различных государств.

Совместные предприятия могут создаваться двумя и более иностранными юридическими или физическими лицами, но в них в качестве хотя бы одного из участников обязательно должен присутствовать российский резидент – физическое или юридическое лицо. Совместное предприятие не является новой организационно-правовой формой предпринимательства в России, это характеристика предпринимательской фирмы, дающая представление о составе участников.

Предпринимательские фирмы можно классифицировать по численности работников, годовому обороту капитала и стоимости бизнеса. В соответствии с критерием численности работников выделяют: *малые предприятия*, *средние предприятия* и *крупные предприятия*.

¹ *Офшорная зона* – территориально обособленный регион, район, область или остров (полуостров), в котором не действуют некоторые правила и нормы страны юрисдикции, т.е. той страны, в пределах которой создается данный офшор.

В самых известных в настоящее время мировых офшорных зонах, как правило, не облагаются налогами доходы в виде дивидендов по ценным бумагам, отсутствуют любые налоги на экспортируемый капитал.

Согласно Федеральному закону в Российской Федерации к субъектам *малого предпринимательства* относятся физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства, а также мелкие предпринимательские фирмы (малые предприятия).

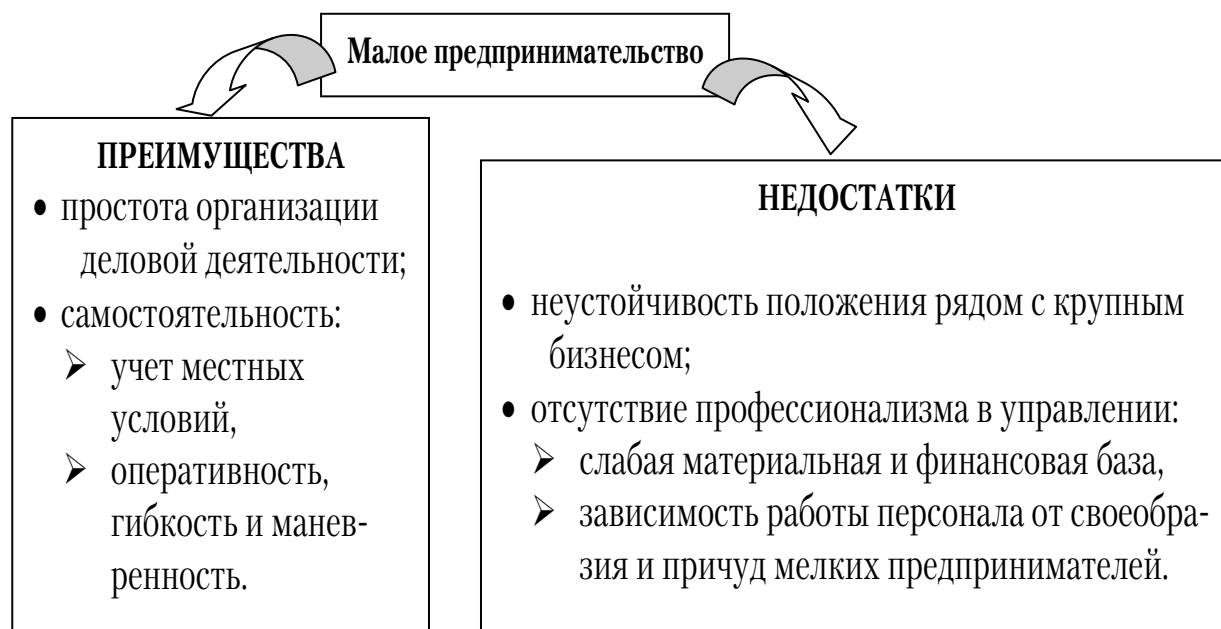


Рис. 12. Преимущества и недостатки малого предпринимательства

В противоположность малому предпринимательству *крупный бизнес* состоит из наиболее влиятельных в отрасли, на локальном рынке или в масштабах национальной экономики фирм, которые обладают главенствующим положением либо стремятся к нему. Фирмы *среднего бизнеса* обычно специализируются на деятельности внутри строго ограниченных рыночных ниш, где они обладают устойчивыми конкурентными позициями.

4. Вхождение в бизнес

Для каждого человека становление в качестве субъекта профессионального предпринимательства начинается с его вхождения в состав участников предпринимательской фирмы. Оно включает:

- 1) выбор организационно-правовой формы предпринимательства и размеров предпринимательской фирмы;
- 2) формальное и неформальное завоевание достойного места среди других участников фирмы.

Рассматривая пути вступления в профессиональный бизнес, одни предпочитают создать с нуля новую фирму, другие считают целесообразным приобрести готовую фирму, третьи соглашаются войти в состав коллективного предприятия или ассоциации, четвертые ограничивают свои притязания по-

купкой доли в обществе с ограниченной ответственностью (ООО), приобретением акций либо пакетов акций открытого акционерного общества (ОАО). Кроме того, вместо создания новой фирмы предприниматели могут войти в состав простого товарищества. Наконец, они могут осуществить нелегальную институционализацию бизнеса, став соучастником нелегальной фирмы.

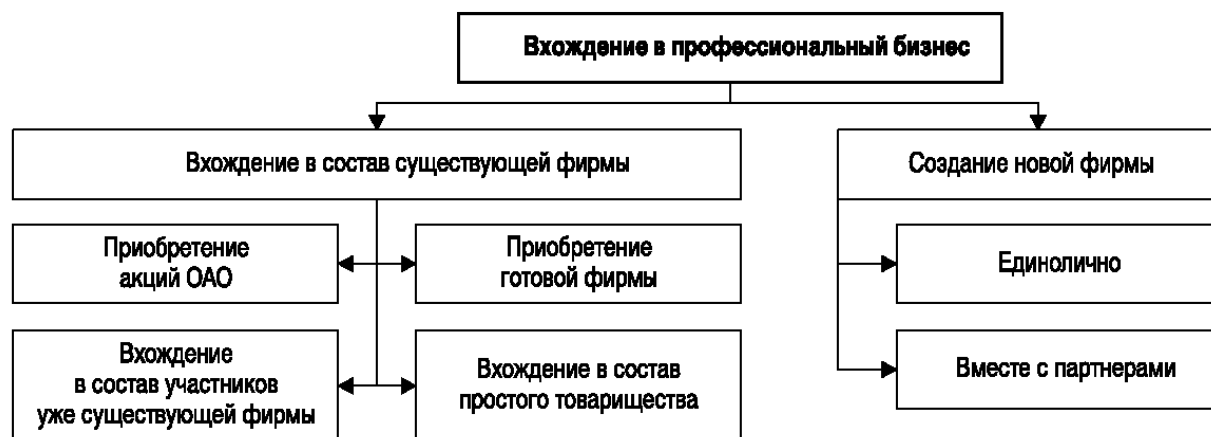


Рис. 13. Пути вступления в профессиональный бизнес

Прежде чем выбрать один из указанных способов, следует определить, какая степень самостоятельности требуется человеку для успешного ведения дел. Те, кто чувствует призвание к участию в малом предпринимательстве, как правило, выбирают различные легальные формы индивидуального бизнеса. Но немало предпринимателей отдает предпочтение частному бизнесу в сферах среднего и даже крупного предпринимательства. Обычно это происходит в случаях, когда предприниматели не считают, что общее дело окажется более эффективным, чем их частное дело, с которым они без посторонней поддержки могли бы справиться успешнее, чем вместе с партнерами.

Крупный бизнес чаще всего выступает в виде общего дела, ибо крупное частное предпринимательство, как правило, испытывает большие затруднения, не имея возможности привлекать новые инвестиции и предпринимательские ресурсы других людей. Партнеры по крупному бизнесу предпочитают распределение рисков среди партнеров по общему делу и ограничение собственной ответственности долей участия в уставном капитале фирмы.

Вхождение предпринимателей в индивидуальный и коллективный (долевой) предпринимательский бизнес происходит под воздействием различных причин.

Причины вхождения предпринимателей в *индивидуальный предпринимательский бизнес*:

- разочарование в предшествовавшем опыте совместного предпринимательства;
- абсолютная уверенность в собственных предпринимательских способностях, уровне профессиональных знаний, умений, навыков и конкурентоспособности;

- наличие опасений в отношении вероятных партнеров по общему бизнесу (не выполняют обязательств, не окажутся достойными партнерами, обманут, обидят, превзойдут, вытеснят из общего дела, убьют и пр.);
- отсутствие должных талантов по части персональной коммуникабельности и навыков делового общения;
- принципиальное нежелание заниматься общим бизнесом ни при каких обстоятельствах (деловая мизантропия).

Причины вхождения предпринимателей в *коллективный или долевой предпринимательский бизнес*:

- расчет на более высокий уровень эффективности и конкурентоспособности общего бизнеса в избираемом виде предпринимательства;
- разочарование в предшествующем опыте индивидуального предпринимательства;
- уверенность в том, что личные профессиональные компетенции могут наилучшим образом раскрыться в условиях партнерства по общему бизнесу, рядом с более опытными, компетентными, уверенными в себе совладельцами бизнеса;
- убеждение в том, что именно в общем бизнесе можно добиться наибольшей личной конкурентоспособности;
- отсутствие сомнений в благонадежности партнеров по общему бизнесу, в сочетании с убеждением в собственной способности противостоять возможному внутрифирменному соперничеству с ними;
- наличие высокого уровня коммуникабельности и навыков делового общения;
- принципиальное нежелание заниматься бизнесом в одиночку, потребность в коллективизме как способе реализации лидерских потенций либо желание стать участником внутрифирменной массовки.

5. Создание и регистрация новой предпринимательской фирмы

Если предприниматели принимают решение о создании и регистрации нового субъекта предпринимательского бизнеса, они становятся учредителями фирмы и осуществляют профессиональные предпринимательские действия, называемые ***учредительством***.



Учредительство – совокупность действий, предпринимаемых инициаторами создания новой предпринимательской фирмы в процессе ее создания.

В соответствии с законом, учреждать фирмы на территории России могут физические и юридические лица, резиденты и нерезиденты Российской Федерации.

Мероприятия, осуществляемые учредителями в процессе создания новой фирмы:

- формирование круга возможных учредителей создаваемого субъекта предпринимательского бизнеса и проведение необходимых мероприятий, направленных на коллективную выработку документов по учреждению данной фирмы (учредительные собрания);
- подготовка документов, необходимых для определения деловых отношений между партнерами по общему бизнесу и подлежащих государственной регистрации;
- закрепление в учредительных документах объема и состава прав в отношении нового субъекта предпринимательского бизнеса;
- закрепление в учредительных документах обязательств перед новым субъектом предпринимательского бизнеса;
- регистрация субъекта бизнеса в установленном порядке.

Договориться между собой учредителям порой бывает непросто. Однако в современной системе бизнеса существует инструмент демократичного обсуждения, который называется *собранием учредителей*.

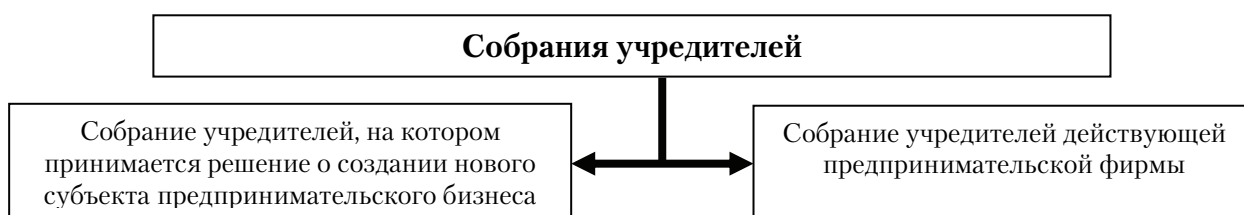


Рис. 14. Типы собраний учредителей

В учредительных документах необходимо записать:

- объем и состав своих прав в отношении новой предпринимательской фирмы, в том числе прав на владение (либо совладение) данной фирмой, и в отношении других участников фирмы;
- обязательства перед новой фирмой и перед другими участниками фирмы: финансовые обязательства (учредительский взнос в уставный капитал фирмы), имущественные обязательства (передача в новую фирму движимого и недвижимого имущества), интеллектуальные обязательства (передача в новую фирму ноу-хау и объектов интеллектуальной собственности), другие обязательства;
- юридический адрес (место нахождения) фирмы.

Регистрация новой предпринимательской фирмы производится в соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». В настоящее время в России органами государственной регистрации

юридических лиц и индивидуальных предпринимателей являются налоговые инспекции.

Получив и рассмотрев учредительные документы создаваемого субъекта предпринимательского бизнеса, регистрирующий орган вправе принять одно из трех возможных решений:

- 1) зарегистрировать новую фирму;
- 2) дать обоснованный (мотивированный) отказ в регистрации;
- 3) дать необоснованный отказ в регистрации.

Причины отказа в регистрации новой фирмы:

- в регистрирующий орган представлен неполный комплект документов;
- учредительные документы представлены в ненадлежащий регистрирующий орган;
- одним из учредителей фирмы является юридическое лицо, находящееся в процессе ликвидации.

Данные о государственной регистрации предпринимательских фирм – юридических лиц включаются в единый государственный реестр юридических лиц, открытый для всеобщего ознакомления.

Действия, без выполнения которых зарегистрированная предпринимательская фирма не сможет функционировать:

1. Постановка зарегистрированной предпринимательской фирмы на учет в местные финансовые органы (Налоговая инспекция по месту юридического адреса, Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, Фонд занятости, Фонд обязательного медицинского страхования) и в статистические органы, которые присваивают созданному субъекту бизнеса специальные коды статистического учета.
2. Открытие расчетного или текущего счета в рублях и иностранной валюте для осуществления безналичных платежей и обеспечения безналичных денежных поступлений.
3. Официальная регистрация печати фирмы в Реестре печатей.
4. Создание в случае необходимости фирменного стиля и регистрация товарного знака.
5. Приобретение лицензий на те виды деятельности, которые требуют обязательного лицензирования.
6. Учреждение представительств и филиалов в том случае, если это признано необходимым.
7. Наполнение расчетного счета фирмы средствами, предназначенными для формирования уставного (складочного) капитала; при регистрации фирмы учредителям необходимо внести не менее 50 % уставного капитала, остальная его часть может быть внесена по истечении первого года функционирования.

6. Раскрутка бизнеса

Жизненный цикл любой фирмы начинается на стадии ее создания и регистрации людей в качестве ее владельцев или совладельцев. Далее наступает стадия освоения бизнеса. На этой стадии субъекты предпринимательства могут придерживаться различных стратегических замыслов в отношении данной фирмы, например:

- раскрутка нового бизнеса;
- консервация фирмы, созданной впрок;
- немедленная продажа фирмы.

Раскрутка бизнеса – превращение бизнеса в конкурентоспособное явление, обладающее конкурентными преимуществами, признаваемыми и самими владельцами бизнеса, и их окружением.



Раскрутка бизнеса является основным направлением деятельности предпринимателей на стадии освоения бизнеса. Раскрутка бизнеса включает:

- определение ролевого статуса в бизнесе и достижение «эффекта изюминки», т.е. нахождение того специфического и необычного, что отличает предложения данной фирмы от всей совокупности рыночных предложений и привлекает внимание окружения;
- формирование профессиональных компетенций предпринимательской фирмы;
- сегментация и кластеризация межфирменного окружения;
- формирование потенциала конкурентоспособности фирмы;
- создание команды бизнеса и раскрутка организационной структуры предпринимательского менеджмента;
- имидж-билдинг и бренд-билдинг.

Бизнес-план текущей деятельности предпринимательской фирмы на стадии раскрутки бизнеса включает планы создания продукции, подготовки производства, сбыта и движения финансовых ресурсов фирмы.

7. Виды предпринимательского бизнеса

Немаловажное значение имеет выбор сферы приложения предпринимательских усилий: «Чем именно стоит заняться?»

Основными видами предпринимательского бизнеса являются:

- Производственный бизнес (бизнес по созданию материальных благ и оказанию производственных услуг)
- Торгово-посреднический бизнес (коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг)
- Финансовый бизнес (коммерческая деятельность на рынке наличной и безналичной валюты)
- Банковское дело

- Страховая деятельность
- Биржевой и небиржевой фондово-инвестиционный бизнес
- Информационный бизнес, включая оказание образовательных услуг
- Бизнес на рынке консультационных и экспертных услуг
- Бизнес на рынке потребительских услуг
- Посредническая деятельность на рынке труда

При отнесении предпринимательского бизнеса к той или иной отрасли учитываются различные признаки, главным из которых является потребительское назначение продукции (работ, услуг).

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



1. Предпринимательская фирма – это самостоятельный субъект бизнеса, действующий в рамках закона.

2. Стать владельцем/совладельцем предпринимательского бизнеса можно: зарегистрировав собственную фирму, зарегистрировав фирму с партнерами по бизнесу, став партнером ранее зарегистрированной фирмы, став единоличным владельцем приобретенной зарегистрированной фирмы.

3. Учредители новой предпринимательской фирмы автоматически становятся ее участниками. Однако далеко не все участники предпринимательской фирмы выступают и как ее учредители.

4. Деятельность предпринимательских фирм осуществляется на основе государственных гарантий. Закон гарантирует невмешательство органов государственного управления и других предпринимателей в непосредственное управление деятельностью фирмы.

5. В Российской Федерации, существует два типа регистрации предпринимательства: в форме юридического лица и без образования юридического лица, но с обязательной регистрацией в качестве предпринимателя.

6. Предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и даже без регистрации могут заниматься несовершеннолетние граждане, при этом имущественную ответственность по сделкам детей, не достигших четырнадцатилетнего возраста, несут их родители, усыновители или опекуны, а по сделкам несовершеннолетних в возрасте от 14 до 18 лет – несут сами участники сделок.

7. Юридическое лицо отличается от физического лица, индивидуального предпринимателя, наличием организационного единства, обособленностью своего имущества от имущества учредителей, а также работников, государства и других физических и юридических лиц, независимостью собственного существования от существования участников, самостоятельностью воли, не совпадающей с волей его участников, ответственностью по своим обязательствам, принятым на себя в отношении к другим субъектам бизнеса.

8. Вхождение в состав участников предпринимательской фирмы включает выбор организационно-правовой формы предпринимательства, размеров предпринимательской фирмы, формальное и неформальное завоевание достойного места среди других участников фирмы.

9. Прежде чем выбрать способ вхождения в бизнес, следует определить, какая степень самостоятельности требуется для успешного ведения дел.

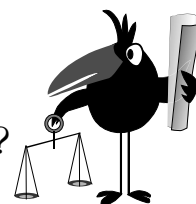
10. Раскрутка бизнеса включает в себя определение своей роли в бизнесе и достижение «эффекта изюминки», формирование профессиональных компетенций предпринимательской фирмы, потенциала конкурентоспособности фирмы, выделение партнеров и соперников в межфирменном окружении, создание команды бизнеса и раскрутку организационной структуры предпринимательского менеджмента, имидж-билдинг и бренд-билдинг.

11. Бизнес-план текущей деятельности предпринимательской фирмы на стадии раскрутки бизнеса включает планы создания продукции, подготовки производства, сбыта и движения финансовых ресурсов фирмы.

12. «Эффект изюминки» заключается прежде всего в исключительных возможностях, которыми обладают определенные субъекты предпринимательского бизнеса и вокруг которых они намерены построить свою деятельность на рынке. «Эффект изюминки» – это то специфическое и необычное, что отличает предложения данной фирмы от всей совокупности рыночных предложений и привлекает внимание окружения.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Как стать владельцем или совладельцем фирмы?
2. Для каких целей создаются предпринимательские фирмы?
3. Нужна ли регистрация для несовершеннолетних граждан, желающих заниматься предпринимательской деятельностью?
4. Какие действия необходимо предпринять учредителям для создания (регистрации) новой фирмы?





Напишите небольшое эссе на тему: «С чего начинается создание собственного дела?». Укажите, без чего невозможно создать новую предпринимательскую фирму

66

Задание 2

*В рамках проекта «Мой бизнес» подумайте, обсудите с «соучредителями»,
и письменно ответьте на вопросы*

Название моей фирмы:

Совладельцами фирмы являются:

Направления деятельности моей фирмы:

«Изюминка» моей фирмы:

Задание 3

Ответьте на вопросы теста

1. Предпринимательской деятельностью можно заниматься ...
 - а) создав юридическое лицо
 - б) зарегистрировавшись в качестве предпринимателя без образования юридического лица
 - в) создав неопределенное лицо
 - г) ничего не создавая и не регистрируя
2. Некоммерческие организации могут создаваться ...
 - а) в целях защиты прав и законных интересов людей и организаций
 - б) в образовательных и научных целях

- в) в целях максимизации прибыли
- г) в целях развития физической культуры и спорта
- д) в целях материального благополучия учредителей организации
- е) в целях охраны здоровья населения
- ж) в целях благотворительности

3. Субъектами предпринимательского бизнеса являются ...

- а) только коммерческие организации
- б) только некоммерческие организации
- в) и коммерческие, и некоммерческие организации

4. Резиденты Российской Федерации – это ...

- а) физические и юридические лица, зарегистрированные и постоянно проживающие в Российской Федерации
- б) российские граждане и иностранцы, находящиеся за пределами территории Российской Федерации более 182 дней в календарном году
- в) иностранные предпринимательские фирмы, действующие на территории Российской Федерации и уплачивающие налоги по месту регистрации
- г) российские граждане

5. Под совместным предприятием понимается ...

- а) предпринимательская фирма, возникшая в результате включения в состав ее участников юридических и физических лиц, являющихся резидентами различных государств
- б) предпринимательская фирма, в состав которой входят два и более участников
- в) предпринимательская фирма, капитал которой является неделимым и принадлежит нескольким владельцам, а распоряжение капиталом возможно только с общего согласия всех владельцев фирмы
- г) совместная деятельность субъектов предпринимательства без создания для этой цели юридического лица, которая осуществляется на основе договора между ее участниками

6. Человек может сделаться владельцем/совладельцем легального предпринимательского бизнеса ...

- а) зарегистрировав фирму единолично или с партнерами по бизнесу
- б) войдя в состав совладельцев ранее зарегистрированной фирмы
- в) купив бизнес
- г) став участником простого товарищества
- д) начав заниматься предпринимательским бизнесом, не регистрируя фирму

7. Вхождение предпринимателей в коллективный или долевой предпринимательский бизнес происходит под воздействием таких причин, как ...

- а) расчет на более высокий уровень эффективности и конкурентоспособности общего бизнеса в избираемом виде предпринимательства
- б) отсутствие должных талантов по части персональной коммуникбельности и навыков делового общения
- в) разочарование в предшествующем опыте индивидуального предпринимательства
- г) уверенность в том, что личные профессиональные компетенции могут наилучшим образом раскрыться в условиях партнерства по общему бизнесу, рядом с более опытными, компетентными, уверенными в себе совладельцами бизнеса
- д) принципиальное нежелание заниматься бизнесом в одиночку, потребность в коллективизме

8. Фирма считается созданной после ...

- а) подготовки учредительных документов
- б) подачи учредительных документов в регистрирующий орган
- в) включения фирмы в единый государственный реестр юридических лиц
- г) изготовления печати и ее регистрации

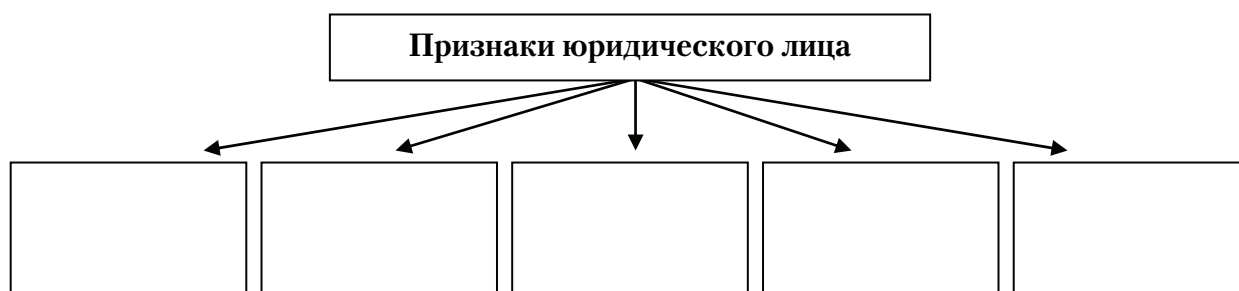
9. Для полноценного функционирования после регистрации фирме необходимо ...

- а) зарегистрироваться в едином государственном реестре юридических лиц
- б) получить лицензии для занятия лицензируемыми видами деятельности
- в) создать фирменный стиль и зарегистрировать товарный знак
- г) встать на учет в местные финансовые и статистические органы
- д) в случае необходимости зарегистрировать печать в реестре печатей
- е) в случае необходимости учредить представительства и филиалы
- ж) внести оставшуюся часть уставного капитала на расчетный счет фирмы

10. Под покупкой фирмы (доли участия в фирме) понимается ...

- а) покупка всего имущественного комплекса фирмы
- б) сделка, с помощью которой люди становятся владельцами или совладельцами институционального субъекта предпринимательского бизнеса
- в) исключительно покупка всех акций акционерного общества

Задание 4
Заполните схему



Задание 5
Заполните таблицу

Как можно стать владельцем (совладельцем) предпринимательской фирмы?	
1	
2	
3	
4	
5	
6	

Задание 6
Ознакомьтесь с текстом статьи и ответьте на вопросы

Все большее распространение в России приобретает продажа готового бизнеса, объектами сделок выступают как крупные, так и малые предприятия. Покупка готового бизнеса имеет определенные преимущества по сравнению с его созданием, однако, казалось бы, даже привлекательный бизнес может доставить проблемы своему новому владельцу. Основные проблемы связаны с возможностью потери ценных сотрудников, а также важных деловых связей и контактов этих сотрудников или бывших владельцев бизнеса. Ведь помимо традиций управления владелец компании и его команда создают еще и систему деловых и административных связей, играющих важную роль в развитии бизнеса. И не всегда эти связи можно передать новому собственнику, как можно передать материальные активы.

Известен случай, когда один московский предприниматель выкупил у своего приятеля фирму, занимающуюся торговлей дорогими импортными сувенирами. Когда через некоторое время выяснилось, что оперативность по-

ступления товаров сильно зависела от личных связей бывшего владельца на таможне, предприниматель уговорил друга забрать бизнес обратно.

Есть и положительные примеры. В мае 2002 г. стало известно о покупке холдингом «ПланетаМенеджмент» 70 % акций компании «Дарья», владеющей двумя заводами, рядом популярных торговых марок и хорошей сетью дистрибуции практически по всей России. Проданную компанию покинули директора по маркетингу, рекламе, финансам, логистике. Однако это не сильно отразилось на функционировании компании, и ушедшим менеджерам быстро нашли замену. Вместе с тем ряд топ-менеджеров не покинули компанию после ее продажи. Генеральный директор компании «Дарья» Игорь Пастухов, один из оставшихся топ-менеджеров, считает, что оставшиеся в компании менеджеры «обеспечивают преемственность бизнеса и не дают отступать от изначально заданных стандартов. На место же ушедших менеджеров пришли не менее сильные профессионалы... Чем крупнее компания, тем сильнее в ней формализовано управление и тем меньше на ее бизнес влияет личность владельца».

Летом того же года группа «Промышленные инвесторы» приобрела подмосковный ликеро-водочный завод «Топаз» у основателя компании Алексея Симонова, построившего завод буквально с нуля и руководившего им почти 7 лет. Проданную компанию покинули коммерческий директор и директор по маркетингу, а также несколько менеджеров среднего звена. В целом управленческая команда «Топаза» сохранилась. Таким образом, большая часть квалифицированных сотрудников осталась, а за время переговоров о покупке завода стороны, помимо прочего, обсудили процедуру знакомства нового руководства с партнерами и контрагентами компании. Это помогло заводу в небольшие сроки заработать в нормальном ритме.

Достаточно часто покупатели готового бизнеса ставят условия, чтобы в процессе подготовки сделки его представитель поработал на высокой должности в покупаемой компании, что позволило бы ему ознакомиться с состоянием дел и лучше узнать партнеров. Так, при оформлении сделки по продаже компании, торгующей сигаретами, одним из условий являлось обязательство продавца в рамках передачи дел представить нового владельца поставщикам и чиновникам. Такое решение было обусловлено сильной зависимостью бизнеса от связей бывшего владельца, после заключения сделки покупателю и продавцу пришлось общаться еще полгода.

Очевидно, что универсального рецепта при покупке бизнеса нет: степень зависимости компании от влияния и связей владельца и менеджеров в каждом случае разная. Директор департамента по слияниям и поглощениям группы «Атон» говорит: «В сфере услуг, особенно финансовых, репутация компании напрямую зависит от репутации ее собственника и менеджеров. В сфере же производства и продаж клиенты и покупатели не особо интересуются, кто именно владеет бизнесом».

Если предположить, что после продажи компании из нее уйдут все сотрудники, им можно найти замену. В такой ситуации технологичный, опирающийся на четко заданные стандарты работы бизнес может не пострадать, а клиентов больше интересуют торговая марка и качество товаров и услуг, нежели кадровый состав компании. По опыту рекрутингового агентства Kelly Services подбор персонала для супермаркета, где должны работать от 50 до 180 человек, занимает от 2 до 6 недель. Все же покупатели готового бизнеса в большинстве случаев настроены на то, чтобы сохранить рабочий персонал.

Юбер Женьи, директор по связям с общественностью швейцарской корпорации Nestle Waters, имеющей богатый опыт в приобретении готового бизнеса, считает, что «статус и возможности компании зависят в первую очередь от качества и репутации продукта, который она предлагает, хотя нельзя отрицать и большой роли управленческой команды».

Таким образом, многие считают, что компания, занимающая устойчивые позиции на рынке, может пережить смену владельцев. А стабильность коллектива легко сохранить, если не подвергать резкому пересмотру должностные обязанности и размеры зарплаты. Впрочем, даже правильная покупка, когда новому владельцу передают все связи и контакты, а все сотрудники остаются на месте, сама по себе не гарантирует успеха новому владельцу. Известна история одного чиновника, который, решив заняться бизнесом, купил себе ресторанчик, назначив себя на должность директора. Однако хорошего менеджера из него не получилось, и спустя несколько месяцев он выставил ресторан на продажу.

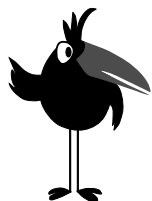
1. Каковы преимущества и недостатки покупки бизнеса?

2. Какие опасности могут ожидать покупателей бизнеса?

Занятие 4

ДЕЛОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ НА РЫНКЕ ТРУДА. ВНУТРИФИРМЕННЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. ТИМ-БИЛДИНГ

СЕГОДНЯ ВЫ ИЗУЧИТЕ ВОПРОСЫ



1. Субъекты бизнеса на рынке труда
2. Предпринимательские коммуникации
3. Предпринимательское администрирование внутрифирменных коммуникаций

ИЗУЧИВ ЭТУ ТЕМУ, ВЫ БУДЕТЕ

Знать:

- что такое внутрифирменные предпринимательские коммуникации и кто в них участвует;
- какова польза от партнерства в бизнесе;
- на чем базируются внутрифирменные предпринимательские коммуникации с работниками;
- каналы и инструменты внутрифирменных коммуникаций.

Уметь:

- различать виды трудовых коммуникатов;
- использовать некоторые инструменты внутрифирменных коммуникаций.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ



- рынок труда
- деловые коммуникации
- менеджмент персонала
- штатное расписание фирмы
- формальные документы
- должностная инструкция
- трудовой договор
- собеседование
- резюме

ТЕОРИЯ

**1. Субъекты бизнеса на рынке труда**

Рынок труда, или рынок рабочей силы, представляет собой сектор рынка, субъектами отношений на котором выступают продавцы и покупатели рабочей силы. Рынок труда является сферой непосредственных деловых отношений между субъектами наемно-трудового бизнеса и субъектами предпринимательского бизнеса.

Понятие рынка труда в обыденном сознании чаще всего связывается исключительно со сферой непосредственного найма работников. Действительно, именно в данной сфере происходит заключение трудовых контрактов и оформление трудовых сделок. В процессе практического применения рабочей силы условия контрактов могут меняться в любую сторону, контракты могут прерываться либо исполняться не в полном объеме. Деловые отношения между участниками сделки могут развиваться либо, напротив, сворачиваться. Наемные работники могут сделать карьеру либо, напротив, потерять время, трудясь в неперспективной компании. Ошибиться в работниках либо угадать с их выбором могут и предприниматели. Поэтому рынок труда – это комплекс деловых отношений, охватывающий обе сферы взаимодействия работодателей и работников. Наемные работники конкурируют между собой за возможность трудоустройства в престижных компаниях, получения интересной работы либо хорошо оплачиваемой должности.

Предпринимательскую деятельность на рынке труда осуществляют *две основные категории* субъектов: непосредственно *работодатели*, являющиеся субъектами производственного, инновационного, коммерческого, информационного, финансового, инвестиционного либо иного конкретного бизнеса, и *посредники* на рынке труда.

Работодатели и наемные работники являются равноправными субъектами деловых отношений в рыночной экономике. Поэтому противоречия, возникающие в данных отношениях и связанные со стремлением каждого из субъектов бизнеса наиболее полно реализовать свои эгоистические интересы, не приобретают характера антагонизма. Существенную роль в обеспечении такого положения выполняют посредники на рынке труда.

Предприниматели-работодатели и наемные работники могут вступать в отношения купли-продажи рабочей силы непосредственно. Вместе с тем осуществлению сделки по купле-продаже рабочей силы могут способствовать специализированные государственные и негосударственные организации, осуществляющие мероприятия по содействию миграции рабочей силы, в том числе международной, поиску подходящей работы для временно не работающих людей, подбору и специальной подготовке персонала для работодателей, информированию и консультированию сторон сделки по купле-продаже рабочей силы.

Первое упоминание о *центрах занятости* (биржах труда) относится к середине XIV в., однако лишь в XX в. данные организации превратились в полноправный элемент системы бизнеса.

В настоящее время центры занятости выполняют, как правило, следующие функции:

- учет временно не работающих (безработных) граждан;
- содействие временно не работающим гражданам в трудоустройстве; информирование безработных граждан о состоянии локальных и национального рынков труда и о наличии вакансий;
- выплата временно не работающим гражданам денежных пособий, организация их переподготовки и привлечение к выполнению ими оплачиваемых общественных работ в случае их длительной безработицы; содействие гражданам, желающим изменить место работы; содействие предпринимателям в поиске работников для заполнения вакансий;
- анализ и прогнозирование динамики рынка рабочей силы; разработка и осуществление программ занятости граждан; профессиональное ориентирование безработных граждан и лиц, получивших предупреждение работодателей о предстоящем увольнении; обучение безработных граждан новым видам деятельности, по которым существует возможность получения работы (либо направление их на обучение в специализированные учебные заведения, реализующие программы переподготовки);
- консультирование работодателей, наемных работников и безработных граждан по всем вопросам, связанным с развитием деловых отношений на рынке труда.

Посредническая деятельность организаций

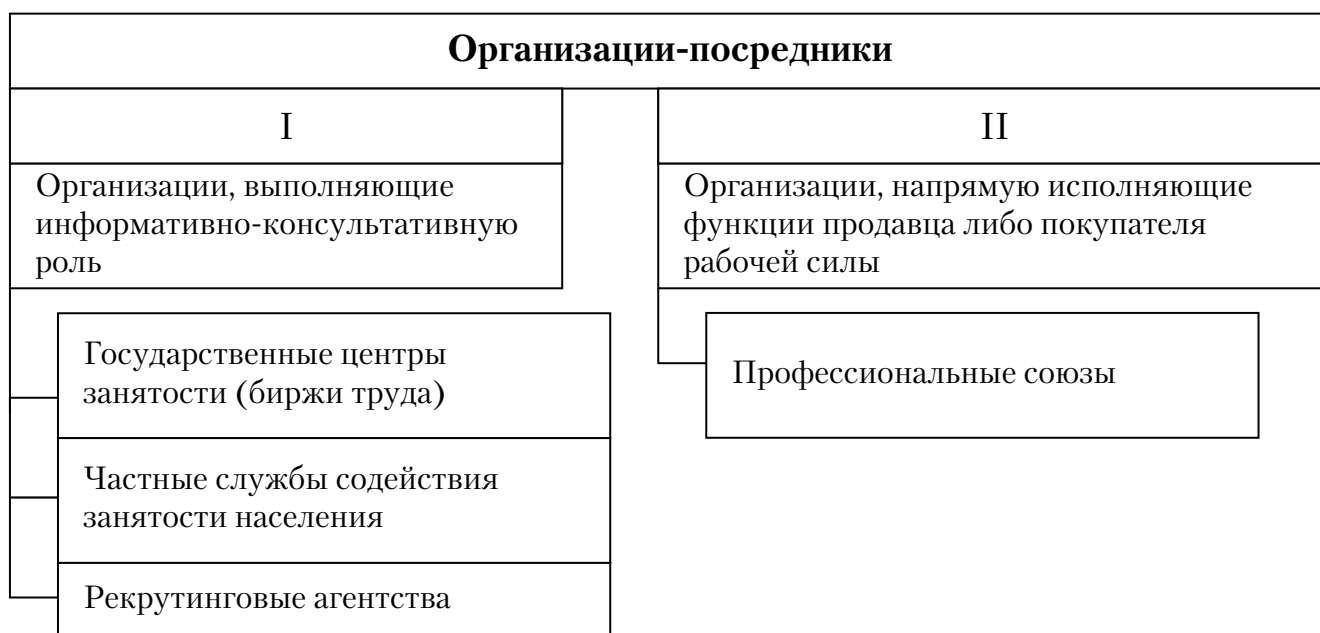


Рис. 15. Посредническая деятельность организаций

Развитие посреднической деятельности на рынке труда со стороны государственных и негосударственных центров (служб) занятости началось в начале 90-х годов. Важную роль в этом сыграло принятие весной 1991 г. Закона РФ «О занятости населения в Российской Федерации». В сочетании с другими нормативными инструментами перевода России к системе рыночной экономики данный Закон в значительной степени способствует становлению в России современных цивилизованных деловых отношений на рынке труда.

В 1991 г. была создана Государственная служба занятости населения. Она была наделена всеми необходимыми функциями в области содействия занятости, которые получили развитие в странах с рыночной экономикой.

Центры занятости осуществляют поиск так называемой *подходящей работы*. Работа может быть признана подходящей в том случае, если она обладает рядом базовых признаков, как то: соответствие профессиональной пригодности работника с учетом уровня его профессиональной подготовки, условиям последнего места работы, состоянию здоровья, транспортной доступности рабочего места.

Служба занятости обязуется предоставить безработному возможность заняться тем видом деятельности, который соответствует имеющимся у него профессиональным знаниям, навыкам. Работа на подходящем рабочем месте должна способствовать обеспечению человеку социального комфорта, его развитию и в качестве работника, и как личности. Однако люди по-разному относятся к предложениям подходящей работы. Некоторые люди предпочитают отказываться от предложений по трудоустройству и постоянно получать пособие по безработице. Именно поэтому государство обычно предусматривает ограничения в поведении на рынке труда. В Германии, например, безработный гражданин может лишь два раза отказываться от подходящего рабочего места, затем его лишают права на получение пособия по безработице. В России применяется более мягкий вариант такой же нормы: если безработный гражданин отказывается от двух вариантов подходящей работы в период безработицы, выплата пособия по безработице может быть приостановлена на срок до трех месяцев.

Таким образом, служба занятости и безработный гражданин заключают друг с другом своего рода сделку: служба занятости обязуется предоставить подходящую работу, работник обязуется отказываться от таких предложений не более двух раз.

Второй важнейшей функцией государственной службы занятости является выплата пособий по безработице. Цель таких выплат состоит в снятии социальной напряженности, наступающей в стране в связи с безработицей граждан.

Источником выплат выступает Государственный фонд занятости РФ. Его источниками являются:

- обязательные страховые взносы с заработной платы работников, которые производятся предпринимателями;
- средства государственного бюджета.

В странах с развитой рыночной экономикой существует еще один источник пополнения государственных фондов занятости – добровольные отчисления, которые осуществляют наемные работники из своих личных доходов.

Такая модель является более последовательной. В формировании финансовых средств для последующих выплат пособий по безработице заинтересованы и государство, и предприниматели, и наемные работники. Государство заинтересовано в обеспечении социальной устойчивости в обществе. Предприниматели, осуществляя финансирование фондов занятости, поддерживают рынок труда в относительно бесконфликтном состоянии. Наемные работники, отчисляя средства в фонд занятости, участвуют в обеспечении финансовых гарантий не только лицам, являющимся в данный момент безработными, но и самим себе на случай потери работы.

Наряду с государственными центрами занятости (биржами труда) в странах с рыночно ориентированной экономикой к первому типу посредников на рынке труда относятся и *частные службы содействия занятости населения*.

Они выполняют все вышеперечисленные функции в области содействия занятости, кроме выплаты государственных пособий по безработице.

К посредникам на рынке труда относятся также *рекрутинговые агентства*. Таковыми являются негосударственные организации, работающие, как правило, под заказ конкретных работодателей, заинтересованных в долгосрочных и текущих процессах заполнения вакансий в своих фирмах. Рекрутинговые агентства осуществляют ведение баз данных по имеющимся и формирующимся вакансиям, а также занимаются целенаправленной подготовкой соискателей рабочих мест под уже открытые и прогнозируемые вакансии.

Как пишет в своей книге «Бизнес со скоростью мысли» известный деятель сферы информационных технологий Билл Гейтс, корпорацию Microsoft обслуживают 110 рекрутинговых агентств. Эти агентства могут качественно подобрать нужный персонал, в случае необходимости проконсультировать кандидата, помочь определить место специалиста-соискателя в компании заказчика, найти уникальных специалистов на рынке труда, а также выполнить еще массу разных полезных функций.

Рекрутинговые компании облегчают жизнь кадровым службам предпринимательских фирм. В последние годы получил стремительное развитие рекрутинговый бизнес в таких разных областях практической деятельности, как программирование, связи с общественностью, шоу-бизнес, профессиональный спорт. Рекрутинговые компании обычно специализируются на подборе либо отличных специалистов, либо высокопрофессиональных менеджеров.

В последнее время получила широкое распространение практика так называемого *электронного рекрутинга*. Последний базируется на возможностях Internet в части подбора и поиска персонала. Электронный рекрутинг обеспечивает наиболее быстрое оповещение заинтересованных кандидатов на рабочие места о наличии вакансий. Главным инструментальным средством электронного рекрутинга выступает веб-сайт рекрутингового агентства.

Теоретически допустимо, чтобы работодатели заключали не индивидуальные трудовые соглашения, а так называемые коллективные трудовые договоры, причем их партнерами по договору выступали бы в этих случаях *уполномоченные объединения наемных работников*. На практике функцию продавца рабочей силы уже более 100 лет выполняют профессиональные союзы наемных работников. Современные *профессиональные союзы* (профсоюзы) изначально сформировались в странах с рыночной экономикой именно как организации, способные эффективно договариваться с работодателями об условиях трудоустройства претендентов на рабочее место. Впоследствии профсоюзы начали выполнять и другие функции, связанные с решением различного рода социальных проблем наемных работников, непосредственно не связанных с заключением и осуществлением сделок купли-продажи рабочей силы. В число таких вопросов входили: организация коллективного отдыха работников, создание детских садов, сбор денежных средств и их последующее перераспределение по типу касс взаимопомощи, проведение массовых мероприятий (в том числе стачек и забастовок).

Профсоюзы – это, как правило, добровольные общественные организации, объединяющие работников по отраслевому принципу. Коллективные договоры, субъектами которых выступают профсоюзы, содержат стандартные группы условий взаимодействия между наемными работниками и работодателями. Посредническая деятельность профессиональных союзов на рынке труда получила такое развитие, что, к примеру, в некоторых отраслях американской промышленности (автомобилестроение, электротехническая промышленность, нефтехимическая промышленность) претендент на рабочее место фактически не имеет права устроиться на работу самостоятельно, без участия профсоюзной организации.

В нашей стране в течение почти всего XX века профсоюзы выполняли прежде всего функции, направленные на помощь наемным работникам в решении социальных и бытовых проблем.

Поэтому в России сложились массовые ошибочные представления о некоей защитно-просветительской роли профсоюзов в системе бизнеса. С переходом России к рыночным отношениям профессиональные союзы наемных работников могут постепенно превратиться в эффективного посредника на рынке труда.

2. Предпринимательские коммуникации



Предпринимательские коммуникации – совокупность контактов в среде бизнеса, которые каждая фирма устанавливает и воспроизводит в процессе осуществления предпринимательских действий, участия в деловых отношениях.

Предпринимательские коммуникации имеют межфирменный либо внутрифирменный характер.

Предпринимательские коммуникации следует отличать от обыкновенного общения. Они представляют собой способы организации взаимодействия субъектов бизнеса со своим внутрифирменным и межфирменным окружением, в ходе которого все стороны взаимодействия стремятся отстаивать свои интересы в бизнесе.

Внутрифирменные предпринимательские коммуникации – совокупность контактов и способов организации взаимодействия субъектов предпринимательства во внутрифирменной среде бизнеса.

Во внутрифирменных коммуникациях участвуют партнеры субъектов предпринимательства по общему бизнесу и нанятые работники.

Внутрифирменные коммуникации с партнерами по общему делу. На практике общий бизнес складывается по следующим схемам:

- 1) предприниматель участвует в фирме вместе с родственниками, с близкими друзьями либо с людьми, которые долгое время были рядом или оказались рядом в момент принятия решения (одноклассники, однокурсники, сослуживцы, соседи по квартире, по даче, приятели в спортивных увлечениях и пр.);
- 2) предприниматель участвует в фирме вместе с коллегами по профессии, с которыми его связывают глубокие и устойчивые профессиональные, творческие, созидательные интересы;
- 3) предприниматель участвует в фирме вместе с другими предпринимателями на принципах разделения труда, обязанностей по ведению общих дел и ответственности за исполнение обязательств;
- 4) предприниматель участвует в фирме вместе со случайными людьми.

Какова *польза от партнерства* в бизнесе:

- Поиск ограниченных экономических ресурсов.
- Формирование новых экономических ресурсов (инновационные изобретения, инвестиции, кредиты, информация).
- Накопление и концентрация необходимых ресурсов с целью их последующего вовлечения в деловой оборот.

- Нахождение новых творческих и/или организационных решений.
- Оперативный поиск информации для выбора секторов рынка, где наиболее вероятен успех.
- Обеспечение выживания фирмы в экстремальных ситуациях.

Внутрифирменные коммуникации с партнерами по общему делу закрепляются с помощью специализированных *коммуникатов*¹ с партнерами.

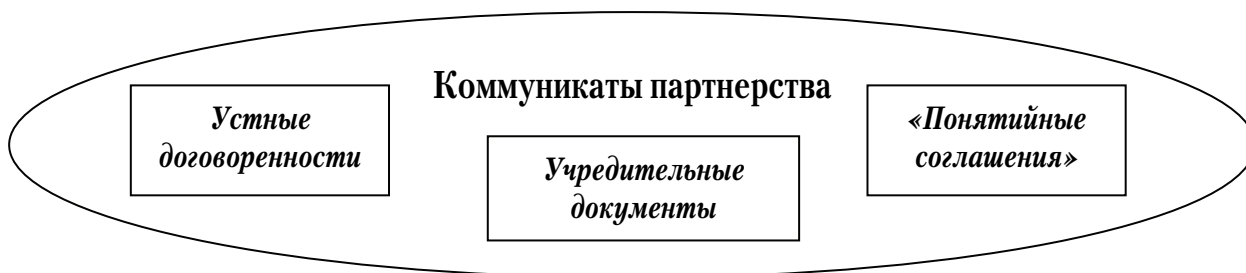


Рис.16. Виды коммуникатов партнерства

В учредительных документах фирмы оформляются схемы взаимодействия партнеров по общему бизнесу, права и обязанности совладельцев бизнеса, оговариваются административные должности на фирме и порядок их занятия, административные полномочия, сферы ответственности, уровни доходов, личные и имущественные права совладельцев на бизнес, а также вытекающая из них ответственность сторон.

Личные права партнеров по общему бизнесу выражаются в *административных полномочиях*, к которым относятся:

- занятие административных постов на фирме;
- право подписи или визирования различных документов (приказы, распоряжения, договоры, инструкции и др.);
- участие в работе коллегиальных органов фирмы (правление, совет директоров, исполнительная дирекция и др.);
- внесение предложений по кадровым, финансовым, коммерческим, производственным вопросам, вопросам PR и др.;
- подчинение себе структурных подразделений фирмы (отделы, департаменты, управления, службы);
- право возглавлять специализированные рабочие группы или участвовать в них;
- право представлять фирму в межфирменных коммуникациях.

Имущественные права выражаются в *имущественных полномочиях* партнеров по общему бизнесу, как то: обладание долями или паями в имуществе

¹ *Коммуникаты* – способы связи заинтересованных сторон.

ве фирмы, включая ее финансы и прибыль, или в возможности притязаний на них (например, в форме дивидендов).

Взаимодействие партнеров по общему бизнесу сочетает сотрудничество и соперничество между ними, которое не прекращается полностью в процессе ведения общих дел. Партнеры постоянно соперничают за влияние на дела фирмы и на персонал фирмы, за более выгодные условия участия в фирме, за признание своей персональной значимости и конкурентоспособности как внутрифирменным, так и межфирменным окружением.

Внутрифирменное соперничество партнеров связано с появлением угроз, рисков и опасных положений из-за недобросовестности партнеров в общем бизнесе.

Формы *проявления недобросовестного партнерства* в общем бизнесе:

- вытеснение партнеров из общего дела;
- отстранение партнеров от участия в ведении общих дел;
- пренебрежение оговоренными интересами партнеров;
- использование «общего дела» для поддержания или прикрытия другого бизнеса;
- умышленная и непредумышленная безответственность;
- сговор с конкурентами.

Вытеснение партнеров из общего дела обычно достигается продажей долей более слабых партнеров или выводом их из состава участников фирмы.

Пренебрежение оговоренными интересами партнеров по общему бизнесу состоит в невыполнении обязательств, зафиксированных в учредительных документах, устных договоренностей и «понятийных соглашений».

Внутрифирменные предпринимательские коммуникации с работниками. Взаимодействие работодателей и работников опирается на равноправие сторон. Объектами отношений между ними являются профессиональные компетенции работников, качество рабочих мест и условия труда.

Что интересует предпринимателей *при выборе работников*:

- Профессиональные знания, умения, навыки, а также уровень квалификации, опыт работы по одной или ряду профессий.
- Способность и желание повышать профессиональную квалификацию, осуществлять карьерный рост, работать в команде.
- Личностные качества работников: трудолюбие, лояльность, порядочность, готовность прийти на помощь, хитрость, дружелюбность, справедливость, удачливость, умение вызывать доверие, способность к преодолению препятствий.
- Психологические типы личности и психологические характеристики личности (равнодушие, осторожность, вздорность, рассудительность, доверчивость, внушаемость).

- Поведенческие манеры (вежливость, внимательность, энергичность, коммуникабельность, вальяжность, бесцеремонность, грубость).
- Возраст, пол, национальная и религиозная принадлежность, уровень образования, медицинские характеристики.
- Способность к творчеству, навыки участия в межфирменных коммуникациях, аналитическое мышление, предпринимательская интуиция, понимание задач фирмы, причастность к делам фирмы, соблюдение норм права.

Ключевое значение в коммуникациях работодателей и наемных работников имеют профессиональные компетенции последних.

Таблица 6.

Профессиональные компетенции работников

Распределение работников по обладанию навыками профессионального мышления		
Стратегическое мышление	Оперативное мышление	Ситуационное мышление
Отделы (или иные подразделения) стратегического планирования и контроля	Оперативные подразделения	Подразделения, в которых осуществляются повседневные контакты с межфирменной средой

Работников также интересуют профессиональные компетенции предпринимательских фирм. Им не все равно, в какую именно компанию они пойдут работать, с какими именно владельцами бизнеса они свяжут свою трудовую карьеру.

Инструментом сотрудничества работодателей и работников выступает их взаимная мотивация.

Таблица 7.

Взаимная мотивация работодателей и работников

Мотивы, используемые работодателями по отношению к работникам	
<i>Экономические</i>	условия и оплата труда, дополнительное вознаграждение
<i>Профессиональные</i>	профессиональная самореализация и развитие работника
<i>Личностные</i>	индивидуальные свойства, творческий потенциал, трудолюбие
<i>Корпоративные</i>	причастность к успехам в бизнесе, стремление к влиянию на действия фирмы

Мотивы, используемые работниками по отношению к работодателям	
<i>Экономические</i>	достижение высоких экономических результатов в бизнесе
<i>Профессиональные</i>	профессиональная самореализация и развитие предпринимателей
<i>Личностные</i>	личностная самореализация предпринимателей в сотрудничестве с работниками
<i>Корпоративные</i>	готовность разделить с фирмой ее неудачи, принять на себя необходимые профессиональные обязанности, предлагаемые владельцами бизнеса инновации, работать в команде под началом владельцев бизнеса

Сотрудничество между предпринимателями и работниками может дополнительно стимулироваться в виде предложений об участии работников в управлении фирмой, управлении имуществом фирмы, об участии их в распределении доходов фирмы. Иногда владельцы бизнеса решаются на привлечение заинтересованных в развитии бизнеса, творчески мыслящих, инициативных работников в число партнеров по бизнесу.

Соперничество работодателей и работников может принимать недобросовестный характер, причем недобросовестно могут вести себя обе стороны.

Недобросовестные действия работодателей:

- невыполнение условий трудовых соглашений и других договоренностей с работниками;
- умышленное создание условий, при которых добросовестная работа персонала фирмы становится невозможной (ограничения в доступе на рабочее место, отсутствие производственных заданий, создание нездоровой обстановки в коллективе);
- применение незаконных схем взаимодействия с персоналом, в частности схем ухода от уплаты налогов при оплате труда;
- оказание влияния на персонал с помощью запугивания, шантажа, угроз и других незаконных методов.

Все эти действия осуществляются работодателями в тех случаях, когда они не дорожат сотрудниками, не предполагают долговременного развития бизнеса, либо просто они являются профессионально некомпетентными руководителями.

Недобросовестные действия работников:

- невыполнение условий трудовых соглашений и других договоренностей с работодателями;
- участие в несанкционированных профсоюзами забастовках;
- использование бренда фирмы для поддержания побочных видов деятельности, осуществляемых без согласия работодателей;

- расшатывание бизнеса фирмы и ее организационной структуры в целях перехвата бизнеса, его частей или паразитирования на данном деле;
- сговор с конкурентами (сбор и разглашение конфиденциальной информации, участие в пропаганде конкурентов, саботаж мероприятий фирмы по заказу конкурентов);
- оказание влияния на владельцев бизнеса с помощью запугивания, угроз, шантажа и других незаконных методов;
- черный PR и антиреклама в отношении работодателей.

Недобросовестные действия работников по отношению к работодателям, как правило, наблюдаются в случаях, когда сотрудники не увлечены интересами дела, не рассматривают свою работу на фирме как стабильное и долговременное занятие и не воспринимают своего работодателя и коллег как партнеров в достижении персонального успеха.

3. Предпринимательское администрирование внутрифирменных коммуникаций

Кадровый состав фирмы называется человеческими ресурсами, или *человеческим капиталом фирмы*.

Управление нанятыми работниками называется *менеджментом персонала* (управлением персоналом, персональным менеджментом) фирмы.

Менеджмент персонала включает:

- разработку и осуществление кадровой политики¹;
- обеспечение комплектации кадрового состава фирмы;
- поддержание бесконфликтной или малоконфликтной внутрифирменной обстановки;
- создание и поддержание подходящего психологического климата;
- налаживание и воспроизведение эффективных межличностных коммуникаций.

Администрирование предпринимателями взаимодействия с персоналом фирмы должно опираться на ряд принципов использования человеческих ресурсов.

Основные принципы использования человеческих ресурсов:

- Все представители кадрового состава фирмы должны четко осознавать поставленные цели и результаты, понимать, что их рабочая сила является лишь частичкой совокупного человеческого капитала фирмы.

¹ *Кадровая политика фирмы* – разработка и использование схем подбора и ротации (обновления) кадров, обеспечения карьерного развития сотрудников, в том числе создание условий или выставление требований о необходимости повышения ими своей профессиональной квалификации, о стимулировании сотрудников на основе оценки качества их работы.

- Работодатель должен активно руководить персоналом, чрезмерно не опекая его, а предоставляя работникам возможность проявить самостоятельность и инициативу.
- Работодатель должен правильно соизмерять профессиональные, деловые и личные качества человека с порученными ему для решения задачами, стимулируя его к труду.
- Работодатель должен заботиться о психическом и физическом состоянии работников, о постоянном развитии человеческих ресурсов и об укреплении кадрового потенциала фирмы.
- Важно помнить, что каждый человек нуждается в поддержке, признании, уважении независимо от того, какими именно профессиональными, личными и деловыми качествами он обладает и какие задачи решает на своем рабочем месте.
- Мобилизацию человеческих ресурсов целесообразно четко нацеливать на достижение конкретных результатов, излишне не подгоняя работников и не оказывая на них административного давления.

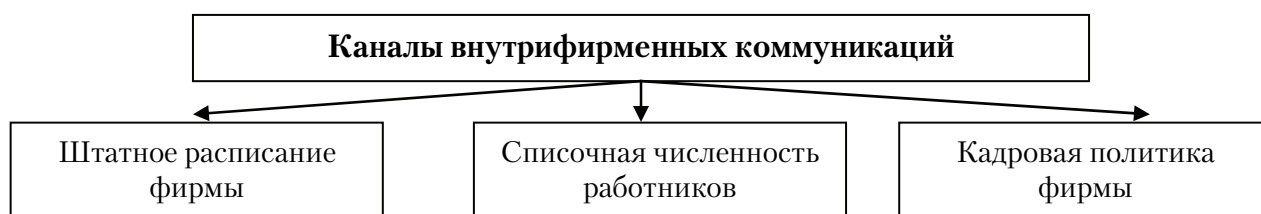


Рис. 17. Каналы внутрифирменных коммуникаций



Штатное расписание фирмы – совокупность должностей фирмы, которые занимают штатные сотрудники фирмы (работники, работающие на фирме полный рабочий день, а также штатные совместители).

Общая списочная численность работников может превышать штатное расписание, поскольку в действительности трудиться на фирме могут люди, принимаемые на временную работу вне штата.

Инструментами внутрифирменных коммуникаций являются:

- способы приема людей на работу;
- формы оценки работы персонала;
- способы мотивации (стимулирования) персонала;
- формы контроля работы персонала, соблюдения производственной и трудовой дисциплины;
- способы перемещения работников внутри штатного расписания и списочной численности, а также ротации (замены) сотрудников;
- формы оплаты труда;

- способы дополнительного вознаграждения и поощрения работников;
- формы повышения квалификации работников;
- способы увольнения работников;
- способы формирования кадровой структуры фирмы;
- способы поддержания внутрифирменного климата и обеспечения обстановки, благоприятствующей эффективной работе и карьерному росту перспективных сотрудников.

Квалифицированные работодатели предпочитают искать нужных им работников, не только опираясь на советы знакомых, родственников и уже принятых на работу сотрудников своей фирмы, но и привлекая специалистов по объявлениям в СМИ, на конкурсной основе, по рекомендациям служб занятости, после ознакомления с анкетными данными (резюме) потенциальных сотрудников.

Для поиска эксклюзивных специалистов используется *метод «охоты за головами»* – переманивание успешных работников из других компаний.

Некоторые фирмы предлагают сотрудникам так называемые социальные пакеты, в состав которых входят кредиты на покупку жилья, средства на обучение детей, затраты на медицинское обслуживание и покупку лекарств, средства на оплату туристических поездок, стипендиальные программы, расходы на оплату питания, транспортные расходы и др.

Для работающих сотрудников предпринимательские фирмы, заинтересованные в постоянном развитии персонала, предлагают программы повышения квалификации, семинары и тренинги по интересующим фирму направлениям.

Субъекты предпринимательского бизнеса заинтересованы не только в приеме на работу квалифицированных и компетентных сотрудников, но и в формировании слаженной команды бизнеса. Такая слаженность достигается при отзывчивом отношении и внимании работодателей к запросам сотрудников фирмы и формировании у сотрудников ответственного отношения к выполнению должностных обязанностей.

В качестве инструментов внутрифирменных коммуникаций субъектов предпринимательства с работниками используются трудовые коммуникаты.

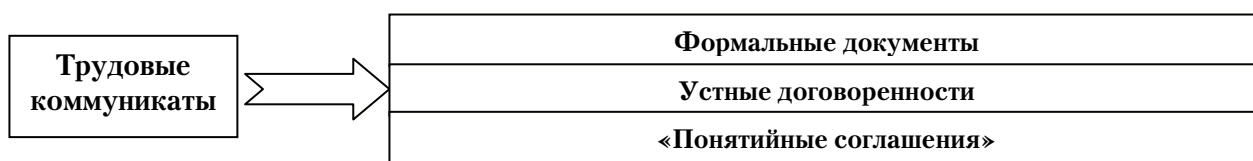


Рис.18. Виды трудовых коммуникатов



Формальные документы – приказы, распоряжения, официальные указания, должностные инструкции, табели учета явки на рабочее место, листы нетрудоспособности, трудовые контракты и договоры о предоставлении работы.

С помощью приказов и распоряжений регулируется прием персонала фирмы, переводы работников на новую должность внутри фирмы, направление в отпуск, в командировку, на курсы повышения квалификации, а также увольнение работников.



Должностная инструкция¹ – это важный регламентирующий документ, в котором описаны статус, обязанности, ответственность и права работника.

Цель должностной инструкции – закрепить круг задач, которые должен решать сотрудник, занимающий определенную должность.

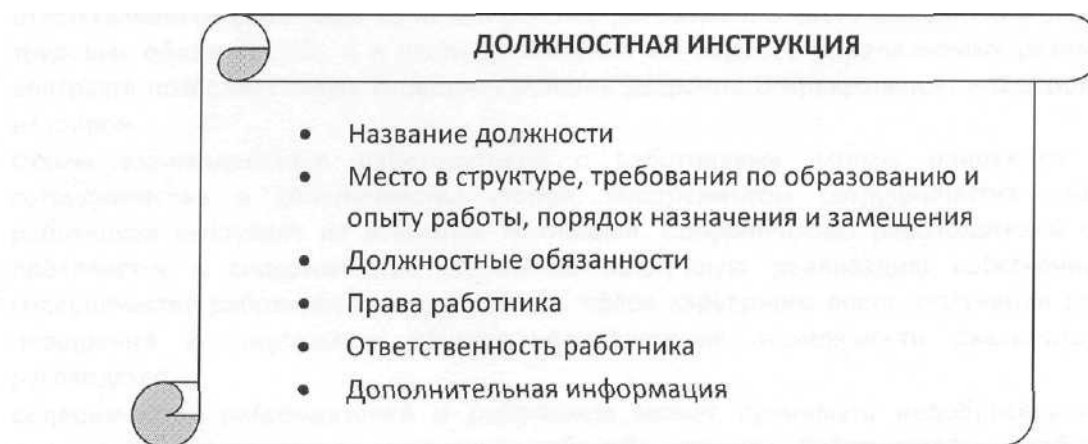


Рис. 19. Содержание должностной инструкции

Внутрифирменные коммуникации работодателей и работников, как правило, опираются на контракты (трудовые договоры) либо на договоры на выполнение разовых работ (договоры подряда).

¹ Пример должностной инструкции – по ссылке: <http://www.afea.ru/7p-539>

Трудовой договор – это письменное соглашение между работником и предпринимательской фирмой о характере труда, условиях труда и размере оплаты труда на определенный срок или без указания сроков.

Трудовой договор представляет собой типовой документ, применяемый при приеме на работу.



Рис. 20. Составляющие трудового договора

Контракт – это специфическая форма трудового договора. Его применение позволяет максимально индивидуализировать условия труда, предусмотреть особенные права и обязанности сторон (четко детализированы обязанности работника, условия его работы и привилегии). Контракт составляется с учетом пожеланий работника, в то время как трудовой договор имеет общую для всех форму, его условия фирма, как правило, не меняет.

Применение трудовых договоров и контрактов дает работодателям возможность оперативно воздействовать на результаты труда посредством четкой фиксации трудовых обязанностей, ответственности работника за невыполнение договора и в части выполнения работником своих трудовых обязанностей, и в части достижения им заранее определяемых результатов. Форма контракта позволяет также оговорить условия досрочного прекращения его исполнения каждой из сторон.

Кроме трудовых договоров и контрактов процедура приема на работу предусматривает возможность заключения с работниками *договоров подряда*.



Договор подряда – договор, который применяется в тех случаях, когда фирма принимает работника для выполнения разовых заданий.

Анкетирование и собеседование являются начальными этапами много-ступенчатого процесса отбора претендентов на работу в фирме. Собеседование позволяет гораздо точнее составить представление о кандидате, чем анкетирование, потому что это очень ответственный этап при найме на работу. Для более тщательной проверки соискателей на работу фирма может предложить претендентам отборочные тесты или подвергнуть их отборочным испытаниям.

Сформировав квалифицированную команду управленцев, владельцы бизнеса могут доверить ей многое, но при этом они не должны утратить собственное влияние на бизнес.



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Во внутрифирменных коммуникациях участвуют партнеры субъектов предпринимательства по общему бизнесу и нанятые работники. Внутрифирменные предпринимательские коммуникации опираются на взаимные, противоположные либо нейтральные интересы сторон.

2. Внутрифирменные коммуникации с партнерами по общему делу закрепляются с помощью учредительных документов, устных договоренностей, «понятийных соглашений».

3. Взаимодействие работодателей и работников опирается на равноправие сторон. Придирчивая оценка при взаимодействии работников и работодателей присуща обеим сторонам коммуникаций. Ключевое значение в коммуникациях работодателей и наемных работников имеют профессиональные компетенции последних.

4. От качества административных решений зависят результаты деятельности любого субъекта предпринимательского бизнеса. Каналами внутрифирменных коммуникаций являются штатное расписание работников, их списочный состав и кадровая политика.

5. Обеспечение и поддержание малоконфликтной обстановки внутри коллектива работников является объектом пристального внимания со стороны владельцев бизнеса и обязательной частью менеджмента персонала.

6. Применение трудовых договоров и контрактов дает работодателям возможность оперативно воздействовать на результаты труда посредством четкой фиксации трудовых обязанностей, ответственности работника за невыполнение договора и в части выполнения работником своих трудовых обязанностей, и в части достижения им заранее определяемых результатов. Фор-

ма контракта позволяет также оговорить условия досрочного прекращения его исполнения каждой из сторон.

7. Схемы взаимодействия работодателей с работниками фирмы опираются на сочетание сотрудничества и соперничества сторон. Инструментом сотрудничества работодателей и работников выступает их взаимная мотивация. Соперничество работодателей с работниками проявляется в соперничестве сторон за наилучшую реализацию собственных интересов, соперничестве работников между собой в сфере карьерного роста, получения дополнительных поощрений и социальных пакетов, приобретения возможности оказывать влияние на руководство.

8. Соперничество работодателей и работников может принимать недобросовестный характер, причем недобросовестно могут вести себя обе стороны. Работодатели и работники должны принимать меры безопасности на случай таких действий.

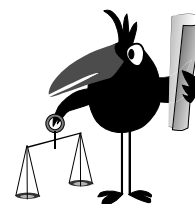
9. Чем скорее владельцы бизнеса решат вопросы, связанные с поиском и привлечением персонала, тем быстрее они приблизят свой бизнес к раскрыченному состоянию.

10. Анкетирование и собеседование являются начальными этапами многоступенчатого процесса отбора претендентов на работу в фирме. Собеседование позволяет гораздо точнее составить представление о кандидате, чем анкетирование, потому что это очень ответственный этап при найме на работу. Для более тщательной проверки соискателей на работу фирма может предложить претендентам отборочные тесты или подвергнуть их отборочным испытаниям.

11. Сформировав квалифицированную команду управленцев, владельцы бизнеса могут доверить ей многое, но при этом они не должны утратить собственное влияние на бизнес.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Кто является участником внутрифирменных коммуникаций?
2. Какие каналы и инструменты внутрифирменных коммуникаций с работниками вам известны?
3. С какой целью заключается трудовой договор (контракт)?
4. Какие способы поиска и привлечения персонала вы знаете?
5. По каким критериям осуществляется подбор персонала на конкретную должность?



*Подготовьтесь к деловой игре по теме
«Предприниматель и наемный работник»*

- Повторите, чем отличается предприниматель от наемного сотрудника, так чтобы вы могли об этом рассказать.
- Обратитесь к теоретическому материалу данного занятия.
- Вспомните формат телевизионной игры «К барьеру».

Делая выбор между предпринимательским бизнесом и наемным трудом, чем бы вы руководствовались? К чему вы на сегодняшний день более склонны? Напишите небольшое эссе на тему «Мой выбор в бизнесе».

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Задание 3

*Подготовьтесь к итоговому мероприятию
«Основы предпринимательской профессии»*

- Обратите внимание, что условием допуска к экзамену/зачету является выполнение всех заданий к занятиям по всем темам.

Задание 4

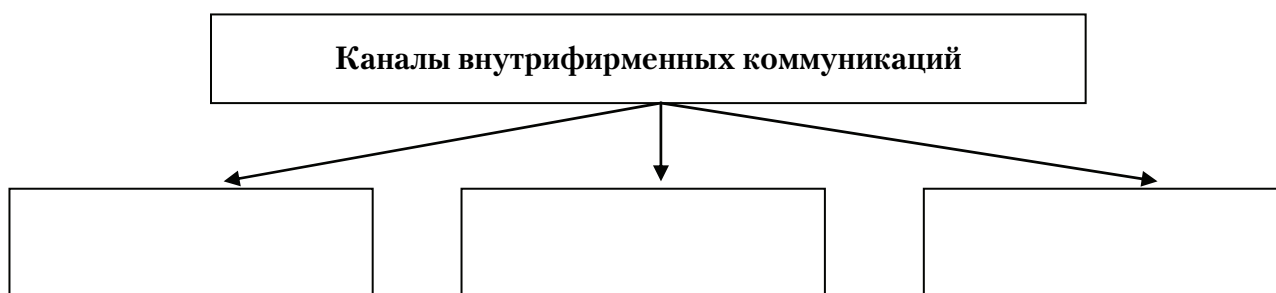
Ответьте на вопросы теста

1. Сторонами внутрифирменных коммуникаций являются ...
 - а) работники фирмы
 - б) клиенты
 - в) контрагенты
 - г) конкуренты
 - д) партнеры по общему бизнесу
2. Семейный бизнес может быть эффективен, если бизнесом владеют ...
 - а) любые родственники
 - б) творческие единомышленники
 - в) родственники, обладающие необходимыми личностными качествами, мотивированные к занятию предпринимательством и обладающие необходимыми компетенциями
 - г) люди, принадлежащие к одной этнической группе
3. Личные права партнеров по общему бизнесу выражаются в таких административных полномочиях, как ...
 - а) право занимать административные посты на фирме
 - б) право получать дивиденды на свои акции
 - в) право подписи и визирования различных документов
 - г) право обладать долями или паями в имуществе фирмы
 - д) право представлять фирму в межфирменных коммуникациях

4. Между партнерами по общему бизнесу возникают ...
- а) только отношения сотрудничества
 - б) только отношения соперничества
 - в) отношения как сотрудничества, так и соперничества
5. При выборе партнеров по общему бизнесу ...
- а) необходимо оценить личную совместимость партнеров друг с другом
 - б) необходимо оценить партнера с позиций профессиональной предприимчивости
 - в) не обязательно оценивать партнера, главное – оценить его финансовые возможности
6. Стараясь добиться высокой эффективности труда, работодатели используют мотивы ...
- а) личностные
 - б) экономические
 - в) обратные
 - г) корпоративные
 - д) профессиональные
7. Ключевое значение в коммуникациях работодателей и работников имеет(ют) ...
- а) психологический тип личности работника
 - б) поведенческие манеры работников
 - в) компетенции работников
8. Каналом(ами) внутрифирменных коммуникаций субъектов предпринимательского бизнеса с персоналом фирмы является(ют)ся ...
- а) штатное расписание фирмы
 - б) метод «кнути и пряника»
 - в) списочная численность работников
 - г) кадровая политика фирмы
9. К трудовым коммуникациям относятся ...
- а) трудовые книжки
 - б) формальные документы
 - в) устные договоренности
 - г) «понятийные соглашения»
10. Должностная инструкция включает ...
- а) должностные обязанности работника
 - б) права и ответственность работника

- в) трудовой договор
- г) место в структуре, требования к образованию и опыту работы, порядок назначения и замещения работника

Задание 5
Заполните схему



Задание 6
Ознакомьтесь с текстом статьи и ответьте на вопросы

Для российского менеджмента характерен переход сотрудников из одной компании целой командой, а не поодиночке. Уход команды менеджеров может обернуться шоком для бизнеса и свидетельствует о внутренних проблемах компании. На Западе такие переходы стараются предотвратить условиями контракта.

Ситуация, возникшая в «Альфа-Капитале» в 2006 г., – типичный российский пример перехода команды менеджеров. Сразу 10 (из 70) сотрудников управляющей компании «Альфа-Капитал» перешли на работу в Газпромбанк. Причиной этого стал уход главного управляющего директора «Альфа-Капитала» Анатолия Милюкова на пост вице-президента банка. Первоначально Милюков обещал не переманивать бывших коллег, а в «Альфа-Капитале» говорили, что не будут искать нового главного управляющего директора, функции которого взял на себя председатель совета директоров. Однако в «Альфу» пришел новый главный управляющий директор Валерий Петров, после чего бывшие коллеги Анатолия Милюкова один за другим стали переходить в Газпромбанк. Среди ушедших были гендиректор Андрей Пчелинцев и старший портфельный управляющий Андрей Зокин.

Зачастую для высококвалифицированного топ-менеджера смена компании – единственный способ осуществить заметный скачок в карьере. А в команде это сделать легче, поскольку в ней уже есть сложившиеся отношения, установившиеся традиции и формальный или неформальный лидер.

Компания, предпочитающая переманить не отдельного менеджера, а команду менеджеров, руководствуется вполне определенными причинами. Ди-

ректор по организационному развитию коммуникационного агентства Newsmakers Ltd. Марина Майзенберг выделяет следующие причины. Во-первых, это наиболее простой способ быстро запустить новый бизнес-процесс или продукт. Во-вторых, уводя специалистов из компании сходного профиля, можно стремительно преодолеть отставание от конкурентов, попутно ослабив их позиции.

Хорошим примером служит ситуация, имевшая место в начале 2006 г. Команда менеджеров из страховой компании РОСНО перешла в страховую группу АСК, новое подразделение которой (департамент по работе с персоналом) возглавил Евгений Ерофеев, ранее занимавший должность директора центра рекрутинга и тренинга северо-западной дирекции компании РОСНО. Вместе с Ерофеевым перешли его заместитель Елена Дорогова и группа продавцов генерального агентства № 1 РОСНО во главе со своим руководителем Татьяной Климовицкой. Эта группа образовала в АСК особый отдел продаж.

Заместитель генерального директора сети кинотеатров «КиноМакс» Ирина Туманова отмечает, что «даже новый мини-коллектив сотрудников способен принести с собой так называемую «свежую кровь», свежие идеи и, вполне может быть, новые составляющие корпоративной идентичности и культуры».

Приход целой команды менеджеров изначально не всегда запланирован принимающей компанией, а является следствием появления лидера. «Зачастую они (переходящие топ-менеджеры) ставят одним из условий своего перехода возможность забрать команду», – отмечает генеральный директор 3R Recruitment Company Анна Рыжкова. Компаниям же приятно получить профессиональных сотрудников, экономя на их рекрутменте.

Иногда уход команды фактически становится частью предпродажной подготовки. Видимо, именно так и произошло в ОАО «МДМ-банк Санкт-Петербург» – дочерней структуре МДМ-банка. Подконтрольная петербургскому предпринимателю Александру Гительсону «Восточно-Европейская финансовая корпорация» (ВЕФК) покупала питерскую «дочку» МДМ-банка. За месяц до этого «МДМ-банк Санкт-Петербург» в полном составе покинула команда топ-менеджеров во главе с Ольгой Казанской. Причем один из заместителей Казанской – Елена Угрюмова – перешла на работу в местный филиал МДМ-банка, уведя за собой практически весь кредитный портфель по крупным клиентам, составивший, по сообщениям прессы, примерно треть общего объема активов бывшего «МДМ-банка Санкт-Петербург». Можно предположить, что в данном случае уход менеджеров оказался аналогичным уходу активов.

У менеджеров, решивших поменять работу всей командой, имеются собственные мотивы, и не всегда финансовые. «Мотивов исхода всегда несколько: один главный и второстепенные, – говорит руководитель департамента аналитики группы компаний «Никколо М» Станислав Радкевич. – Часто на

первое место выходит чистая «экономика»: «Мало платят, мы стоим больше». Но иногда более значимыми оказываются социально-психологические претензии менеджеров к руководителям: крепкий профессионал не позволит унижать себя ни за какие деньги».

Например, в российском филиале всемирно известной корпорации в сфере производства продуктов питания россиянин занимал пост вице-президента. Однако один из российских партнеров фирмы, выполнявший для нее некоторые производственные функции, начал продавать свои акции, используя бренд международной корпорации для рекламы этих акций. Когда выяснилось, что к этому были причастны топ-менеджеры из числа россиян, статус всех российских топ-менеджеров фактически был понижен, и над каждым из них был назначен «куратор» из числа иностранцев. Россияне такого унижения не снесли и один за другим стали покидать компанию – в том числе и небольшими командами.

Согласно исследованиям Национального союза кадровиков, команда менеджеров, переходящих из одной компании в другую, обычно состоит из 3–5 человек и включает исполнительного директора (как правило, является основным членом команды), специалиста финансового блока, юриста, маркетолога и PR-менеджера. Около 30 % команд уходят одновременно, как правило, чтобы создать с нуля свое собственное дело. Около 20 % – в течение двух недель–месяца. Остальные 50 % покидают компанию постепенно, обычно не задерживаясь на старом месте дольше трех месяцев. Около 80 % переходов происходит в рамках одной сферы деятельности (обычно это торговля, строительство, производство, текстильный и полиграфический бизнес).

В России к таким переходам относятся терпимее, чем на Западе. Согласно западным стандартам корпоративной этики, уходя из компании, сотрудники не должны переманивать за собой других членов команды. Обычно это закреплено условиями контракта. В России же, несмотря на желание руководства запретить переманивание сотрудников, эта норма, к сожалению, не поддерживается трудовым законодательством РФ. В большинстве случаев решение вопроса зависит от прочности джентльменских соглашений руководства и уходящего сотрудника.

Собственник компании считает, что ушедшие менеджеры у него увели клиентов, а они полагают: что если клиент ушел за ними – это свидетельство их авторитета. Хозяин бизнеса убежден, что они выросли на тех вложениях, которые он в них делал. А менеджеры говорят, что инвестиции несоизмеримы с той прибылью, которую они принесли. Поэтому вопрос корпоративной этики зависит от того, кто будет ее трактовать.

Несмотря на то, что в таком переходе команд затрагиваются вопросы корпоративной этики, директор по работе с персоналом группы «АльфаСтрахование» Галина Вайсбанд считает, что в большинстве случаев негативно это на репутации менеджеров-перебежчиков не сказывается, кроме случаев пере-

хода к конкурентам из-за денег. По мнению Станислава Радкевича, репутация не страдает, если уход не сопровождался переманиванием за собой ключевых партнеров, передачей ноу-хау или конфиденциальной информации. А Марина Майзенберг отмечает, что сотрудники, которые постоянно следуют за лидером, рискуют приобрести имидж слабых специалистов, лишенных лидерских качеств.

Для компании уход сразу целой команды грозит немалыми неприятностями. «Ситуация становится патовой, поскольку сегодня во всем мире наблюдается нехватка управленцев высокого уровня практически в любой сфере деятельности», – уверена Ирина Туманова. «Ситуация непростая, но если для одной компании это всего лишь мелкая неприятность, то для других она может обернуться трагедией», – отмечает руководитель службы HR консалтинговой компании AGA Management Татьяна Алексашина. – Так, например, для компаний, работающих в сфере услуг, где все завязано на персоналиях, уход специалистов может обернуться потерей значительной части клиентов. В больших корпорациях, где прописаны зоны ответственности, отрегулированы процедуры и все механизмы действуют четко и слаженно, с уходом группы людей ничего не изменится. Разве что отдел персонала заработает более интенсивно, чтобы подобрать ушедшим равноценную замену». «Необходимо время для поиска нового персонала: сотрудники HR-служб и рекрутинговые провайдеры компании работают в такой период в авральном режиме, – рассказывает менеджер холдинга «Империя кадров» Ольга Федорова. – А время в любом бизнесе бесценно».

В качестве примера того, как уход менеджеров фактически стал причиной гибели бизнес-проекта, можно привести ситуацию на телекомпании ТВ-6. Пару лет назад хозяева телекомпании решили сменить топ-менеджера, но вместе с ним с канала ушла и большая команда менеджеров-профессионалов. Начавшийся на канале кадровый кризис перерос в финансовый, и это повлияло на качество передач. Новый топ-менеджер не сумел подобрать профессиональную команду, способную вывести канал из кризиса, и он «умер».

В то же время многие эксперты полагают, что уход команды в отдельных случаях может быть и положительным явлением для компании. «На формирование новой команды нужно время, средства, связи. Но здесь есть и свои плюсы. Руководство фирмы задумывается о своей внутренней политике, о причинах ухода большого числа людей, – считает Анна Рыжкова. – Пересматриваются деятельность руководства, формы мотивации сотрудников, состояние корпоративной культуры. Делаются определенные выводы, на основе которых начинается построение новой команды». Ирина Галунина, партнер компании BlueRidge, отмечает, что предотвратить тяжелые последствия ухода можно лишь тогда, когда подготовка кадрового резерва станет неотъемлемой частью каждодневной работы. Наконец, ситуация перехода чревата тем, что при приходе готовой команды может произойти своеобразное «столкновение

культур». Фактически столкновение культур может привести к распаду или к «размыванию» пришедшего коллектива. Не всегда есть возможность рассадить всех в те же кресла, которые члены команды занимали раньше. В итоге команда теряет своих членов из-за того, что они функционально могут оказаться в подчинении уже не у своего лидера. Ирина Галунина отмечает: «Одна фирма (российский филиал крупной многонациональной корпорации, работающей в сфере высоких технологий) в силу целого ряда обстоятельств развивалась в 1990-е годы по принципу семейной компании, прирастая добрыми друзьями и родственниками. В верхнем эшелоне сложились особые отношения. Преобладало ощущение возможности работать только в таком составе. Когда лидер получил предложение перейти в отечественную компанию, работающую в той же отрасли, он счел своим долгом взять с собой и свою команду. Во многом это было оправдано опасениями за судьбы тех, кто мог пострадать, оставшись на старом месте под руководством нового начальника, хорошо известного не самыми лучшими лидерскими качествами. Перешли вместе, работают вместе, но рабочие взаимосвязи уже другие. Кто-то недоволен и уходит. Кто-то, наоборот, найдя себя на новом месте, начинает успешно двигаться уже в отрыве от своей команды».

Таким образом, причинами ухода менеджеров целой командой могут являться: смена собственника компании, неудовлетворенность заработной платой, неслаженный коллектив, претензии к руководству, уход лидера.

К причинам, по которым компании их принимают, относятся: простой способ быстро запустить новый бизнес-процесс, преодоление отставания от конкурентов, ослабление позиций конкурентов, недовольство собственным коллективом, нехватка «свежей крови», топ-менеджер отказывается переходить на новое место работы без своей команды, экономия на профессиональном рекрутменте.

Принимающая компания должна быть готова к тому, что команда может уйти снова, необходимо разбавлять новую команду своими сотрудниками и интегрировать новичков в уже существующую корпоративную культуру.

Компания, которую покидают команды менеджеров, должна выяснить причины ухода большого числа людей, удержать нужных сотрудников, пересмотреть политику компании, формы мотивации сотрудников, повышать свой персонал в должности, заблаговременно подготавливать кадровый резерв, не создавать «эксклюзивных» сотрудников, не афишировать свою управленческую команду и ужесточать требования к работе топ-менеджера с завышенной самооценкой.

- 1. По каким причинам компанию может покинуть команда топ-менеджеров?*
-
-

2. Чем чреват уход из компании команды менеджеров?

3. Как можно предотвратить эту ситуацию?

4. Какие выгоды приобретает фирма, принимающая на работу команду топ-менеджеров?

Задание 7

В рамках проекта «Мой бизнес» подумайте, обсудите с «соучредителями» и письменно ответьте на вопросы

Предполагается ли непосредственное ваше участие в управлении своей фирмой или привлечении наемных работников? Ответ обоснуйте.

Какими способами будете искать нужных работников?

Какие из инструментов внутрифирменных коммуникаций будете использовать?

Определите критерии подбора персонала на конкретную должность.

Задание 8

Поделитесь с однокурсниками опытом. Приходилось ли вам искать работу и какие шаги вы для этого предпринимали? Если нет, то с чего бы вы начали поиск?

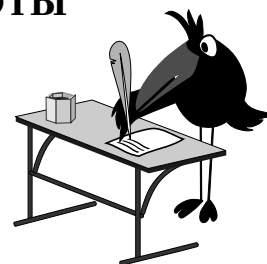
Занятие 5

ДЕЛОВАЯ ИГРА «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ И НАЕМНЫЙ РАБОТНИК». ИТОГОВОЕ ЗАНЯТИЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ПРОФЕССИИ»

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Задание 1

Подготовьтесь к участию в деловой игре



- Обсудите с партнерами по команде и сформулируйте аргументы в защиту позиции своей команды: «Предприниматели» или «Наемные работники».

- Сформулируйте вопросы к оппонентам.

- Запишите вопросы оппонентов и ответьте на них.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Ваша оценка (по 5-балльной шкале) за участие в игре:

- по мнению самого игрока _____
- по мнению команды

Задание 2

*Напишите небольшое эссе на тему: «Почему я хочу быть предпринимателем?»
или «Почему я не хочу быть предпринимателем?»*

[illegible]

Задание 3

Подумайте и ответьте на вопросы

Какие причины побуждают людей вступать в соперничество?

Есть ли у вас конкуренты?

Задание 4

Составьте кроссворд по основным понятиям, изученным в рамках дисциплины «Основы предпринимательской профессии» (минимальное количество слов – 20: 10 – по вертикали, 10 – по горизонтали).

Литература

1. Рубин Ю.Б. Курс профессионального предпринимательства: учеб. для высшей школы. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: МФПА, 2011.
2. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учеб. для высшей школы. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: Маркет ДС, 2008.

Рубин Юрий Борисович
Потапова Ольга Николаевна

ОСНОВЫ БИЗНЕСА
Часть 1. Основы предпринимательской профессии

Учебное пособие

Формат издания 60×90/8
Печать офсетная. Гарнитура PetersburgC
Печ. л. ... Тираж ... Заказ № ...

Редактор *Ванюшина А.А.*
Компьютерная верстка *Цельмс М.Г.*
Дизайн *НТБ Софт*