**Виды предпринимательской деятельности**

Предпринимательская деятельность классифицируется по следующим признакам:

- вид деятельности,

- форма собственности,

- количество собственников,

- организационно-правовая и организационно-экономическая форма,

- степень использования наемного труда и др.

**По** **виду** **или** **назначению** предпринимательскую деятельность подразделяют на производственную, коммерческую, финансовую, консультативную деятельность, а также оказание нотариальных, юридических и других видов услуг. Наиболее общим и важным является производственный вид предпринимательства, а после – коммерческий и финансовый. К производственному предпринимательству относится деятельность, при которой предприниматель непосредственным образом осуществляет производство продукции, товаров, работ, услуг, информации, духовных ценностей, подлежащих последующей реализации потребителям (покупателям).

Сопровождающие производство функции, такие как сбыт продукции, играют вторичную роль, служат дополнением основной.

Типовая схема **производственного предпринимательства** выглядит следующим образом. Предприниматель вначале избирает вид производственной деятельности, т.е. определяет, какие именно товары, работы, услуги он намерен производить. Затем он вступает в контакт с потенциальными потребителями товаров, либо представляющими их интересы закупочными организациями, в целях выявления потребности в товаре и спроса на него (маркетинговая деятельность). Для осуществления производства предприниматель должен иметь факторы производства: рабочая сила, производственные фонды, материалы, информация. Также ему могут понадобиться работы и услуги (строительные работы,

транспортные, информационные), которые он не способен выполнить своими

силами и поэтому привлекает сторонние организации. Сторонние организации и другие подобные субъекты предпринимательской деятельности становятся в ряде случаев посредниками между предпринимателем и потребителем. Они существуют как брокеры, агенты, дилеры и т.д.

Итак, осуществление предпринимательской сделки неизбежным образом связано с денежными затратами (Дз), которые можно определить следующим образом:

Дз = Др + Дм + Дс + Ди + Ду,

где:

Др – средства для оплаты наемных работников;

Дм – оплата материалов, сырья, энергии, полуфабрикатов;

Дс – денежные средства, связанные с использованием основных фондов, средств

труда, сооружений, помещений;

Ди – оплата приобретаемой информации;

Ду – оплата услуг сторонних организаций и лиц.

Косвенными участниками производственного предпринимательства являются государственные и местные финансовые органы, налоговая инспекция. На их счета поступают налоговые и обязательные платежи от предпринимателя, отчисления, а иногда пошлины и штрафы. Также данные участники могут предоставлять денежные субсидии и некоторые виды производственных ресурсов за определенную плату или бесплатно.

Результатом деятельности предпринимателя (сделки) является реализация потребителю произведенных товаров или услуг с получением за них денежной выручки. Обмен товара на деньги представляет собой торговую, товарно-денежную или коммерческую процедуру. Сбытовая сделка, как правило, является результатом производственного вида предпринимательства. Финансовый итог производственного предпринимательства характеризуется в первую очередь прибылью, которую получает предприниматель в результате совершения сделки.

**Коммерческое предпринимательство** отличается тем, что основную роль в нем играют товарно-денежные и/или товарно-обменные операции. Суть этого вида предпринимательства составляют операции и сделки по купле-продаже, т.е. перепродаже с применением торговой наценки на реализуемые товары и услуги.

Общая схема коммерческо-предпринимательской деятельности в основном аналогична схеме производственно-предпринимательской деятельности. Отличие состоит в том, что в коммерческом предпринимательстве нет необходимости обеспечения производственными ресурсами, поскольку приобретаемые предпринимателем материальные ресурсы покупаются им в виде готового товара, который затем реализуется потребителю. Отношения предпринимателя с покупателем имеют общий характер и для производственной, и для коммерческой деятельности – в обоих случаях надо сбыть (реализовать) свой товар.

При осуществлении коммерческой сделки необходимо соблюдение основного условия: цена реализации должна быть выше покупной, при достаточном спросе;

Программа коммерческой сделки включает:

- наем работников для выполнения операций закупки, транспортирования, продажи, проведения рекламной кампании, оформления необходимых документов, осуществления торгово-посреднических услуг;

- приобретение, закупку товара для последующей продажи;

- наем помещений, складов, баз, торговых точек, необходимых для хранения и реализации товара;

- получение и оплату услуг сторонних организаций, не участвующих непосредственным образом в коммерческой сделке, но представляющих свои платные услуги для ее осуществления и выполняющих посреднические функции;

- привлечение кредитных денежных средств для финансирования сделки и последующий их возврат с процентами (при необходимости);

- получение или приобретение информации, требуемой для расчета, планирования, оформления и регулирования сделки;

- реализацию товаров покупателю и получение выручки;

- регистрацию сделки, выплату налогов и платежей государственным и местным финансовым органам.

Последовательность действий может быть различной и должна быть спланирована. К числу особых видов коммерческого предпринимательства относится **финансовое (финансово-кредитное)**, где объектом купли-продажи является весьма специфический товар – деньги, валюта, ценные бумаги. Здесь мы имеем дело с продажей одних денег за другие в прямой или косвенной форме. Как и в прочих видах предпринимательской деятельности, сделке должны предшествовать анализ рынка товара (денег, ценных бумаг) и маркетинговая деятельность, связанная с поиском, выявлением и привлечением потенциальных покупателей денег, валюты, ценных бумаг. Предприниматель может:

- быть обладателем «финансового товара»;

- выступать в роли продавца ценных бумаг;

- выступать в роли эмитента ценных бумаг.

В случае привлечения кредита, между финансовым предпринимателем и обладателем свободных денежных ресурсов возникает дополнительная самостоятельная финансовая сделка. В ходе финансового предпринимательства приходится прибегать к услугам сторонних организаций и лиц-посредников (транспортные, аудиторские, юридические услуги).

Подобно другим видам предпринимательства, финансовые сделки обычно нуждаются как в привлечении ряда категорий наемных работников со стороны, так и в найме постоянных служащих (юристы, экономисты, бухгалтеры, брокеры, дилеры, маклеры, рассыльные, работники рекламы).Как и любой вид предпринимательства, финансовый облагается налогами. Таким образом, финансовая сделка во многом повторяет производственную и коммерческую, особенность ее заключается в предмете купли-продажи.

**Внутренняя и внешняя среда предпринимательской деятельности**

***Предпринимательская среда*** - это условия и факторы, воздействующие на предпринимательскую деятельность и требующие принятия управленческих решений для их устранения или приспособления к ним. Участники предпринимательской деятельности (продавец/покупатель, работодатель/наемный работник, кредитор/заемщик) не пребывают в условиях изоляции, они функционируют в определенной среде, которая определяет их

позиции. Предприниматели функционируют в определенных условиях, составляющих в совокупности предпринимательскую среду, которая и представляет интегрированную совокупность различных объективных и субъективных факторов, позволяющих предпринимателя добиваться успехов в реализации поставленных целей, в осуществлении предпринимательских проектов и договоров и получении прибыли. Предпринимательская среда формируется на основе развития производительных сил, совершенствования производственных (экономических) отношений, создания благоприятного общественного и государственного менталитета, формирования рынка как среды существования (деятельности) предпринимателей и других важнейших условий. Ученые, занимающиеся

исследованиями условий развития предпринимательства, считают, что **эффективная предпринимательская среда должна обеспечивать законопослушным предпринимателям необходимые** **экономические** **свободы** **как** **определяющее** **условие**

**развития** **предпринимательства,** **а** **вторым** **условием** **является** **развитие** **организационно-хозяйственного новаторства**. В какой-то мере эти два важнейших составных элемента предпринимательской среды зафиксированы в Конституции страны. В частности, в ней записано, что каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности; никто не может быть лишен своего имущества (как материальной основы предпринимательской деятельности) иначе как по суду. В РФ гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности и, наконец, также в стране признаются и равным образом защищаются частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности. Однако эти важные конституционные положения до сих пор практически не действуют в полную силу, что наряду с другими факторами тормозит развитие предпринимательства.

Как интегрированная сложная система предпринимательская среда подразделяется на внешнюю, как правило, не зависимую от самих предпринимателей, так и внутреннюю, которая формируется непосредственно самими предпринимателями. ***Внешняя*** ***среда*** предпринимательства представляется сложным, неоднородным по составу образованием. Внешняя среда образует своеобразное системно-организованное пространство, в котором

Функционируют и развиваются процессы, ограничивающие или активизирующие предпринимательскую деятельность. Причем предприниматель не в состоянии оказать прямое воздействие на факторы внешней среды. Во внешней среде выделяют микроокружающую среду и макроокружающую среду. **Микроокружающая среда** может испытывать некоторое влияние со стороны предпринимательской организации и адекватно реагировать на ее поведение на рынке. В свою очередь, элементы микроокружения оказывают заметное влияние на стиль и характер предпринимательской деятельности.

Факторы **макроокружающей среды** имеют более «жесткий» характер и носят ограничивающий характер. На эти факторы невозможно воздействовать, к ним необходимо приспосабливаться.

В основе классификации элементов ***макроокружения*** находятся пять крупных факторов, отражающих различные стороны социально-экономических взаимоотношений.

***Политические факторы -*** отражает стабильность демократических преобразований, вероятность возврата к прошлой политической основе, количество забастовок, криминальную обстановку, количество политических фракций, наличие доминирующей партии, лоббирование этой партии, решения правительственных органов, политические цели и задачи.

***Правовая среда*** - законы и правовые акты. Правовые документы часто являются разрешительными и ограничивают предпринимательскую деятельность. Слабость правового режима отражает слабость государственной власти, что приводит экономику к негативным тенденциям, а точнее - к неспособности собирать в полном объеме налоги, существенному росту трансакционных издержек, решению социально-политических задач в противовес экономической эффективности.

***Экологические факторы*** - природно-климатические факторы (особенности географического местоположения потребительского рынка), природно-ресурсные факторы (объем и качество сырья, воды, топлива, энергии), природоохранные факторы (степень загрязнения экосистемы).

***Социальные*** ***факторы*** – объекты социальной инфраструктуры (инженерного обеспечения, транспортной схемы, культурно-бытовой сферы и пр.), социально-духовная среда (институт этических норм и правил, принципы морали, нравственные устои).

***Экономические факторы*** - отражают объем денежных средств, которые потребитель может направить на рынок конкретной продукции. К экономическим элементам относится рынок труда (наличие рабочей силы или ее недостаток), дефицит денежного бюджета, среднегодовые темпы инфляции и пр. Противоречивость и ошибочность экономических мер могут обесценивать оборотные средства организации, осложнять доступ к кредитным ресурсам, могут создавать чрезмерную налоговую нагрузку, что в конечном итоге может ухудшить платежеспособность организации и привести к банкротству.

***Внутренняя среда*** охватывает широкий круг элементов, представляющих совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации и полностью зависит от предпринимателя. При формировании внутренней среды предпринимательства обычно выделяют две ее составляющие: ситуационные факторы и элементы внутренней

среды. Ситуационные факторы - это внутренние переменные, которые создаются предпринимателем исходя из анализа внешней среды, и используются для определения граничных условий функционирования фирмы, к ним относятся:

• цели предпринимательства;

• этика и культура предпринимателя;

• внутрифирменное интрапренерство (внутрифирменное предпринимательство).

К элементам внутренней среды относят: наличие капитала (собственного и заемного), выбор организационно-правовой формы и объекты предпринимательской деятельности (средства производства), организационная структура, качество материально-технической базы, степень износа основных фондов, запасы сырья и материалов у предпринимателя и др.

**Культура предпринимательства.**

***Культура предпринимательства*** - это определенная сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами предпринимательства в соответствии с действующими в стране нормативно-правовыми актами, обычаями делового оборота и нравственными правилами. Любая вновь возникшая организационная структура вырабатывает свою культуру, которая выражается в предписаниях, церемониях, образцах неформального поведения, и включает в себя следующие основные элементы:

1. Законность. Как известно, предпринимательская деятельность - это свободная деятельность, но экономическая свобода не означает, что ее участники свободны от исполнения принципов регулирования предпринимательской деятельности. Государство устанавливает определенные преграды для ограничения чрезмерной экономической свободы (например, ст.57 Конституции говорит о том, что каждый обязан платить налоги). 2. Строгое выполнение обязательств и обязанностей. Этот элемент вытекает из правовых актов, договорных отношений, обычаев делового оборота. Этот элемент проявляется в не нанесении не только имущественного, но и морального вреда партнерам, конкурентам, потребителям, наемным работникам.

3. Честное ведение субъектами своего бизнеса. По этому поводу четко сформировал свою позицию американский ученый в книге «Кредо свободного предпринимательства» К.Рэндолл. Он считает, что предпринимателю необходимо обладать твердым характером и честностью, которые нельзя ничем заменить. Он пишет, что обладать характером, значит чувствовать и понимать моральные проблемы, иметь смелость правильно действовать при любых обстоятельствах. Человек, наделенный сильным характером, но нечестный в душе, может когда-нибудь навлечь на компанию катастрофу. Предприниматель, не обладающий таким качеством, как честность ничего не стоит. Честное отношение к людям, потребителям, партнерам государству - один их признаков культуры предпринимательства. Культура предпринимательства складывается годами, она динамична и совершенствуется. Ею нельзя манипулировать. ***Цель*** культуры предпринимательства - это умение так организовать производственную и коммерческую деятельность, чтобы успехи в бизнесе сочетались с созданием таких условий, при которых работники максимально удовлетворены трудом.

Культура предпринимательства зависит от культуры предпринимательских организаций, культуры самих предпринимателей, от предпринимательской этики, делового этикета и многих других элементов. Культура предпринимательской единицы, как правило, определяется следующими факторами:

- предметом предпринимательской деятельности;

- организацией предпринимательской деятельности;

- мотивацией собственников;

- уровнем управленческой культуры, механизмом взаимоотношений руководителей и наемных работников;

- наличием стиля управления, который способствует достижению ведущих позиций на рынке;

- созданием условием деятельности сотрудников, которые способствуют осознанию их полной причастности к результатам деятельности организации;

- высокой профессиональной компетентностью руководителей, менеджеров и работников и др.

Существует несколько основных аспектов организационной культуры:

1. Организационная культура, которая включает комплекс основных идей в процессе функционирования организации, потребности сотрудников и формирование их мыслей, чувств.

2. Организационная культура, которая включает Сформировавшиеся закономерности поведения, настроение сотрудников и микроклимат в организации, нормы поведения, философию организации.

3. Организационная культура, которая включает внутренние стандарты и правила поведения, неформальное общение, выдающиеся примеры для подражания.

4. Организационная культура, которая включает коммуникации и язык общения, роли и отношения к работе, кадровую политику.

**Предпринимательская этика**

Во всем мире все более возрастает интерес к этическим проблемам. В развитых странах общепринято, что вопросы деловой этики беспокоят предпринимателя, так же как и эффективность производства.

Предпринимательская этика - это одна из сложных проблем формирования культуры предпринимательства, так как ***этика*** вообще - это учение и практика поведения граждан по отношению друг к другу и обществу в виде идеалов, моральных принципов и норм поведения.

Составляющие элементы предпринимательской этики:

• моральные и этические нормы жизни;

• право на человеческое достоинство;

• условия труда;

• свобода личности;

• социальная связь между людьми;

• справедливость;

• сведение к минимуму конфликтов;

• право каждого участвовать в принятии решений.

Английским ученым Дженом Ягером по результатам анкетирования работников кадровых служб по вопросам делового этикета, было сформировано шесть принципов этикета:

• делайте все во время;

• не болтайте лишнего;

• будьте любезны, доброжелательны и приветливы;

• думайте о других, а не только о себе;

• одевайтесь, как положено;

• пишите и говорите хорошим языком.

Широко известны шесть правил Д. Карнеги, следование которым позволяет не только успешно общаться с людьми, но и влиять на них:

**1. Искренне интересуйтесь другими людьми.** Прежде, чем приступать к обсуждению проблемы, бывает полезно поговорить о тех предметах, которые волнуют вашего собеседника. Он расположится к Вам и быстрее решит ваши проблемы.

**2. Улыбайтесь.** Мудрость умения улыбаться владели древние китайцы (это умение управлять собственным настроением). Они говорили: «Человек без улыбки на лице не должен открывать магазин».

**3. Помните, что на любом языке имя человека - это самый приятный и** **важный для него звук.** Люди поразительно большое значение придают своему имени. Запомнив имя, и непринужденно употребляя его, вы делаете человеку тонкий и весьма эффективный комплимент. Внушить человеку сознание собственной значимости - это верный способ завоевать его расположение.

**4. Будьте хорошим слушателем.** Поощряйте других говорить о себе. Проявляйте Искреннюю заинтересованность к его проблемам и высказываниям. Многим деловым людям не удается произвести благоприятное впечатление о себе, потому что они не умеют слушать. Умение задавать вопросы, которые будут интересны вашему партнеру – это большое и полезное искусство.

**5. Говорите о том, что интересует вашего собеседника.** К каждой деловой встрече необходимо тщательно готовиться. Расспрашивайте знакомых, читайте прессу для пополнения собственных знаний.

**6. Внушайте собеседнику сознание его значимости и делайте это искренне.** Карнеги возводит это правило в важнейший закон человеческого поведения. Как только это правило нарушается, человек встречается с трудностями. Глубочайшим свойством деловых людей можно считать стремление быть оцененным по достоинству. Человеку не нужна неискренняя лесть, но он очень хочет реальной оценки своих достоинств.