

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Саратовский государственный аграрный университет
Имени Н.И. Вавилова»

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Краткий курс лекций

Для студентов 3 курса

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки
Производственный менеджмент агропромышленного комплекса

Саратов 2016

О64 Организация предпринимательской деятельности: Краткий курс лекций / Сост. Е.А.Алешина, Е.И. Севостьянова, Е. И.: – Саратов. – 2016. – 76 с.

Рецензент:

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Организация производства и управление бизнесом в АПК
ФГБОУ ВП «Саратовский ГАУ»
А.А. Голубева

Краткий курс лекций по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности»
предназначено для бакалавров очной формы обучения направления подготовки 38.03.02
Менеджмент, профиля подготовки «Производственный менеджмент агропромышленного
комплекса»

УДК 334.7
ББК 65.292
О-64

ВВЕДЕНИЕ

Краткий курс лекций «Организация предпринимательской деятельности» предназначен для студентов по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент. Он раскрывает сущность предпринимательской деятельности, знакомит с ее различными видами, организационно-правовыми формами предприятий, раскрывает особенности организации, порядок регистрации и формы государственной поддержки предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве, предлагает исследовать различные виды и уровни рисков, технологию принятия предпринимательских решений, основные показатели эффективности предпринимательской деятельности, сущность партнерских связей и основные направления сотрудничества партнеров, классификацию, порядок подготовки и заключения предпринимательских договоров, а также касается вопросов информационного обеспечения и социальной ответственности предпринимателя.

В соответствии с учебным планом данная дисциплина относится к вариативной (профильной) части профессионального цикла по выбору студентов. В результате освоения дисциплины студент должен знать понятие, сущность и виды предпринимательской деятельности; технологию принятия предпринимательских решений; основные бизнес-процессы в организации; методы снижения рисков и потерь; стратегии предпринимательской деятельности, направления сотрудничества предпринимателей; виды и порядок заключения договоров; организационно-экономические аспекты малого предпринимательства.

Для успешной реализации образовательного процесса по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности» и повышения его эффективности используются как традиционные педагогические технологии, так и методы активного обучения: занятие пресс-конференция, деловая игра, моделирование.

ЛЕКЦИЯ 1

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(форма – лекция традиционная)

- 1.1 Сущность и значение предпринимательства.
- 1.2 Задачи, принципы и функции предпринимательской деятельности.
- 1.3 Функции современного российского предпринимательства.

1.1. Сущность и значение предпринимательства

Предприниматели в сегодняшнем мире – это серьезная экономическая и политическая сила. В ряде развитых стран Европы и Америки на долю фирм с числом работающих менее 20 человек приходится от 40 % до 55 % всех занятых в частном секторе. Малые фирмы питают жизненными силами здоровый экономический организм любой страны.

Кроме того, желая извлечь наибольшую выгоду, предприниматель стремится максимально удовлетворить определенные общественные потребности, предъявив рынку товар (услугу), пользующийся спросом.

Велико значение предпринимательства и в морально-психологическом плане, поскольку продуктивно деятельные люди (каковыми, несомненно, являются предприниматели) призывают общество к активной жизни, выступают против настроений иждивенчества, безысходности и безволия.

Одно из первых определений предпринимателя принадлежит Ричарду Кантильону, который рассматривал его как хозяйствующего субъекта, добровольно принимающего на себя обязанность несения различных рисков в процессе экономической деятельности.

Позднее сформировалось несколько принципиально различных трактовок понятия «предпринимательская деятельность», которые систематизировал В.В. Радаев. Первая трактовка – видение предпринимательства как накопления капитала.

Так, Адам Смит определял предпринимателя как собственника капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идет на экономический риск. Фактически в определении А. Смита мы видим все три основные составляющие деятельности предпринимателя: прибыль (как цель деятельности), коммерческая идея (как способ ее достижения) и риск (как неизбежное негативное условие всего процесса) (рис. 1.1).

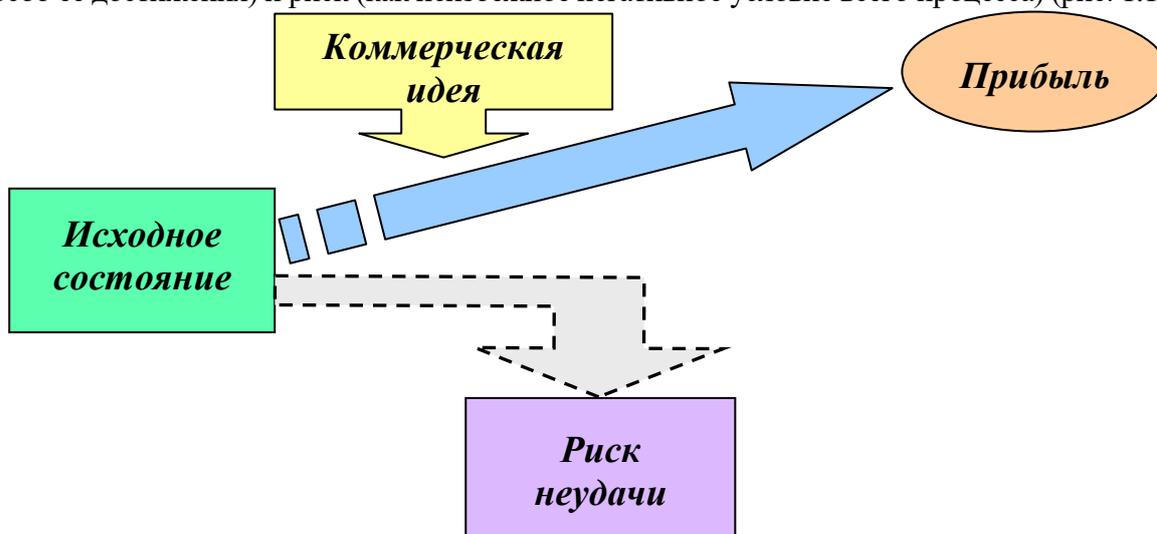


Рисунок 1.1. Сущность предпринимательства согласно воззрению А. Смита

В теории Д. Риккардо под предпринимателем подразумевается владелец фирмы, управляющий этой фирмой и получающий как положительный процент, так и прибыль без каких-либо дополнительных ограничений.

В свою очередь, по мнению Б. Гильдебранда, В. Рошера, Ж. Тюрго, предприниматель не только управляет своим капиталом, но и совмещает собственнические функции с производительным трудом.

Со временем предпринимательство реже отождествляется с капиталом. Во второй трактовке оно рассматривается как организация производства, не отягощенного правами собственности. В частности, французский экономист Жан Батист Сей в отличие от А. Смита полагал, что не предприниматели-землевладельцы, а промышленные и финансовые предприниматели являются основной движущей силой развития экономики страны. По мнению Ж.Б. Сея, предприниматель – это экономический агент, который комбинирует факторы производства, перемещая ресурсы из сферы низкой производительности и прибыльности в области, где они могут принести максимальный доход (рис. 1.2).



Рисунок 1.2. Сущность предпринимательства согласно воззрению Ж.Б. Сея

Джон Стюарт Милль понимал предпринимателя как любого капиталиста. Он убедительно показал, что сама сущность капитала есть «предпринимательская сущность», воспроизводящая себя как некий фактор производства и приносящая чистую прибыль на основе введения новых мощностей. Величина прибыли капиталиста, по Миллю, складывается из следующих компонентов: «платы за риск», «вознаграждения за воздержание от немедленного расточения своего капитала» и «платы за труд и искусство, необходимое для осуществления контроля за производством».

В конце XIX века возникла субъективно-психологическая концепция экономических отношений, в основе которой лежит стремление человека удовлетворить свои потребности (К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер и др.). Согласно мнению этих экономистов, предпринимательская деятельность инициируется отдельными личностями, которые открывают для себя выгоду каких-то видов деятельности или экономических операций, после чего остальные участники экономического процесса имитируют успешные действия предпринимателей, которые затем подкрепляются силами привычки и законодательными актами. Таким образом, в рамках данной концепции, основную роль в предпринимательской деятельности играет

творческий элемент сознания, позволяющий некоторым личностям открывать для себя наиболее выгодные способы получения прибыли.

Третья трактовка предпринимательской деятельности связана с несением риска и неопределенности в процессе экономического развития (Р. Кантильон, Г. Мангольт, Ф. Найт, Д. Трэси, Дж. Тюнен). Предприниматели, берущие на себя бремя просчитываемого риска и непросчитываемой неопределенности, а также гарантирующие работникам заработную плату, получают право управлять деятельностью этих людей и присваивать соответствующую часть дохода.

Остановимся подробнее на концепции Ф. Найта, согласно которой в повседневной жизни решения принимаются на основе приближенных оценок. Это вызвано огромным количеством фактов и их взаимосвязей, влияющих на параметры ситуации. Решение принимается подсознательно, затем оно рационализируется (представляется в логическом виде). Ф. Найт называл ситуацию рискованной, если ее исход был неопределен, но при этом был известен набор возможных исходов и их вероятности. В этом случае можно определить рациональный способ поведения. Вероятности же, по его мнению, можно попытаться вычислить путем создания однородных групп случаев (этим сегодня пользуются страховые компании, но в бизнесе этим способом воспользоваться невозможно, во всяком случае, в бизнесе инновационном, в предпринимательстве). Данные положения исчерпывающе изложены в книге Ф. Найта «Риск, неопределенность, прибыль», вышедшей в свет в 1921 году.

В четвертой трактовке (О. Уильямсон, Р. Коуз) предприниматель становится субъектом, совершающим выбор между конкретными отношениями свободного рынка и организацией фирмы в целях экономии трансакционных издержек. Предпринимательство является регулирующим механизмом, отличным от ценового механизма и механизма государственного регулирования, в чем-то альтернативным им обоим.

В пятой трактовке подчеркивается активный, инновационный характер предпринимательства не только в выборе альтернатив распределения ресурсов, но и в создании новых рыночных возможностей. Нейтральность по отношению к обладанию собственностью становится элементом большинства теорий предпринимательства – классических и современных. Предпринимательство служит встроенным элементом саморегулирующегося механизма цен.

К числу сторонников такого подхода принадлежал американский экономист Й. Шумпетер, в трудах которого наиболее полно разработана экономическая сторона деятельности предпринимателя. Он отмечал, что предпринимательство не является профессией, а скорее отражает некоторое состояние, через которое проходит начинающий бизнесмен, создающий свое дело. К категории предпринимателей Й. Шумпетер относил «хозяйствующих субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций, и которые выступают как их активный элемент». Согласно его мнению, особенностью предпринимателей является новаторство (производство ими нового, неизвестного потребителям блага или создание его нового качества, внедрение инновационных технологий, освоение новых рынков сбыта и источников сырья, проведение организационных изменений хозяйственных форм и т. д.), а также преодоление сопротивления социальной среды, препятствующей различного рода нововведениям. В этом определении мы видим скорее психологический подход, нежели экономический, поскольку отсюда с неизбежностью вытекают такие качества предпринимателей как креативность, целеустремленность, сильная воля, индивидуализм и лидерские качества. В своей книге «Теория экономического развития» Й. Шумпетер отмечал, что предприниматель – это

вовлеченный в экономический процесс человек, который делает не то, что делают другие и не так, как они. Таким образом, по мнению этого ученого, отличие термина «предприниматель» от близких к нему терминов «капиталист» и «бизнесмен» состоит в том, что для первого из них в обязательном порядке должны быть присущи атрибуты «инициативности», «дара предвидения» и «авторитета», что вовсе не обязательно для двух других социально-экономических групп людей.

В дополнение отметим, что Й. Шумпетер выделял два вида экономического риска: риск возможного технического провала производства (включая стихийные бедствия) и риск коммерческой неудачи. Субъект экономического поведения может реализовать в отношении риска одну из трех стратегий: включение в свои расчеты премии за риск, осуществление затрат для снижения риска, отказ от деятельности в наиболее рискованных отраслях производства до тех пор, пока увеличившийся возможный доход не явится для него соответствующей компенсацией риска. Ни один из этих способов не является источником прибыли, поэтому Й. Шумпетер не приписывает риску самостоятельной роли в экономике. Но дело обстоит иначе, если риски не учитываются заранее: в этом случае они могут разорить или обогатить кого-нибудь.

Идея инновационного характера предпринимательства лежит также в основе взглядов одного из крупнейших теоретиков предпринимательства нашего времени, основателя современного менеджмента Питера Друкера (Дракера). В своих работах он подчеркивал практический и интуитивный характер предпринимательской деятельности, полагая, что «науку предпринимательства» создать невозможно, ибо каждый предприниматель сталкивается с уникальным набором экономических и психологических факторов. По его мнению, принципиальное отличие предпринимательства от других форм малого бизнеса состоит в том, что предприниматель создает новый продукт и находит новых покупателей, формируя, таким образом, новый сегмент рынка. Главным инструментом предпринимателя являются нововведения, и от того, насколько грамотно и продуманно применяет инновации предприниматель, зависит успех его начинания.

Однако эта точка зрения многими экономистами не разделяется, так как сужает круг предпринимателей: ни антикварный магазин, ни аптека, ни булочная в этом случае не относятся к предпринимательской деятельности.

Кроме того, даже не входя вглубь теоретической аргументации, следует обратить внимание на чисто практический аспект. Когда в практике социального управления разрабатываются и принимаются какие-то акты, требования (например: формы статистического учета, законы, регулирующие предпринимательскую деятельность, налоги на нее и т.п.), в них имеются в виду не какие-то отдельные «новаторы», а все, кто занимается самостоятельной хозяйственной деятельностью, используя собственные (в т.ч. являющиеся таковыми временно, т.е. заемные) средства, на собственный риск и под собственную имущественную ответственность. Следовательно, всех таких лиц и следует считать предпринимателями, а новаторство – это скорее одно из условий успешной предпринимательской деятельности, а не определяющая черта.

Специфически рассматривал сущность предпринимательства и английский экономист-рыночник, лауреат Нобелевской премии Ф. Хайек, определяя его как поиск новых экономических возможностей для достижения максимальной прибыли, как особую характеристику поведения, но не вид деятельности.

В настоящее время некоторые зарубежные экономисты и социологи понимают предпринимателя как любого собственника капитала, использующего этот капитал в бизнесе. Этой точки зрения придерживаются И. Кирцнер и А. Коул. Последний

определяет предпринимательство как деятельность, направленную на «создание и сохранение, увеличение прибыли, ориентированной на ее получение организационной единицей, занимающейся производством или распределением хозяйственных благ, с целью получения денежной или иной выгоды, которая является мерой ее успеха...».

В отечественной экономической литературе мнения о характере предпринимательской деятельности в целом совпадают с западными. Российские экономисты XIX-XX вв. (А. Каминка, А. Петражицкий), давая свои определения понятию «предприниматель», подчеркивали цель деятельности – получение прибыли, и особенности ведения экономических операций – за счет собственных средств и на свой риск. В работах современных отечественных авторов встречаются различные определения рассматриваемого экономического явления (от кратких до весьма обстоятельных), однако ни одно из них не может считаться исчерпывающим с точки зрения экономической психологии. Например, авторы учебника «Психология предпринимательства» И.Г. Акперов и Ж.В. Масликова определяют предпринимательство, как «особую деятельность, ставящую перед собой создание предприятия, которое ориентировано на получение прибыли», что относится ко всем видам бизнеса. В учебнике «Предпринимательство» под ред. М.Л. Лапуста дается более расширенное определение, которое носит экономический характер и слабо отражает психологические особенности данного явления: «Предпринимательство представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности (кроме запрещенных законодательством), осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах (работах, услугах) и получения прибыли (дохода), необходимых для саморазвития собственного дела (предприятия) и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами». В свою очередь, Л.И. Абалкин выделяет ряд неперенных условий и требований, которые лежат в основе предпринимательства. Во-первых, неперенным условием и признаком предпринимательской деятельности является свобода в выборе направлений и методов деятельности, самостоятельность принятия решений. Во-вторых, предпринимательство предполагает ответственность за принимаемые решения и их последствия и связанный с этим риск. В-третьих, признаком предпринимательской деятельности является ориентация на достижение коммерческого успеха, получение прибыли, что связано с рыночной структурой экономики. В то же время Т.И. Заславская рассматривает предпринимательство как деятельность, являющуюся базой возникновения и развития соответствующего социального слоя. Констатирующими признаками выступают так же: целевая установка на получение прибыли; свобода и автономность принятия экономических решений; самостоятельность, выражающаяся в риске и ответственности. Автор известного отечественного учебника А.В. Бусыгин, учитывая многогранность предпринимательства, рассматривает его одновременно как искусство деловой активности (со всеми субъективными окрасками) и как сложный мыслительный процесс. При этом с философской точки зрения предпринимательство характеризуется как особый настрой души, форма деловой романтики и средство реализации человеком присущих ему возможностей, а с профессионально-практической – как умение организовать собственное дело и успешно осуществлять связанные с ним функции.

Чтобы составить полное определение предпринимателя, включающее как экономические, так и психологические составляющие, следует определить ключевые и дополнительные атрибуты предпринимателя.

Ключевые атрибуты предпринимателя:

1. стремление к коммерческому успеху и получению прибыли (А. Смит, Ж.Б. Сей, А. Каминка, Ф. Хайек, П. Друкер, Л.И. Абалкин и др.);
2. действие в условиях риска (Р. Кантильон, А. Смит, А. Петражицкий, Л.Абалкин);
3. совмещение функции собственника капитала, наемного управляющего и работника (Ж. Бодо);
4. наличие коммерческой идеи (А. Смит, П. Друкер);
5. комбинирование ресурсами и перемещение капитала в зону максимальной прибыльности (Ж.Б. Сей, Й. Шумпетер, П. Друкер);
6. определенный набор личностных качеств (Й. Шумпетер, И.Акперов, Ж. Масликова)
7. свобода в выборе направлений и методов деятельности (Л.Абалкин, И.Акперов, Ж. Масликова).

К возможным (дополнительным) атрибутам предпринимателя можно отнести:

1. наличие собственного капитала (А. Смит);
2. генерация новой идеи или технологии (П. Друкер);
3. предложение новой услуги или товара, освоение нового сегмента рынка (П. Друкер).

Эти свойства предпринимателя не являются ключевыми, так как предпринимательство возможно и без наличия собственного капитала (например, с использованием заемных средств или за счет государственных субсидий), с использованием чужих идей или уже существующих технологий и т. д. Конечно, наличие этих дополнительных преимуществ повышает шансы предпринимателя на успех, но они не являются ограничивающими.

Мы же будем опираться на определение предпринимателя, данное в Гражданском Кодексе Российской Федерации, которое представляет собой интеграцию всех вышеприведенных определений и атрибутов: «Предпринимательство – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ (оказания услуг) лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке» (ГК. РФ., 2004 г. ч. 2-я).

В свою очередь, предприниматель – это гражданин не ограниченный в правах законом, действующий на свой страх и риск в рамках законодательства с целью получения прибыли. Многие авторы рассматривают его как человека определенного личностного склада, который в своем стремлении к получению прибыли самостоятельно выбирает способ экономической деятельности, несет имущественную ответственность за ее результаты и на первом этапе своей деятельности совмещает функции собственника капитала, наемного управляющего и работника (рис. 1.3).

Специфической особенностью предпринимательской деятельности (в отличие от наемного рабочего) является неопределенность в выборе не только средств, но и целей деятельности. Отсутствие инструкций и жесткой регламентации приводит к необходимости принимать важные решения, что служит дополнительной психологической нагрузкой.

Кроме того, предприниматель одновременно выполняет несколько функций, разделенных на сложившемся предприятии. Он одновременно является владельцем предприятия, управляет бизнес-процессами и является работником своего предприятия, как правило, сам организует продажи, а иногда даже выполняет функцию бухгалтера, что создает дополнительную психологическую нагрузку.

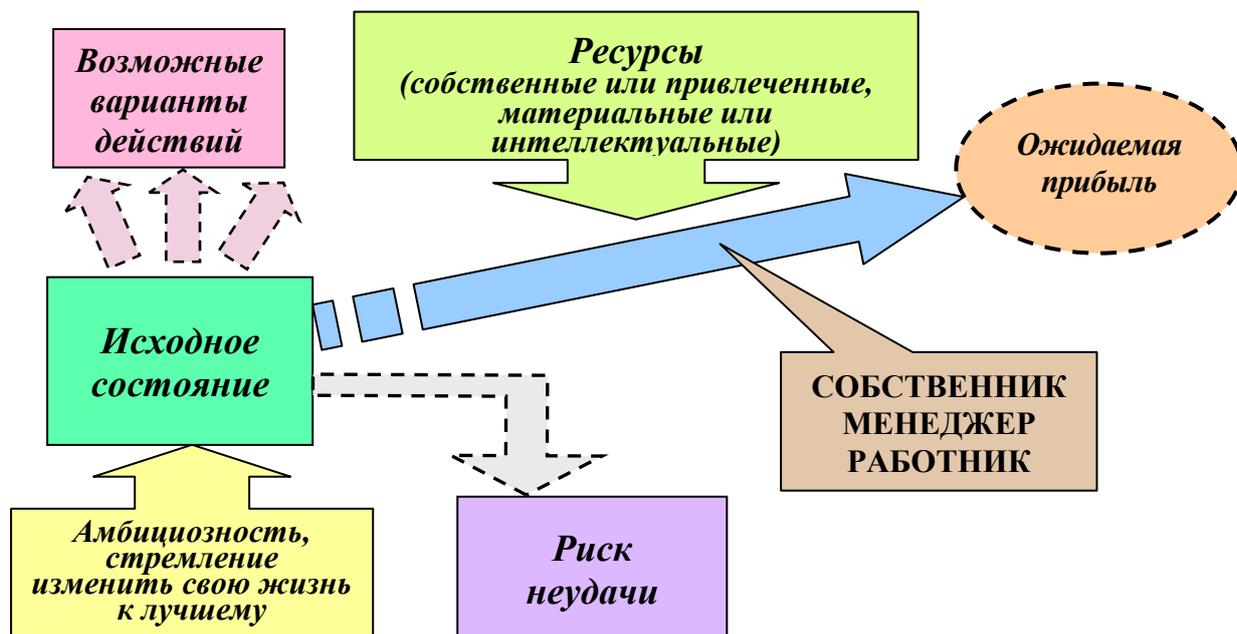


Рисунок 1.3. Важнейшие элементы предпринимательской деятельности

1.2. Задачи, принципы и функции предпринимательской деятельности.

Предмет науки «Организация предпринимательской деятельности» - изучение принципов, логики и методов осуществления предпринимательской деятельности.

Цели и задачи предпринимательства могут в каждом конкретном случае в значительной степени различаться. Это зависит от этапа функционирования организации, баланса интересов субъектов предпринимательской деятельности (собственно предпринимателей, потребителей, наемных работников, государственных и муниципальных органов), а также условий внешней среды. В обобщающем виде главная цель предпринимательской деятельности – получение максимальной прибыли в результате максимального удовлетворения потребностей потребителей.

Цели предпринимательской деятельности реализуются путем последовательного или одновременного решения различных *задач*:

- поиск общественной потребности путем исследования спроса;
- оценка возможностей действующих и потенциальных конкурентов;
- обеспечение оптимального решения стратегических и тактических вопросов;
- поддержание ликвидности предприятия;
- соблюдение экологических и этико-социальных требований.

Принципы эффективного предпринимательства:

- Экономическая самостоятельность и независимость. Предприниматель в процессе принятия решений действует свободно, исходя из собственных целей и интересов. При этом он разумеется ограничен объективными условиями окружающей среды: жесткими требованиями рынка, действующим законодательством.
- Принцип плановости. Предпринимательская деятельность предполагает разработку краткосрочных и долгосрочных прогнозов и планов в целях снижения неопределенности внешней среды и вероятности наступления непредвиденных ситуаций.

- Принцип допустимого уровня риска. Предприниматель должен уметь оценивать уровень риска и удерживать его в определенных пределах.
- Творческий поиск и инновационная деятельность. Предприниматель должен осуществлять постоянный мониторинг рыночной ситуации и, как следствие, инновационную деятельность (освоение новых рынков сбыта, совершенствование выпускаемой продукции и организации производства и т.д.).
- Принцип мобильности предполагает постоянное отслеживание рыночной ситуации и оперативное реагирование на ее изменение.
- Экономическая заинтересованность и ответственность вытекают из самой сущности предпринимательской деятельности.

К важнейшим функциям предпринимательства следует отнести: новаторскую, организационную, хозяйственную, социальную и личностную.

Новаторская функция предполагает содействие процессу разработки и внедрения новых идей (технических, организационных, управленческих и др.), осуществление опытно-конструкторских разработок, создание новых товаров, освоение новых рынков сбыта и т.п.

Организационная функция заключается во внедрении новых форм и методов организации производства и труда, рациональное разделение труда, изменение стратегии деятельности предприятия.

Хозяйственная функция представляет собой наиболее эффективное использование имеющихся трудовых, финансовых, материальных, интеллектуальных и информационных ресурсов, что обеспечивает максимизацию прибыли.

Социальная функция предполагает производство товаров и оказание услуг, необходимых обществу, обеспечение занятости населения, сокращение уровня безработицы.

Под личностной функцией понимается самореализация предпринимателя как личности посредством получение удовлетворения от результатов своей работы.

Исходя из формулировки цели предпринимательской деятельности, определенной Гражданским Кодексом Российской Федерации, к объектам предпринимательской деятельности следует отнести товар, услугу, работу, имущество.

Товар – это продукт труда, созданный товаропроизводителем для обмена, предлагаемый на рынке для удовлетворения потребностей потребителей.

Услуга – вид деятельности, в процессе выполнения которых не создается материально-вещественный продукт.

Работа – это вид деятельности, в котором само выполнение работы является основным результатом деятельности и подлежит оплате в зависимости от объема работ и продолжительности их исполнения.

Имущество является объектом предпринимательской деятельности в случае сдачи его в аренду и получения предпринимателем от этого внереализационных доходов.

К субъектам предпринимательства относятся: предприниматели (индивидуальные предприниматели и коммерческие организации), наемные работники, потребители, органы государственной и муниципальной власти и управления (если они являются непосредственными участниками сделок, например, при предоставлении правительственных заказов предпринимателям), государственные служащие.

1.3. Функции современного российского предпринимательства

Развитие малого бизнеса в нашей стране – одно из неперенных условий стабилизации экономической обстановки, ослабления и преодоления социальной напряженности и укрепления демократии.

Особенность исторического развития России состоит в том, что конец XX века оказался переломным этапом в развитии российского общества, так как сопровождался резкой сменой общественно-экономических формаций и форм собственности на средства производства. Помимо основных социальных групп, характерных для советского общества (рабочие, партийно-бюрократический аппарат, интеллигенция), в постсоветской России бурно формируется новый класс собственников – предпринимателей и бизнесменов, людей, которых классический марксизм определял как буржуазию. При этом российские национальные культурные особенности, будучи глубоко «встроены» в общественное сознание, не могут не оказывать определенного влияния на принципы ведения дел, содержание корпоративной социальной ответственности и отношение общества к предпринимателям. Высокий уровень коллективизма и дистанции власти, низкая ориентированность на отдаленные временные горизонты по-прежнему во многом определяют специфику взаимоотношений предпринимателей с другими субъектами предпринимательской деятельности. Однако дикое постсоветское развитие российского капитализма себя изживает, «играть без правил» становится невозможно, в том числе и в силу международной интеграции российского бизнеса, к которому, к сожалению, пока относятся с недоверием в силу известных проблем – коррупции и выборочной законности нашего общества.

Исходя из вышесказанного, выделим три основные социально-экономические функции, которые выполняет современное предпринимательство в России.

Экономическая функция – формирование рыночной экономики, переход рычагов управления экономикой от государства к частным лицам, инициативное развитие отдельных направлений в промышленности и сельском хозяйстве

Социальная функция – формирование новой социальной группы (предпринимателей и бизнесменов); формирование среднего класса (социального слоя обеспеченных людей); изменение отношение общества к бизнесу от отрицательного к положительному.

Психологическая функция – формирование классового самосознания новой русской буржуазии; осознание ею себя как особой активной экономической (и даже политической) силы, способной оказывать влияние на различные стороны жизни страны; ее самореализация через собственный бизнес, политику, инновационные технологии или благотворительность; демонстрация остальной части населения возможности самостоятельного творения собственной судьбы.

На рисунке 1.4 отражены основные направления взаимодействия предпринимателей как активной социальной группы с другими компонентами российского общества:

- с клиентами (потребителями их товаров или услуг);
- с наемными работниками;
- с представителями государственных структур.

Клиенты выполняют важнейшую функцию в бизнесе, являясь потребителями продукции предпринимателей и обеспечивая возврат вложенных ими финансовых средств в виде оплаты за товары или услуги. Таким образом, они играют роль индикаторов предпринимательского процесса, поскольку все, что составляет предмет деятельности предпринимателя, имеет право на реализацию только в случае позитивной оценки потребителей, которая выражается в их готовности приобрести товар. Следовательно, предприниматель при планировании и организации своей деятельности никоим образом не может игнорировать настроения, желания, интересы,

ожидания, оценки потребителей. В условиях рыночной системы отношений он может воздействовать на клиентов только действуя в унисон с их интересами. Именно поэтому в последние десятилетия в мировой практике стало придаваться такое большое значение маркетингу как системе изучения взаимоотношений производителей и потребителей. Однако и сам предприниматель может формировать спрос потребителей, создавать новые покупательские потребности (например, разве кто-то из россиян планировал 20 лет назад приобрести мобильный телефон или цифровую фотокамеру?).

Кроме того, между предпринимателями и потребителями существуют и другие связи (рекламно-информационные и имиджевые), которые могут иметь решающие последствия для развития того или иного бизнеса.

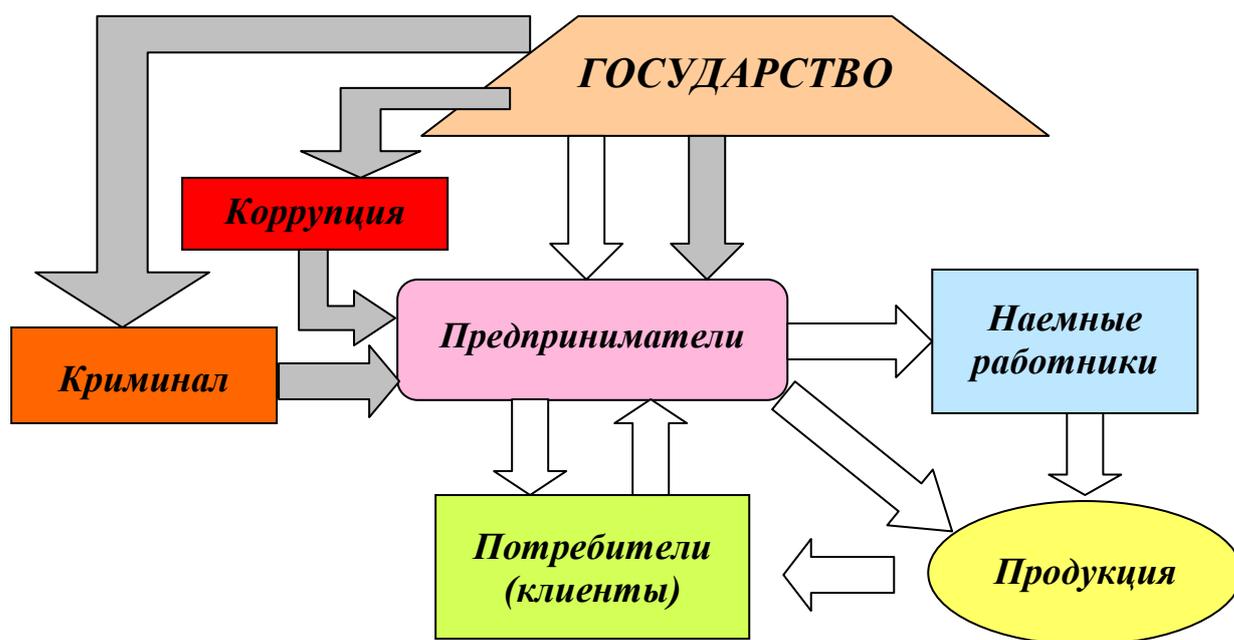


Рисунок 1.4. Взаимодействие предпринимателей с другими компонентами
русского общества
(светлые стрелки отражают в основном позитивное влияние, черные – негативное)

Наемные работники как реализаторы идей предпринимателя также относятся к группе субъектов предпринимательского процесса. Именно от них зависят эффективность и качество реализации предпринимательской идеи. Они, как правило, возникают на определенном этапе развития бизнеса, когда предприниматель уже не может самостоятельно выполнять все функции на своем предприятии. Сначала они играют роль исполнителей производственных функций, а затем и менеджмента. В настоящее время в России, в отличие от Запада, наемные работники пока представляют собой разобщенную группу людей, не сплоченную реальными профсоюзами, что облегчает предпринимателям взаимодействие с ними. Однако в перспективе не исключена жесткая конфронтация между бизнесом и наемным трудом, поскольку часть планов предпринимателей и работников совпадает (например, чем выше прибыль, тем выше заработная плата), а часть носит противоположный характер (предприниматель в отличие от работника не заинтересован в выплате высокой заработной платы работникам).

В свою очередь, государство осуществляет регламентацию бизнеса и жесткий контроль, получая взамен финансовые ресурсы в виде налогов. Кроме того, не является

секретом то, что в настоящее время имеет место значительный «серый» финансовый поток между предпринимателями и отдельными чиновниками в виде взяток. Третья форма взаимодействия с государством – это взаимоотношения предпринимателей с силовыми структурами. Последние могут оказывать как позитивное, так и негативное влияние на бизнес-процессы.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем заключается значение предпринимательской деятельности?
2. Как менялись взгляды на предпринимательство с XVII в. по настоящее время?
3. Каково определение предпринимателя, данное Ричардом Кантильоном?
4. Что представляет собой предпринимательская деятельность в соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации?
5. Каковы обязательные атрибуты предпринимателя?
6. В чем заключается цель предпринимательской деятельности?
7. Каковы основные принципы предпринимательства?
8. Перечислите функции предпринимательской деятельности.
9. Что относится к объектам предпринимательства?
10. Кто относится к субъектам предпринимательской деятельности?
11. Каковы основные мотивы, движущие предпринимателем?
12. В чем заключаются основные социально-экономические функции, которые выполняет современное предпринимательство в России?

Список литературы:

Основная литература:

1. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.
2. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1. Гавриков, М. С. Организация предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / М. С. Гавриков, И. А. Родионова. - Саратов : ФГОУ ВПО "Саратовский ГАУ", 2005. – 240 с.
2. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.
3. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.
4. Основы предпринимательства / ред. А. С. Пелих. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 512 с.
5. Яковлев, Б. И. Организация производства и предпринимательство в АПК : учебник / Б. И. Яковлев. - М. : Колос С, 2004. – 424 с.

ЛЕКЦИЯ 2
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СРЕДА. МОТИВАЦИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ
(форма – лекция традиционная)

- 2.1. Предпринимательская среда. Условия становления и развития предпринимательства.
- 2.2. Мотивация предпринимателя.
- 2.3. Проблема социальной ответственности предпринимателя на современном этапе.

2.1. Предпринимательская среда. Условия становления и развития предпринимательства

Предпринимательская среда – это определенная территориальная и содержательная целостность. Она может как благоприятствовать, так и препятствовать развитию предпринимательской деятельности.

Предпринимательская среда включает внутреннюю среду организации и внешнюю среду (условия).

К элементам внутренней среды относятся: миссия, цели, задачи предприятия, технология производства, состав и взаимоотношения персонала и т.д.

Внешняя среда включает в себя условия и факторы, действующие на предпринимателя на уровне экономики страны. Выделяют макро-, медиа- и микросреду.

Макросреда предпринимательства, в свою очередь, включает в себя ряд условий:

1. правовые условия (законы, регулирующие предпринимательство; соблюдение договорных обязательств; обеспечение правопорядка в стране; защита от государственной бюрократии);
2. экономические условия (условия конкуренции, покупательная способность населения, доступность кредитования, инфляция, безработица, соотношение спроса и предложения);
3. технологические условия (автоматизация; уровень научно-технического процесса в стране);
4. географические условия (климат, наличие и доступность сырья, транспортные магистрали);
5. политические условия (политический курс, легитимность власти);
6. демографические условия (численность населения по половозрастным группам);
7. социальные и культурно-психологические условия (нравственные и этические нормы общества, религиозные нормы, образовательный и профессиональный уровень населения, наличие учебных заведений).

Медиа среда предпринимательства представляет собой условия, оказывающие воздействие на предпринимательскую деятельность на региональном уровне.

Микросреда предпринимательства включает в себя поставщиков ресурсов, потребителей продукции, конкурентов, посредников предпринимателя.

2.2. Мотивация предпринимателя

Деловая активность бизнесменов определяется мотивами их деятельности. Человек зачастую становится предпринимателем, когда испытывает

неудовлетворенность своим социальным и материальным положением, имеет желание добиться всего собственными силами и обрести независимость. Недовольство собой заставляет человека интенсивно думать и активно действовать, искать новые пути и решения, менять стиль жизни, пробовать себя в разных областях, в том числе в предпринимательстве.

Мощным психологическим фактором выступает также желание человека выделиться среди других, проявить себя, удовлетворить здоровое честолюбие. Решив заняться бизнесом, он мечтает о славе, почете и, конечно, о материальном благосостоянии. Богатство, которое он хочет обрести, также должно позволить ему выделиться среди других, заявить о себе.

Еще один ярко выраженный мотив предпринимательства – потребность человека в лидерстве. Предприниматель – это независимый по характеру человек, самостоятельный и свободный. Он старается утвердиться в конкретном практическом деле. Наиболее ярко потребность в самовыражении проявляется у одаренных творческих людей и заключается она в стремлении «оставить после себя след на земле».

Йозеф Шумпетер выделяет три основных психологических мотива, движущих предпринимателем:

- потребность в господстве, власти, влиянии (под этим мы понимаем способность и возможность оказывать определяющее воздействие на людей через накопление имущества);
- воля к победе, стремление к успеху, достигнутому в борьбе с соперниками и с самим собой («потребность в достижениях» – так позже охарактеризовал этот мотив американский психолог Д. Макклелланд);
- радость творчества, которую дает самостоятельное ведение дел.

Таким образом, представленная теория мотивации отражает стереотип западного менталитета. При этом на современном этапе второй из перечисленных мотивов несколько утратил свою актуальность, и сегодня, по мнению многих психологов, в бизнесе Запада основными мотивами являются так называемые конъюнктурный и творческий. В условиях развитого рынка творческий мотив (т.е. поиск путей наилучшего удовлетворения потребностей общества) становится основным, а конъюнктурный – второстепенным. В период формирования рыночных отношений, напротив, конъюнктурный мотив преобладает. Это происходит потому, что, во-первых, среда, в которой действуют предприниматели, еще нестабильна, и, во-вторых, спекулятивные операции обеспечивают на первых порах при меньших затратах более высокий результат.

В нашей стране возврат к практике предпринимательства, начавшийся в середине 80-х гг., выявляет иную шкалу мотивации советских людей, которые ринулись в процесс формирования и укрепления предпринимательской сферы. По мнению А.В. Бусыгина, нестабильность политической ситуации, стремление к сверхбыстрому обогащению, возможность выгодно для себя использовать ситуацию экономического хаоса, которая вряд ли еще повторится в будущем, – все это, равно как и особенности национального характера, привело к тому, что доминирующие мотивы вхождения россиян в сферу предпринимательства специфичны. Их можно представить в такой последовательности:

- стремление к сверхбыстрому обогащению через использование хаотичности текущей ситуации (как следствие: редкое для мировой практики сверхобогащение отдельных представителей российской деловой элиты за 4-5 лет и вхождение в число 500 самых богатых людей мира в условиях экономического развала и упадка);

- желание уйти от зависимости со стороны государственных структур и чиновничества, получить свободу действий и независимость существования (в том числе и профессионального);
- стремление реализовать свой потенциал, что невозможно было осуществить в рамках государственно-бюрократических правил и процедур (в том числе и профессиональный рост);
- желание реализовать существующие идеи, что невозможно сделать в рамках старых производительных структур;
- невозможность обеспечить себе хотя бы минимально допустимый уровень жизненного комфорта за счет заработной платы (надежды на улучшение своего материального положения за счет вступления в сферу предпринимательства характерны в основном для уличных предпринимателей);
- желание самостоятельно и независимо заниматься интересным делом;
- стремление повысить свой социальный статус, авторитет, реноме в глазах окружающих;
- желание проверить себя на прочность;
- вынужденность (например, отсутствие работы).

2.3. Проблема социальной ответственности предпринимателя на современном этапе

Проблему социальной ответственности можно изложить следующим образом. Любая коммерческая организация (фирма), рассчитывая на эффективность производства, нацелена на получение прибыли. Для этого она использует любые допустимые (а иногда и не допустимые) средства. Однако, организация – это нечто большее, чем экономическая целостность. Она является частью многослойной системы (потребители, акционеры, союзы и объединения, средства массовой информации и др.), от которой в определенной степени зависит ее коммерческий успех. Поэтому организация уравнивает свои чисто экономические цели с экономическими и социальными интересами этих составляющих. Согласно этой точке зрения, фирма несет ответственность за общество, в котором она функционирует. Следовательно, она должна направлять часть своих ресурсов и усилий по социальным каналам, жертвовать на благо и совершенствование общества.

Таким образом, социальная ответственность подразумевает определенный уровень добровольного отклика на социальные проблемы со стороны предпринимателя или организации (благотворительные аукционы, меценатство, поддержка социально значимых проектов, ответственность за свою продукцию и т. п.).

Западные бизнесмены уже предпринимают многочисленные шаги в сфере добровольного участия в жизни общества. Так, широко известный американский предприниматель Дж. Рокфеллер пожертвовал 550 млн долл. и основал фонд, средства которого идут на благотворительные цели. Билл Гейтс выделил 200 млн долл. на компьютеризацию библиотек американского Запада и еще 200 млн долл. – на программное обеспечение для компьютеров. Однако, давайте в первую очередь остановимся подробнее на возможных негативных последствиях несовпадения интересов предпринимателей и общества, а также способах устранения или смягчения этих противоречий.

1) Подпольный и нечестный бизнес

Предприниматели могут получать большие прибыли либо путем игнорирования интересов потребителей, либо путем удовлетворения социально вредных или опасных

потребностей. В первом случае мы имеем дело лишь с иллюзией удовлетворения потребностей, т. е. с обманом и мошенничеством (выпуск недоброкачественных товаров; фальсификация торговых марок; представление недостоверной или неполной информации о товаре на упаковке или в рекламных буклетах, роликах; установление цены, несоответствующей качеству продукции; обвешивание; обсчитывание, обман вкладчиков и т. д.) Мировой опыт показывает, что единственный способ застраховать общество от подобной «предпринимательской деятельности» – жесткие законы, предусматривающие как большие штрафные санкции, так и уголовные меры. Во втором случае создаются и реализуются товары и услуги, угрожающие жизни и здоровью людей (наркобизнес, торговля оружием, подпольное медицинское обслуживание и т. д.). Такие виды деятельности, безусловно, преследуются законом и составляют значительную часть теневой экономики. Создаются и международные организации (например, Интерпол), координирующие усилия разных стран в борьбе с подпольным бизнесом и «международными» экономическими преступлениями.

2) Угроза окружающей среде

Некоторые предприниматели, достаточно рационально используя ограниченные экономические ресурсы, позволяют себе небрежно, а подчас и хищнически относиться к неэкономическим благам (рекам, воздуху, почве). Забота о будущих поколениях заставляет не только общественные организации (например, знаменитое движение «Гринпис»), но и государство взять окружающую среду под свою опеку. Сегодня во всех странах мира разработаны специальные законы по защите окружающей среды, которые предусматривают как юридические, так и экономические санкции по отношению к их нарушителям.

3) Дифференциация доходов

Предпринимательская деятельность может способствовать углублению дифференциации доходов, расслоению общества на богатых и бедных. Так, недопустима ситуация, при которой предприниматели, стремясь максимизировать свою прибыль, экономят на издержках производства, в том числе на заработной плате. Причем возможность занижения заработной платы возрастает в условиях роста безработицы, поскольку последняя заставляет рабочих «держаться» за свои места. Государство решает указанную проблему, разрабатывая трудовое законодательство и гарантируя минимальную ставку заработной платы.

4) Уклонение от налогов

Не секрет, что предприниматели зачастую осуществляют манипуляции с отчетностями с целью сокрытия прибыли от налогов. Для решения этой проблемы во всех странах существует налоговая инспекция и даже налоговая полиция.

5) Монополизация рынков

Мотив достижения максимальной прибыли заставляет предпринимателей захватывать все большую долю рынка, выживая с него конкурентов. В результате возможна ситуация, при которой на рынке остается всего несколько или даже одна фирма (т. е. олигополия или монополия). Это, бесспорно, наносит серьезный вред экономике: предложение товаров уменьшается по сравнению с конкурентными рынками, а цены на них завышаются, поскольку потребители лишаются выбора. При этом может снизиться и качество продукции из-за незаинтересованности монополистов в его улучшении. Поэтому государство обеспечивает необходимую конкурентную среду путем создания специального антимонопольного законодательства и поддержки малого бизнеса.

6) Деятельность, противоречащая национальным интересам

Иногда предприниматели «забывают» об интересах собственной страны (например, поставляют стратегические товары потенциальному противнику; вывозят ценное сырье по заниженным ценам и т. д.). Кроме того, иностранные капиталы тоже далеко не всегда способствуют процветанию той страны, где они действуют. Так, транснациональные корпорации (ТНК), имеющие филиалы по всему миру, нередко проникают в ту или иную страну (особенно развивающуюся) с целью активной эксплуатации ценных ресурсов. При этом прибыли вывозятся за границу, а страна лишается важнейших источников экономического роста. Чтобы защитить интересы своего государства, правительства устанавливают определенные правила внешней торговли и движения капиталов, в частности накладывают ограничения на импорт и экспорт.

7) Морально-этический климат

Погоня за прибылью иногда порождает корыстолюбие, превалирование материальной выгоды над общечеловеческими ценностями. В развитых странах важную роль в борьбе с подобными явлениями играет общественное мнение, которое делает выгодными (не только морально, но и материально) благотворительность, патриотизм, честность.

Проанализировав вышесказанное, можно в обобщенном виде представить основные проявления социально ответственного поведения предпринимателей по отношению к требованиям общества (табл. 1).

Таблица 1
Проявления социально ответственного поведения предпринимателей

Требования общества и потребителей	Социально ответственное поведение предпринимателей
Насыщение рынка необходимыми потребителям товарами (видами продукции, работами, услугами)	Увеличение объемов производства товаров (продукции, работ, услуг), пользующихся устойчивым спросом
Улучшение ассортимента товаров у товаропроизводителя	Учет запросов потребителя по товарам Анализ ассортимента производимых товаров и их эффективности Выбор наиболее эффективных товаров, необходимых потребителям
Повышение качества товара	Ускоренное внедрение достижений научно-технического прогресса Разработка и использование современных ресурсосберегающих технологий
Снижение цен на товары	
Рациональное использование источников сырья и энергоресурсов, охрана окружающей среды	
Улучшение дизайна товаров	Разработка нового дизайна
Улучшение сервисного обслуживания товаров и потребителей	Использование лучших методов сервисного обслуживания товара и потребителей, применяемых другими предпринимателями
Участие в реализации социальных программ, осуществляемых исполнительной властью различных уровней	Отчисление средств из своих доходов на социальное страхование и социальное обеспечение работников и их семей

Снижение уровня безработицы в стране	Открытия филиалов предприятия на территории своей страны Регулярное повышение квалификации работников
Укрепление государства, пополнение государственного бюджета	Регулярная уплата налогов
Следование общепринятым этическим законам	Предоставление достоверной информации о товаре, недопущение причинения вреда потребителям, обществу и окружающей среде и т. п.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что понимается под предпринимательской средой?
2. Перечислите элементы внешней предпринимательской среды?
3. Что представляет собой внутренняя предпринимательская среда?
4. Каковы основные мотивы, движущие предпринимателем, по мнению Й. Шумпетера?
5. Перечислите доминирующие мотивы вхождения россиян в сферу предпринимательства.
6. Что понимается под социальной ответственностью предпринимателя?
7. Перечислите варианты безответственного отношения предпринимателя к требованиям общества.
8. Каковы проявления социально ответственного поведения предпринимателей?

Список литературы:

Основная литература:

1. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.
2. Семенов, А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учебное пособие / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова ; 6-е изд., испр. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. – 276 с.

Дополнительная литература:

1. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.
2. Основы предпринимательства / ред. А. С. Пелих. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 512 с.

ЛЕКЦИЯ 3

ВИДЫ И ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(форма – лекция традиционная)

- 3.1 Классификация предпринимательства.
- 3.2 Сущность и организация производственного предпринимательства.
- 3.3 Сущность и организация коммерческого предпринимательства.
- 3.4 Особенности организации консультативного предпринимательства.
- 3.5 Особенности организации финансового предпринимательства.

3.1. Классификация предпринимательства

Существует несколько вариантов классификации предпринимательства, в основе которых лежат различные признаки (табл. 2).

Таблица 2
Классификация видов предпринимательства

Признаки	Виды предпринимательства
Формы собственности	Государственное Частное
Количество собственников	Индивидуальное Коллективное
Удовлетворение потребительского спроса	Производственное Посредническое
Значимость вида предпринимательства	Основное Вспомогательное
Сфера деятельности	Производственное Коммерческое Финансовое Консультативное

Государственное предпринимательство – форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного: а) государственными органами управления, которые уполномочены в соответствии с действующим законодательством управлять государственным имуществом (государственное предприятие) или б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие).

Частное предпринимательство – форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве такового) или предпринимателя (если такая деятельность осуществляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).

При индивидуальном предпринимательстве собственность принадлежит одному физическому лицу. Коллективному предпринимательству соответствует собственность, принадлежащая одновременно нескольким субъектам с определением долей каждого из них (долевая собственность) или без определения долей (совместная собственность).

Производственное предпринимательство связано с непосредственным производством товара (продукта) или оказанием услуги (предприятие машиностроения, туристическая компания).

Посредническое предпринимательство предполагает оказание услуг, связанных с продвижением товара на рынок и его передачей в надлежащем (общественно приемлемом) виде от непосредственного производителя к потребителю.

В результате осуществления основного производства создается товар, готовый к потреблению (производственному или индивидуальному). К вспомогательным относятся следующие виды предпринимательской деятельности: инновационная (разработка и передача товаропроизводителям новой техники и технологии), инжиниринговая, конструкторская, маркетинговая, лизинговая и др.

Более подробно остановимся на последней классификации, в основе которой лежит сфера деятельности индивидуального предпринимателя или предприятия.

3.2. Сущность и организация производственного предпринимательства

Производственное предпринимательство – осуществление функций по производству продукции, выполнению работ, оказанию услуг, которые затем реализуются конечным потребителям или посредникам в виде товара. При этом предприниматель может выполнять и другие функции воспроизводственного процесса, но функции производства для него главные.

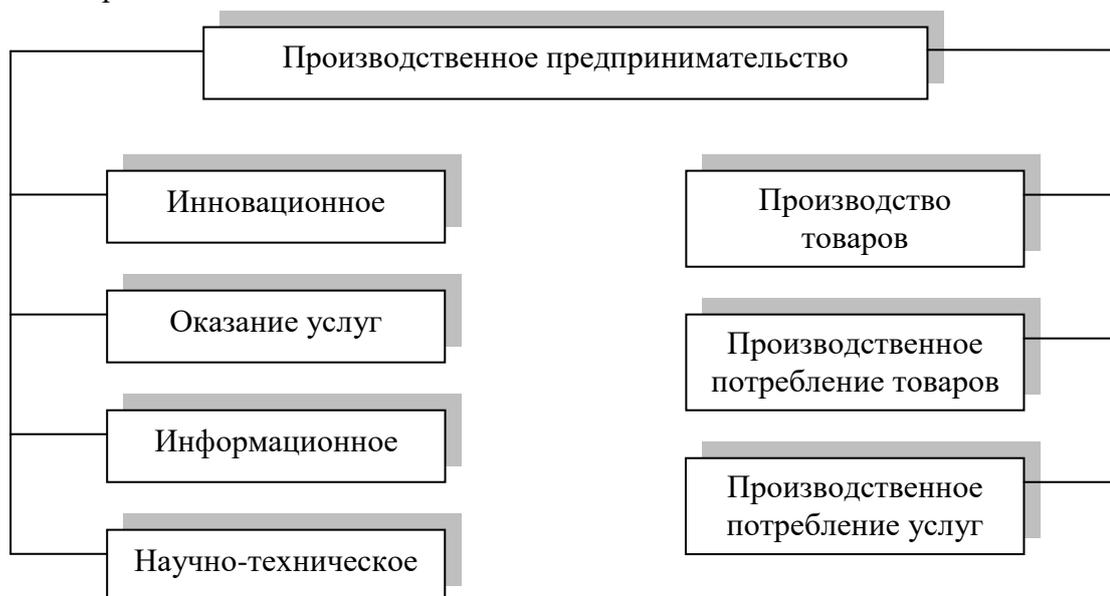


Рис. 3.5. Состав производственного предпринимательства

В сфере производства предпринимательство может быть:

- Традиционалистское (на основе установившихся технологий);
- Инновационное (на основе новых технологий, нововведений).

Как показывает практика, производственное предпринимательство, ориентированное исключительно на традиционалистский подход, успешным быть не может.

Одним из видов производственного предпринимательства является венчурный бизнес, характерный для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких и высокотехнологических областях, где высока доля риска. Под венчурной фирмой подразумевают коммерческую научно-техническую организацию, занятую разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с

неопределенным заранее доходом, то есть рискованным вкладом капитала. Венчурное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска, что позволяет авторам идей, не имеющим в достаточном объеме собственных средств, реализовать эти идеи.

Этапы организации производственного предпринимательства:

Первый подготовительный этап:

- Оценка условий среды;
- Выбор вида деятельности;
- Оценка своих возможностей;
- Маркетинговые исследования;
- Анализ рынка ваших товаров;
- Выбор поставщиков сырья;
- Выбор потребителей ваших товаров;
- Заключение договоров с поставщиками и потребителями.

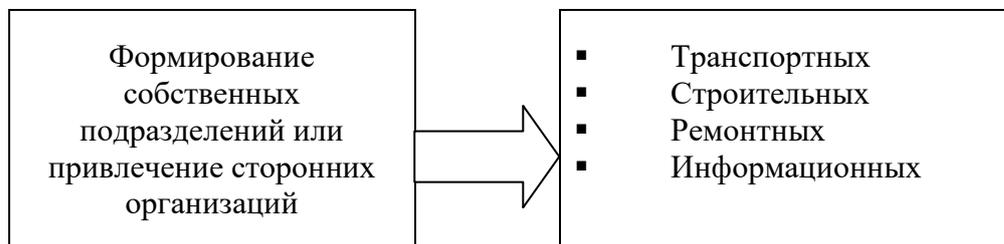
Второй этап (непосредственно организация производства):

- Наем и использование рабочей силы;
- Заключение договоров аренды, лизинга с соответствующими организациями;
- Формирование производственной, социальной и управленческой структуры

организации;

- Выбор и освоение технологии производственного процесса;
- Организация и стимулирование труда работников;
- Управление производством;
- Планирование, учет, анализ производственной деятельности.

Третий этап (формирование инфраструктуры предприятия):



Четвертый этап: реализация покупателю товарной продукции (выполненных работ, услуг) и своевременное получение денежной выручки.

Следует отметить, что производственное предпринимательство обычно связано с большими денежными затратами, а скорость оборота капитала значительно ниже, чем в коммерческом, консультационном и финансовом предпринимательстве.

3.3. Сущность и организация коммерческого предпринимательства

Коммерческое предпринимательство – деятельность на стадии обмена, распределения и потребления уже произведенного товара. Оно основано на договорных отношениях партнеров с целью получения части прибыли за счет посреднической деятельности между производителем и потребителем товаров.

Этот вид предпринимательства характеризуется относительно высоким уровнем риска, поскольку он непосредственно связан с потребительским рынком и должен быстро приспосабливаться к изменению его конъюнктуры. Кроме того, коммерческое предпринимательство связано с хранением и постоянным перемещением товаров, что

вызывает определенные трудности с обеспечением их сохранности соблюдением договорных условий в отношении сроков доставки, своевременности расчетов.

Классификация коммерческого предпринимательства:

1. Производственно-коммерческое – производитель товара создает в производственной структуре организации подразделения по реализации продукции, строит, приобретает или арендует склады. Такой вариант распространен в настоящее время в отечественном предпринимательстве в АПК (диспаритет цен на рынке вынуждает сельскохозяйственных товаропроизводителей организовывать собственную переработку сельхозпродукции и розничную торговлю).
2. Коммерческо-посредническое предпринимательство предполагает наличие посредников, принимающих участие в формировании каналов распределения товаров и представляющих при этом либо собственные интересы, либо интересы производителя, потребителя. При этом производитель сосредоточивается на выпуске продукции, а срок оборота капитала существенно сокращается

Организация коммерческой предпринимательской деятельности предполагает:

- Выбор товара (услуги);
- Наем работников для закупок, транспортировки, продажи товаров и т.д.;
- Закупка товаров;
- Привлечение денежных средств;
- Аренда помещений;
- Получение и оплата услуг сторонних организаций;
- Получение или приобретение необходимой информации;
- Реализация товаров;
- Регистрация сделки, выплата налогов и платежей.

Рассмотрим основные формы посредническо-предпринимательской деятельности.

Агентирование. Агент за определенное вознаграждение совершает сделку по продвижению товаров по поручению и за счет производителя или потребителя (принципала), то есть не приобретая права собственности на товар. При этом он может действовать как от своего имени, так и от имени принципала.

Брокерство – один из видов агентирования. Брокер сводит покупателя с продавцом и помогает им достичь договоренности, но сам не участвует в совершении сделки ни от своего имени, ни от имени принципала.

Комиссия – вид агентирования, при котором агент-комиссионер (эмитент) принимает на комиссию товар принципала-комитента и совершает с ними сделки от своего имени, но по поручению и за счет комитента. Принятый на комиссию товар остается собственностью принципала-комитента, а права на сделку и обязанности по ней приобретает агент (комиссионер) и передает их принципалу после подписания сделки. Размер вознаграждения комиссионера устанавливается в виде определенного процента от суммы сделки либо в размере разницы между ценой, назначенной комитентом, и фактической ценой продажи товара комиссионером.

Оптовое купечество - вид деятельности, при котором независимые коммерческие организации или физические лица (оптовые купцы) приобретают право собственности на товар, с которым в дальнейшем совершают торговые операции в своих интересах, от своего имени, за собственные средства. Предпринимательский доход в данном случае формируется из разницы в оптовых ценах покупки и продажи товаров.

Дистрибьютерство - форма оптового купечества, при которой независимый посредник (индивидуальный предприниматель или организация) осуществляет оптовые

закупки товаров у крупных производителей и реализует (распределяет) ее своим постоянным клиентам. Эксклюзивный дистрибьютор обладает исключительным правом на продажу определенного товара на конкретной территории.

Дилерство: вид посреднической деятельности, при котором физические или юридические лица осуществляют куплю-продажу товаров (ценных бумаг, валюты) от своего имени и за свой счет. Доход дилера формируется за счет разницы в ценах приобретения и продажи товара.

Предприниматели, занимающиеся посреднической деятельностью, могут также выступать в качестве торговых представителей одного или нескольких принципалов в иных географических регионах с целью оценки производственными и торговыми фирмами привлекательности и расширения рынка.

Коммивояжеры - участники бизнеса, которые занимаются продажей товаров с одновременной их доставкой. Это разъездные представители торговых фирм, которые предлагают покупателям товары по имеющимся образцам, обеспечивая тем самым удобство покупателя и эффективную рекламу фирмам.

Биржа: регулярно функционирующий организационно оформленный оптовый рынок однородных товаров. Различают биржи товарные, фондовые, валютные и биржи труда.

3.4. Особенности организации консультативного предпринимательства

Консультативное предпринимательство – вид деятельности, где товаром выступает интеллект предпринимателя или наемного работника. В зарубежной практике коммерческие консультации носят название консалтинг.

Консультация – услуга, которую на договорной основе оказывает работник соответствующей квалификации клиентам, организациям.

Консалтинговые услуги могут быть самыми разнообразными. В настоящее время выделяют 84 вида консалтинговых услуг, объединенных в 8 групп (рис. 3.6).



Рисунок 3.6. Виды консультативных услуг

Порядок организации консультативного предпринимательства:

- выбор направления деятельности;
- контакты с потенциальными заказчиками;
- регистрация предприятия;
- подбор кадров и наем специалистов;
- заключение договоров;
- выполнение работ по заявкам;
- подготовка финансовых документов.

Выделяют следующие виды консультирования:

- Экспертное - консультант самостоятельно проводит все этапы работы от диагностики до разработки решений и рекомендаций по их внедрению;
- Процессное – консультант анализирует проблему и разрабатывает предложения с привлечением самого клиента;
- Обучающее – консультант проводит у клиента лекции, семинары, разрабатывает для него учебные пособия, предоставляет всю необходимую информацию для возникновения идей и выработки решений.

На практике применяется, как правило, сочетание всех указанных методов.

3.5. Особенности организации финансового предпринимательства.

Финансовое предпринимательство – деятельность предпринимателей с наличными и безналичными деньгами, валютой и ценными бумагами, которые имеют свойство обесцениваться или менять курс и различаться по номинальной и реальной стоимости в зависимости от рыночного курса. Существуют различные виды финансового предпринимательства (рис. 3.7).



Рисунок 3.7. Виды финансового предпринимательства

Основными финансовыми институтами являются банки, инвестиционные компании и фонды, фондовые биржи.

Банки - специализированные финансовые институты, которые сосредоточивают у себя временно свободные денежные средства (вклады), предоставляют их во временное пользование в виде кредитов (ссуд, займов), оказывают посреднические услуги во взаимных платежах и расчетах между предприятиями, учреждениями и отдельными лицами.

Национальная банковская система включает два уровня: верхний представлен центральным банком, а нижний – коммерческими. Центральный банк выполняет в

основном функцию регулирования денежного обращения в стране, включая эмиссию (выпуск в обращение) новых денег. Он, как правило, принадлежит государству. Коммерческие банки осуществляют непосредственное обслуживание клиентов.

Инвестиционные компании и фонды – представляют собой финансовые организации, которые концентрируют свои и чужие капиталы, затем их инвестируют с максимальной эффективностью в производство.

Фондовые биржи – посредники в финансовом предпринимательстве, организационно оформленные и регулярно функционирующие рынки ценных бумаг, способствующие повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов.

Лизинг представляет собой долгосрочную аренду основных фондов, которая предусматривает возможность их последующего выкупа арендатором. Различают различные виды лизинга. Подробнее о них речь пойдет в лекции 7.

Факторинг – это банковских вид услуг, предоставляемых коммерческими банками или специализированными факторинг-фирмами своим клиентам по выкупу требований (право на получение долгов) у их должников-клиентов и частичной оплате этих долгов (в объеме 70-90%) еще до наступления срока их оплаты. Оставшаяся сумма, за исключением процентов за услугу, выплачивается клиенту после того, как банки или факторинг-фирмы получают все долги с должников.

Страховая деятельность осуществляется страховыми компаниями, которые гарантируют страхователям возмещение ущерба при возникновении риска потерь имущества, здоровья, жизни и др. Страховое предпринимательство характеризуется наиболее высоким уровнем риска.

Аудиторская деятельность – вид предпринимательской деятельности по независимой проверке бухгалтерского учета и финансовой отчетности предприятий.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите варианты классификации предпринимательства.
2. В чем заключается сущность производственного предпринимательства?
3. Что представляет собой венчурный бизнес?
4. Перечислите этапы организации производственного предпринимательства.
5. В чем заключается сущность коммерческого предпринимательства?
6. Перечислите виды коммерческого предпринимательства.
7. Каковы формы посредническо-предпринимательской деятельности?
8. Что понимается под консультативным предпринимательством?
9. Какие выделяют виды консультирования?
10. Перечислите виды консультативных услуг.
11. Какие существуют виды финансового предпринимательства?
12. Назовите основные финансовые институты.

Список литературы:

Основная литература:

1. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.
2. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

3. Ягудин, С. Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг : учеб. пособие по спец. "Антикризисное управление"; рек. УМО / С. Ю. Ягудин. - СПб. : Питер, 2011. – 256 с.

Дополнительная литература:

1. Гавриков, М. С. Организация предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / М. С. Гавриков, И. А. Родионова. - Саратов : ФГОУ ВПО "Саратовский ГАУ", 2005. – 240 с.

2. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.

3. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.

4. Основы предпринимательства / ред. А. С. Пелих. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 512 с.

5. Тактаров, Г. А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учеб. пособие / Г. А. Тактаров, Е. М. Григорьева. - М. : Финансы и статистика, 2006. – 256 с.

6. Яковлев, Б. И. Организация производства и предпринимательство в АПК : учебник / Б. И. Яковлев. - М. : Колос С, 2004. – 424 с.

ЛЕКЦИЯ 4
РИСК И СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(форма – лекция традиционная)

- 4.1. Понятие и классификация рисков предпринимателя.
- 4.2. Виды рисков и потерь.
- 4.3. Методы оценки и снижения рисков.
- 4.4. Стратегии предпринимательской деятельности.

4.1. Понятие и классификация рисков предпринимателя

Предпринимательский риск – опасность потенциально возможной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности.

Рисковые потери – случайные, потенциально возможные потери, возникающие вследствие отклонения реального хода предпринимательства от запланированного сценария. Риски можно классифицировать по различным признакам (табл. 3).

Таблица 3.
Классификация рисков

Признак	Виды риска
Сфера возникновения рисков	Внутренние – связанные с предпринимательской деятельностью Внешние – не связанные с деятельностью предпринимателя. Он не может оказывать на них влияние
Степень правомерности действий предпринимателя	Оправданный Неоправданный
Источник возникновения рисков	Хозяйственные Связанные с личностью человека (ошибки руководителя, непредсказуемость поведения партнеров) Природные факторы (засуха, морозы и т.д.)
Время возникновения рисков	Начальный (проектный) - можно предусмотреть и оценить до осуществления проекта Текущий - возникает в ходе предпринимательской деятельности
Длительность действий	Кратковременные – угрожают предпринимателю в течение известного отрезка времени Постоянные – присущие предпринимательской деятельности в определенной сфере или в конкретном месте
Возможность снижения рисков	Систематический (неснижаемый) Несистематический (снижаемый)
Возможность страхования	Страхуемые Нестрахуемые

4.2. Виды рисков и потерь

Рассмотрим основные виды предпринимательского риска.

Производственный риск связан с производством и реализацией продукции. Факторы риска: сокращение намеченных объемов производства и реализации товаров, снижение реализационных цен, рост материальных затрат, перерасход фонда оплаты труда, штрафы, брак, дефектность изделий, естественные потери и т.д.

Коммерческий риск возникает в процессе реализации закупленных предпринимателем товаров. Факторы риска: рост цены закупаемого товара, снижение реализационной цены, объема реализации, качества товара.

Операционный риск связан со сферой услуг предпринимателей. Он включает в себя транспортный, торговый, организационный и информационный риски (рис. 4.8). Транспортный риск бывает: карго (нанесение ущерба грузу) и каско (нанесение ущерба транспортному средству).



Рис. 4.8. Виды операционного риска

Имущественный риск связан с вероятностью потерь имущества предпринимателя. Факторы риска: авария, халатность, кражи.

Финансовый риск характерен для финансового предпринимательства и финансовых сделок. Факторы риска: неплатежеспособность одной из сторон сделки, изменение курса ценных бумаг, денег, валюты и др.

Потери от риска в предпринимательской деятельности:

- 1.материальные потери (дополнительные затраты или прямые потери материальных объектов: зданий сооружений, материалов);
- 2.трудовые (потери рабочего времени);
- 3.финансовые потери (платежи, штрафы, дополнительные налоги);
- 4.потери времени (процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем запланировано);
- 5.специальные виды потерь (нанесение вреда здоровью, окружающей среде, моральный ущерб и др.).

Кроме того, выделяют несколько зон риска:

- безрисковая зона – это область, в которой потери не ожидаются;
- зона допустимого риска предполагает, что вероятные потери (Р) изменяется от 0 до значения расчетной прибыли (Пр);

- зона критического риска – это область, в которой вероятные потери (Р) изменяются от расчетной прибыли (Пр) до выручки (Врасч.);
- зона катастрофического риска представляет собой область возможных потерь (Р), превышающих ожидаемую выручку и даже поглощающих материальные денежные запасы.

4.3. Методы оценки и снижения рисков

Оценка предпринимательского риска осуществляется на основе следующих методов: статистического, экспертного, расчетно-аналитического.

При статистическом методе определяется частота проявления потерь. Данный метод может использоваться лишь при наличии значительного массива исходных данных.

Расчетно-аналитический метод предполагает построение кривой распределения вероятности потерь и оценку показателей предпринимательского риска (основан на теории игр).

Экспертный метод представляет собой анализ мнений опытных предпринимателей или специалистов.

Реакция организации на риск и возможные способы снижения рисков обычно объединяют в следующие группы.

Избежание риска предполагает полное уклонение от любой деятельности, сопряженной с риском. Такой способ воздействия на риск наиболее простой. Он предполагает полное снижение потерь, но в то же время не позволяет получать прибыль в полном объеме. А потому, принимая решения об отказе от риска, необходимо обратить внимание на следующие вопросы:

- возможно ли полностью избежать риск (для малых фирм такое маловероятно);
- как соотносится предполагаемая прибыль (прибыль может оказаться значительно выше возможных потерь. В этом случае данный метод не используется);
- приводит ли отказ от одного риска к возникновению других (так, отказ от риска, связанного с авиаперевозками, может повлечь риск, вызванный железнодорожными или автомобильными перевозками)?

Из вышесказанного можно сделать вывод, что отказ от рискованных операций применим только по отношению к крупным рискам. Например, банки, стремясь снизить свои риски, выдают крупные кредиты только под залог недвижимости. Для финансового предпринимательства отказ от риска равносителен отказу от прибыли.

2. Удержание риска (принятие риска на себя) означает, что организация использует собственные ресурсы, чтобы покрыть свои убытки. Источником денежных средств для покрытия убытков могут быть денежный поток, текущие активы, заемные средства или вклады держателей акций в обмен на право участия в организации. Объем средств, необходимый для покрытия убытков, оставленных на собственном удержании, является неопределенным, поэтому эти убытки могут существенно снизить чистую прибыль компании. Некоторые виды риска принимаются предприятием на себя, так как одни содержат возможность получения дополнительной прибыли; другие принимаются в силу неизбежности.

3. Снижение риска. Наибольший интерес представляет использование двух методов: сегрегация (разделение) активов и комбинация (объединение) активов. Сегрегация может происходить путем физического разделения активов и разделения активов по собственности. Например, хранение свободных денежных средств

организации в различных финансовых организациях, диверсификация бизнеса. Объединение происходит на базе концентрации бизнеса или слияния фирм. Достаточно эффективны также обычные меры превентивного характера (соблюдение техники безопасности, охрана предприятия, вакцинация животных). Целесообразно и использование мер компенсационного характера, например, самострахование (создание страхового семенного фонда на сельскохозяйственном предприятии на случай засухи).

4. Трансферт (передача) риска другому хозяйствующему субъекту происходит в форме банковского кредита, страхование риска. Однако последнее компенсирует возможный ущерб только в денежной форме, не возмещая утраченные товарно-материальные ценности, а значит, не может полностью предотвратить нарушение процесса воспроизводства.

4.4. Стратегии предпринимательской деятельности

Успех предпринимательской деятельности в значительной степени зависит от ее целей и стратегии.

Стратегия предпринимательской деятельности – это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей.

Существует три направления стратегии предпринимательства: товарная (рыночная), ценовая и финансовая.

Товарная (рыночная) стратегия предполагает выбор товара, отличающегося наименьшими издержками производства и повышенным спросом на рынке или оптимальной структуры производства товаров. Товарная стратегия определяется с помощью технико-экономического обоснования с последующей разработкой бизнес-планов, производственной программы, возможных каналов реализации, максимизации прибыли. Согласно данной стратегии все организации делятся на 4 типа: неудачники, трудные дети, звезды, дойные коровы. Выбор товарной стратегии ограничивается, в первую очередь, ресурсами, которыми располагает организация: финансовыми (необходимыми для развития нового или расширения действующего производства), материальными и трудовыми (наличие специалистов, обладающих необходимым опытом и квалификацией). Таким образом, минимизация рисков потерь посредством выбора удачной товарной стратегии может быть ограничена недостатком ресурсов, что весьма характерно для сельской местности;

Ценовая стратегия – стратегия установления на товар организации такого уровня цен (в зависимости от положения на рынке), при котором использование основного и оборотного капитала является наиболее эффективным, обеспечивает сохранение или увеличение доли рынка и получение намеченного объема прибыли. Это могут быть стратегии: издержки+прибыль, стратегия снятия сливок, глубокого проникновения на рынок, средних, низких, высоких, льготных, изменяющихся, неизменных, неокругленных, гибких цен, смешанная. Ценовая стратегия организации может меняться в зависимости от этапов жизненного цикла товара. Например, на начальных стадиях возможно установление цен на уровне, незначительно превышающем издержки производства, с целью наиболее быстрого продвижения данного товара на рынок. Впоследствии с развитием рынка данного товара и повышением спроса на него цена на данный вид может повышаться. На определенных этапах деятельности также возможно снижение цен на реализуемый товар вне зависимости от спроса на него. Это может быть связано, например, с необходимостью ускорения оборачиваемости

оборотных средств. Ценовая стратегия мало зависит от ресурсов организации и почти целиком определяется обоснованностью принимаемых решений. Следовательно, выбор ценовой стратегии может являться одним из основных направлений снижения предпринимательских рисков.

Финансовая стратегия – это прогноз потребности в ресурсах (трудовых, материально-технических и финансовых), достаточных для достижения стратегических целей, а также обоснование поступления этих ресурсов. Другими словами, выбор финансовой стратегии заключается в определении наиболее оптимального соотношения собственных и привлеченных денежных средств. Другая сторона выбора финансовой стратегии - определение необходимости инвестиций и источников их финансирования. Минимизация предпринимательских рисков посредством выбора финансовой стратегии заключается в выборе наименее рискованных источников привлечения заемных средств, а также в обосновании потребности в ресурсах, обеспечивающих рентабельное производство.

Факторы, формирующие стратегию, могут быть классифицированы на две группы.

Внешние:

- состояние экономики (уровень занятости, инфляции, налогообложения и уровень деловой активности, экономический рост);
- социальные и политические процессы, государственное регулирование и гражданские права (интересы здравоохранения, равной оплаты за равный труд, влияние закрытия предприятий на местное сообщество и др.), природная среда и ресурсы, инфраструктура;
- привлекательность отрасли и условия конкуренции (рост рынков, технологические изменения, появление новых продуктов, силы конкуренции, экономика доходов, затрат и прибыли для отрасли, основные требования для конкурентного успеха);
- рыночная стратегия конкурентов;
- особые возможности и угрозы для компании.

Внутренние:

- сильные и слабые стороны организации, ее способность к конкуренции;
- финансовые возможности организации;
- характер выпускаемой продукции;
- этап жизненного цикла товара;
- персональные амбиции, философия бизнеса и этические убеждения управляющих (субъективные факторы, которые могут влиять на организационную стратегию);
- влияние разделяемых ценностей и культуры компании на стратегию (политика, ценности, традиции, способы поведения).

Отметим также, что важнейшее значение в выборе стратегии имеет анализ соотношения перспективного расширения рынка и рыночных позиций фирм.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое предпринимательский риск?
2. Что понимается под рисковыми потерями?
3. Перечислите возможные варианты классификации рисков.
4. Назовите виды рисков.
5. Какие выделяют зоны риска?

6. Какие существуют виды потерь от риска?
7. Каковы методы оценки и снижения рисков?
8. Какие существуют стратегии предпринимательской деятельности?

Список литературы:

Основная литература:

1. Воробьев, С. Н. Управление рисками в предпринимательстве : учебник / С.Н. Воробьев, К. В. Балдин ; 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2009. – 772 с.
2. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.
3. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1. Воробьев, С. Н. Управление рисками в предпринимательстве : монография / С. Н. Воробьев, К. В. Балдин. - М. : Дашков и К, 2006. – 772 с.
2. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.
3. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.
4. Тактаров, Г. А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учеб. пособие / Г. А. Тактаров, Е. М. Григорьева. - М. : Финансы и статистика, 2006. – 256 с.

ЛЕКЦИЯ 5 ОБОСНОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РЕШЕНИЯ

(форма – лекция традиционная)

5.1 Предпринимательская идея и ее выбор.

5.2 Предпринимательские решения: понятие, типы, процесс и методы принятия.

5.3 Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

5.1. Предпринимательская идея и ее выбор

Предпринимательская идея – это конкретное целостное знание о целесообразности и возможности заниматься определенным видом предпринимательской деятельности.



Рисунок 5.9. Основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей

С позиций рынка ценность идеи определяется ее способностью удовлетворить нужды и потребности покупателя. Как следствие, предпринимательская идея – это понимание присущего потребителю желания иметь какой-либо товар и четкое представление о путях удовлетворения потребностей потенциального покупателя.

Выдвижение предпринимательских идей обусловлено желанием предпринимателя производить новый товар, расширять производство, повышать прибыль.

Генерирование идеи означает:

- Фиксацию конкретного товара на уровне сознания;
- Возникновение интуитивного ощущения, что данный товар можно реализовать на рынке;
- Осознание возможности осуществления всего комплекса необходимых действий для успешной деятельности по продвижению товара от производителя до потребителя.

Предприниматель накапливает идеи, затем анализирует и отбирает лучшие.

Критерии оценки и отбора идеи:

- Эффективность идеи (ожидаемый доход);
- Перспективы усиления позиций на рынке;
- Насыщенность рынка подобными товарами;
- Длительность периода освоения идеи;
- Наличие стартового капитала (собственного или заемного);
- Возможность приобретения необходимого оборудования;
- Доступность сырья;
- Наличие необходимой рабочей силы;
- Реальные возможности осуществления идеи у самого предпринимателя (наличие соответствующих знаний, умений, опыта).

Способы продвижения идеи:

1. Выявление интереса потребителя на основе изучения неудовлетворенных потребностей;
2. Навязывание потребителю интереса предпринимателя.

В заключение подчеркнем, что без больших и, на первый взгляд, нереализуемых идей, не бывает и большого успеха. В числе крупных и известных предпринимателей трудно найти такого, который бы хоть раз не столкнулся с серьезной и дорогостоящей неудачей на своем пути. Однако, это не мешает таким людям вновь и вновь «влезать» в области, в которых, по общему мнению, они не разбираются: нефтяные бароны занимаются телевидением, владельцы сети розничных магазинов — автомобилестроением или железными дорогами. И в итоге — выигрывают!

5.2. Предпринимательские решения: понятие, типы, процесс и методы принятия

Предпринимательская деятельность невозможна без постоянного принятия предпринимательских решений. Под предпринимательским решением понимается выбор предпринимателем одного из нескольких вариантов действий, направленный на достижение целей организации.

Таким образом, технология принятия решений – состав и последовательность процедур, приводящих к решению проблем организации, в комплексе с методами разработки и оптимизации альтернатив.

Предпринимательские решения можно классифицировать по ряду признаков (табл. 4).

Таблица 4.
Классификация предпринимательских решений

Признак	Типы предпринимательских решений
Степень повторяемости проблемы	- традиционные (предпринимателю необходимо выбрать одну из имеющихся альтернатив); - нетипичные (поиск решения связан с поиском новых альтернатив)
Значимость цели	- стратегические; - тактические
Сфера воздействия	- локальные (результат решения отразится на деятельности одного или нескольких подразделений организации); - глобальные (влияют на работу всей организации)
Срок реализации	- краткосрочные (реализация решения пройдет в короткие сроки); - долгосрочные (перспективные решения)
Прогнозируемые последствия	- корректируемые; - необратимые
Характер использованной информации	- детерминированные (принятые в условиях определенности, когда руководитель обладает практически полной и достоверной информацией в отношении решаемой проблемы); - вероятностные (принятые в условиях риска и неопределенности)
Число критериев отбора	- однокритериальные (выбор лучшего варианта осуществлялся на основе одного критерия); - многокритериальные (выбранная альтернатива должна отвечать многим критериям)
Форма принятия решений	- единоличные (выбор альтернативы осуществляется одним человеком); - коллегиальные (коллективные решения)
Способ фиксации	- фиксированные (оформленные в виде документа); - недокументированные (устные)

Рассмотрим основные этапы принятия решений.

4. Анализ ситуации. На этом этапе происходит сбор и обработка информации о состоянии внешней и внутренней среды организации, сравнение полученных данных с запланированными или прогнозными и выявление проблем, требующих решения.

Информация бывает:

- достоверная (достоверно отражает события (отчетность));
- недостоверная (прогнозная, отражающая ожидаемые события);
- фальсифицированная (может быть и отчетной и прогнозной, проверяется по данным множественных источников путем перекрестной проверки данных);
- достаточная (позволяет оценить предпринимательскую идею);
- недостаточная (требует дополнительных сведений для принятия решений);

- избыточная (эта информация требует тщательного анализа и выбора наиболее существенных сведений).

2.Идентификация проблемы. Выявление и формулирование ключевой проблемы. Зачастую организационные проблемы могут быть вызваны различными причинами (например, низкое качество товара может быть результатом как изношенности оборудования, так и использования некачественного сырья в производстве или недостаточной квалификации рабочих). Кроме того, решение одной проблемы может вызвать появление других, поскольку в организации все элементы и процессы взаимосвязаны. А потому данному этапу следует уделить большое внимание.

3.Определение критериев выбора. На этом этапе происходит выбор критерия, по которому будет производиться выбор одного варианта решения проблемы из всех выявленных альтернатив.

4.Разработка альтернативных решений проблемы (может производиться как индивидуально, так и коллективно в зависимости от сложности и степени типичности проблемы).

5.Выбор альтернативы. Этот этап представляет собой определение достоинств и недостатков предложенных решений и выбор лучшей альтернативы, максимально удовлетворяющей одному или нескольким критериям, определенным на 3 этапе.

6.Согласование решения. Привлечение руководителя, специалистов и работников организации к участию в процессе принятия решения.

7.Управление организацией. Это этап реализации принятого решения на основе распределения работ и ресурсов по исполнителям и срокам.

8.Контроль и оценка результатов. Этот этап предполагает сравнение полученных результатов реализации решения с ожидаемыми.

На рисунке 5.10 представлены основные экономические методы принятия предпринимательских решений.



Рисунок 5.10. Экономические методы принятия предпринимательских решений

Балансовый метод заключается в разработке балансов, которые состоят из двух равных частей, например, поступление и расходование товаров, материальных или финансовых ресурсов. Так, при принятии решений в финансовой сфере для согласования направлений использования финансовых ресурсов с источниками их формирования используется финансовый баланс.

С этой же целью используется метод денежных потоков, который предполагает прогноз ожидаемых поступлений денежных средств и направлений их использования.

Аналитические методы позволяют обосновывать решения с наилучших позиций.

Метод оптимизации решений основан на разработке нескольких вариантов решений и выборе из всей совокупности оптимального в зависимости от положенного в основу критерия.

Экономико-математические методы или методы моделирования заключаются в построении математических моделей на основе взаимосвязи показателей.

Нормативный метод предполагает использование установленных норм и нормативов, с которыми должны быть сопоставимы определенные показатели для принятия предпринимательского решения.

Метод аналогии применяется при отсутствии достаточной динамики показателей деятельности предприятия и предполагает расчет плановых значений на основе показателей деятельности аналогичных предприятий.

Метод экспертных оценок основан на выявлении мнения экспертов в данной области по решаемой проблеме.

5.3. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

Оценку деятельности предприятия и его экономической эффективности невозможно произвести с помощью одного какого-либо показателя. Поэтому на практике всегда используют систему показателей, которые связаны между собой и оценивают или показывают различные стороны деятельности предприятия.

Эффективность деятельности предпринимателя можно оценить по 4 группам показателей.

1 группа – показатели эффективности управления:

- Прибыль (убыток) на 1 руб. выручки;
- Прибыль отчетного года до налогообложения;
- Прибыль от обычной деятельности (в распоряжении организации);
- Нераспределенная прибыль отчетного года за минусом НДС;
- Предпринимательский доход.

2 группа – показатели рентабельности:

- Общая рентабельность;
- Чистая рентабельность;
- Рентабельность собственного капитала;
- Общая рентабельность производственных доходов;
- Рентабельность продажи.

3 группа – показатели деловой активности предприятия:

- Коэффициент оборачиваемости;
- Фондоотдача;
- Продолжительность оборота капитала;
- Продолжительность цикла оборота капитала, финансов и т.п.

4 группа – показатели рыночной (финансовой) устойчивости:

- Коэффициент автономии;
- Коэффициент концентрации собственного капитала.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что понимается под предпринимательской идеей? Приведите пример.
2. Перечислите основные субъективные факторы возникновения предпринимательских идей.
3. В чем заключается генерирование идеи?
4. Каковы критерии оценки и отбора предпринимательских идей?
5. Назовите способы продвижения идей.
6. Классифицируйте предпринимательские решения.
7. Каковы основные этапы принятия решений?
8. Какие бывают виды информации?
9. Назовите основные экономические методы принятия предпринимательских решений.
10. Какие показатели используются для оценки эффективности предпринимательской деятельности?

Список литературы:

Основная литература:

1. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.
2. Семенов, А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учебное пособие / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова ; 6-е изд., испр. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. – 276 с.
3. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.
2. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.
3. Яковлев, Б. И. Организация производства и предпринимательство в АПК : учебник / Б. И. Яковлев. - М. : Колос С, 2004. – 424 с.

ЛЕКЦИЯ 6

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

(форма – лекция традиционная)

- 6.1 Сущность, виды, методы проведения и порядок заключения коммерческих сделок.
- 6.2 Предпринимательский договор. Классификация договоров.
- 6.3 Формулирование предпринимателем условий договора.
- 6.4 Последствия и виды ущерба при нарушении договорных обязательств.

6.1. Сущность, виды, методы проведения и порядок заключения коммерческих сделок

Сделка – действия физических и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей.

Коммерческие сделки бывают следующих видов:

- внутренние (в них участвуют представители одной страны) и международные (участвуют представители разных стран);
- основные (сделки, связанные с куплей-продажей конкретной продукции, научно-технических знаний в виде патентов и ноу-хау, технических услуг; арендой средств производства, товаров и услуг; организацией туризма) и вспомогательные (по перевозке грузов, их страхованию, складированию, переработке и хранению);
- бартерные (осуществляются на основе прямого товарообмена).

Существует два основных метода проведения коммерческих сделок: напрямую и через посредника. Прямые торговые сделки – это операции между непосредственными потребителями и производителями товаров. Они имеют ряд преимуществ:

- заметно выгоднее, чем посреднические;
- покупатель устанавливает непосредственные связи с поставщиком (зачастую уже на этапе проектных работ) и сохраняет их на стадии эксплуатации оборудования (гарантийное обслуживание), что особенно важно при исполнении сложных заказов;
- прямые связи нередко перерастают в длительное взаимное сотрудничество или совместное производство.

Однако проведение таких сделок предполагает наличие в организации служб и специалистов, отвечающих за осуществление банковских расчетов, хранение, перевозку, страхование грузов.

Торгово-посреднические сделки – это операции, связанные с куплей-продажей товаров, выполняемые по поручению покупателя или продавца независимым от них торговым посредником на основе заключенного между ними соглашения. Привлечение посредников освобождает производителя от расходов, связанных со сбытом продукции. Немаловажно также отметить, что современные посредники оказывают зачастую клиентам полный комплекс услуг (от поиска партнера до послегарантийного обслуживания).

Подробнее о торгово-посреднических сделках речь идет в лекции 3.

Различают несколько этапов осуществления сделки. Рассмотрим их на примере договора купли-продажи. Допустим, фермер решил осуществлять самостоятельно переработку зерна, для чего планирует приобрести соответствующее оборудование.

1 этап – комплексное изучение и анализ рынка по интересующему товару. Этот этап предполагает исследование имеющейся на рынке аналогичной продукции, ее качества, основных потребителей, условий конкуренции.

2 этап – поиск и выбор контрагента. На данном этапе фермер определяет, какое именно оборудование ему требуется с точки зрения производственной мощности, цены, габаритных размеров. Важно также решить, будет ли иметь место наличный расчет или сделка будет осуществляться за счет кредита. А может быть это будет бартерная сделка.

Затем фермер подготавливает технико-коммерческое задание на приобретение оборудования по переработке зерна, указав его параметры и условия сделки (порядок платежа, условия и сроки поставки) и выбирает поставщиков необходимого ему оборудования. Каждому из возможных партнеров фермер направляет оферту (предложение заключить договор). В соответствии с действующим законодательством предложение, адресованное одному или нескольким конкретным лицам, имеет юридическую силу (является офертой) только в том случае, если оно носит достаточно определенный характер и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя связанным после его принятия.

3 этап – подготовка к заключению договора – предполагает проведение переговоров с партнерами с целью окончательного уточнения и согласования условий договора и, в конечном счете, составление проекта договора. Договор составляет, как правило, сторона, передающая продукцию, оказывающая услуги или выполняющая работы.

4 этап – заключение договора. Этот этап включает в себя согласование текста договора, обсуждение возможности предоставления скидки и условий оплаты, подписание договора.

5 этап – реализация условий договора (банковские операции, заключение соглашений с организациями, осуществляющими транспортирование, страхование и т. д.).

6.2. Предпринимательский договор. Классификация договоров

Договор – соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей (ст. 420 ГК РФ).

Предпринимательский договор – это волеизъявление сторон по поводу осуществления предпринимательского процесса, не предполагающее объединение договаривающихся сторон в какую-либо организационно-правовую структуру.

Договор представляет собой разновидность сделки. Для совершения односторонней сделки необходимо и достаточно выражение воли одной стороны, а для заключения договора необходимо выражение согласованной воли двух и более сторон.

Форма заключения договора носит произвольный (необязательный) характер, хотя существуют и применяются типовые формы договоров.

Рассмотрим основные виды договоров:

1. договоры, участниками которых могут быть только предприниматели (договоры купли-продажи, аренды предприятий, коммерческой концессии и т.д.);
2. договоры, в которых предприниматели выступают одной из сторон сделки:
 - договоры по отчуждению имущества (купля-продажа, дарение, рента);
 - договоры, предполагающие передачу имущества в пользование (аренда);
 - производство работ, материальный результат которых передается исполнителем заказчику (подряд);

- оказание услуг нематериального характера, в том числе денежных (кредит, банковский вклад, расчеты), фактических (хранение, страхование) и юридических (агентирование, доверительное управление имуществом);

3. многосторонние договоры (простого товарищества) и односторонние (конкурс).

Стороны вправе заключать договоры, не предусмотренные законом, и смешанные договоры, в которых содержатся элементы разных договоров.

6.3. Формулирование предпринимателем условий договора

Любой договор состоит из:

- преамбулы;
- основной части;
- заключительной части.

Преамбула - это своеобразное введение в договор, которое включает:

- название договора (купли-продажи, поставки, бартерный и т. д.);
- указание места и времени заключения договора (хотя эти сведения могут быть отнесены и в заключительную часть);
- наименование сторон (продавец, или передающая сторона, называется первой, а покупатель, или принимающая сторона, — второй).

Название договора или соглашения не является нормативным, его отсутствие не противоречит законности соглашения.

Договаривающимися сторонами могут являться физические и юридические лица. Их дееспособность - предпосылка законности соглашения. Под дееспособностью понимается способность лица (гражданина, организации) своими действиями приобретать права и нести юридические обязанности, а также ответственность за совершение правонарушений.

Основная часть договора включает специфические и общие условия договора. К первым относятся условия, характерные именно для данной сделки (например, цена товара составляет 28 руб. за одну товарную единицу). Таким образом, к специфическим условиям договора относятся:

- предмет договора или количество товара;
- качество товара;
- цена товара;
- скидки с цены и надбавки к ней (если они применяются);
- базисные условия поставки;
- форма платежа;
- срок поставки или сроки исполнения обязательств;
- маркировка, упаковка товара;
- сдача-приемка товара или переход права собственности на товар;
- ответственность сторон;
- запретительная оговорка (например, о запрете перепродажи товара третьей стороне, если в этом заинтересован продавец).

Именно специфические условия договора обсуждаются при переговорах.

К общим условиям договора относятся те положения, которые включаются во все договоры независимо от их содержания:

- арбитражная оговорка;
- форс-мажор.

В заключительной части договора указываются:

- юридические адреса сторон;
- все приложения, которые являются неотъемлемыми частями договора;
- подписи сторон;
- указание места и даты заключения договора (если это не было сделано в преамбуле).

Рассмотрим указанные пункты договора подробнее.

1. Предмет договора.

Формулировка предмета договора должна быть ясной и однозначной. Например, при осуществлении сделки купли-продажи предметом договора является обязанность продавца поставить определенное количество товара на условиях, содержащихся в тексте договора, а обязанность покупателя - принять и оплатить указанное количество товара на условиях, содержащихся в договоре. Одностороннее отклонение от указанного пункта будет считаться нарушением конкретного условия о количестве товара.

В данном пункте следует обратить внимание на единицу измерения товара и на то, по какой массе (отгружаемой или выгружаемой) будет определяться его количество.

Проверка количества происходит с учетом естественной убыли перевозимого товара. Ответственность за естественную убыль распределяется обычно поровну между продавцом и покупателем. С этой целью в контракты на куплю-продажу товаров вписывают франшизу — оговорку о том, что продавец несет ответственность только за недостачу товара, произошедшую во время транспортирования и не превышающую установленный в контракте размер (обычно от 1,5 до 3%), а недостача в пределах естественной убыли ложится на покупателя.

К этому условию тесно примыкает и условие «Отгрузочные инструкции и извещение об отгрузке», которое может как выноситься в отдельный пункт договора, так и быть составной частью условий «Количество товара» или «Срок поставки». В извещении должны быть указаны дата отгрузки, наименование и количество товара, номер вагона или название судна, номер железнодорожной или автотранспортной накладной и т. п.

2. Качество товара.

В договоре важно прописать качественные характеристики товара. Для этого чаще всего используются такие формулировки:

- товар должен иметь определенную торговую марку;
- качественные характеристики товара должны быть стандартными (соответствовать стандартам, существующим в стране продавца, или международным стандартам);
- качественные характеристики товара должны соответствовать образцу;
- качество товара должно соответствовать требованиям покупателя (в этом случае такие требования вписываются в условие «Предмет договора») и др.

Договаривающиеся стороны обычно вносят в текст договора условие о соответствии качества фактически поставляемого товара тем качественным характеристикам, которые закреплены в договоре, а также указывают наименование документа, подтверждающего качество фактически поставляемого товара и наименование организации, имеющей право на выдачу такого документа. Таким документом обычно является сертификат качества, или гарантийное обязательство.

3. Цена товара.

Цену следует либо четко оговорить, либо однозначно вывести из условий договора. Цена должна быть зафиксирована в договоре цифрами (в виде количества соответствующих денежных единиц).

Стороны также оговаривают и метод коррекции базисной цены в соответствии с качеством фактически поставляемого товара. Обычно такой метод коррекции сводится к применению надбавок к цене и скидок с нее соответственно за улучшенное или ухудшенное качество фактически поставляемого товара по сравнению с характеристиками, зафиксированными в договоре. В первом случае это будет называться бонификация, а во втором – рефакция.

При указании цены стороны обычно также оговаривают, включаются ли в нее стоимость упаковки, тары, маркировки, погрузки, укладки, крепления товара на транспортном средстве и материалов, необходимых для него, а также различного рода сборы (портовые, таможенные).

4. Форма платежа.

Это условие в договоре имеет большое значение как для продавца, так и для покупателя, поскольку первый заинтересован в получении платежей, а второй – в своевременном получении товара. На практике используются платежи с предоплатой (если продавец не уверен в платежеспособности покупателя) и по факту (если покупатель сомневается в получении товаров в срок).

Различают две формы платежа: кредитную (через какое-то время после поставки товара) и наличную (до или сразу после поставки товара). В первом случае к рыночной цене товара будет прибавляться процент за пользование кредитом.

5. Срок поставки.

Предприниматель при подготовке договора может применять следующие формулировки этого условия.

- товар поставляется немедленно (по международным стандартам под этим понимается поставка товара в период с 3-го до 14-го дня с момента подписания договора).
- срок поставки — не позднее... (например, 20 августа 2013 г.) и др..

При импортных поставках обязательства по сроку поставки обычно считаются выполненными с даты принятия товара российской железной дорогой от иностранной, поступления товара во входной российский аэропорт и т. д.

При этом право собственности на проданную движимую вещь, как правило, переходит на покупателя одновременно с передачей вещи, если нет об этом особой оговорки.

6. Упаковка и маркировка.

Цель упаковки - реклама, защита товара, удобство транспортировки и погрузочно-разгрузочных работ, а потому при формулировании этого условия предприниматель должен обратить внимание на то, что:

- товар должен упаковываться с учетом габаритов транспортного средства, которое будет перевозить товар;
- упаковка должна защищать товар от повреждений и коррозий;
- упаковка должна быть приспособлена к перегрузке погрузчиками;
- перед упаковкой (если это требуется) товар должен пройти консервацию, обеспечивающую ему защиту от порчи в период транспортировки и хранения;
- продавец несет ответственность перед покупателем за порчу оборудования вследствие некачественной упаковки.

Маркировка наносится на упаковку и включает в себя следующие сведения:

- наименование производителя;
- наименование покупателя;
- номер заказа (или договора);
- место назначения;
- точные габаритные размеры;
- условные обозначения правил обращения с данным товарным местом («Не кантовать», «Верх») и т.п.

7. Сдача-приемка товара.

Окончательная приемка товаров производится после их прибытия на склад покупателя. Товар сдается и принимается по количеству и качеству, однако необходимо предусмотреть форму сдачи-приемки. Самой простой считается подписание сторонами акта сдачи-приемки. Обычно осуществляется проверка с составлением акта экспертизы для возможного предъявления претензий продавцу.

8. Штрафные санкции.

Стороны в этом разделе договариваются о санкциях, которые накладываются на сторону, не исполнившую или исполнившую в ненадлежащем виде свои обязательства по договору. Штрафы устанавливаются обычно в процентах к контрактной стоимости (по международным стандартам от 5 до 8 %).

9. Форс-мажор.

Под форс-мажором понимаются обстоятельства непреодолимой силы, т. е. такие, которые не зависят от желания сторон, но делают невозможным исполнение взятых на себя обязательств обеими сторонами или одной из них (пожар, стихийные бедствия, войны, запрет экспорта или импорта). Стороны указывают в договоре, что при наступлении таких обстоятельств срок исполнения обязательств по договору смещается на время действия этих обстоятельств.

10. Арбитраж - это порядок разрешения спорных вопросов.

11. Прочие условия.

В этом разделе могут содержаться договоренности сторон о запрещении перепродажи товаров, особенно в отношении экспортных поставок, а также порядок внесения изменений в договор.

6.4. Последствия и виды ущерба при нарушении договорных обязательств

Основной вид обеспечения реального и надлежащего исполнения обязательств должниками – возмещение убытков. Но есть и ряд дополнительных видов. Рассмотрим их.

Неустойка (штраф, пеня) – определённая законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, в частности в случае просрочки исполнения. Неустойку также вправе требовать покупатель, расторгающий договор купли-продажи и/или оказания услуг.

Кредитор вправе требовать уплаты неустойки, определённой законом (законной неустойки), независимо от того, предусмотрена ли обязанность её уплаты соглашением сторон. Размер законной неустойки может быть увеличен соглашением сторон, если закон этого не запрещает. Если подлежащая уплате неустойка явно несоразмерна последствиям нарушения обязательства, суд вправе уменьшить неустойку.

Однако, при возникновении у должника финансовых затруднений (например, при его банкротстве) кредитор может не получить причитающуюся ему сумму неустойки.

В зависимости от возможности сочетания неустойки с возмещением убытков закон различает четыре вида неустойки: зачётную, штрафную, исключительную и альтернативную (ст. 394 ГК РФ).

Зачётная неустойка позволяет кредитору помимо неустойки требовать возмещения убытков в части не покрытой неустойкой, то есть с зачётом неустойки. Неустойка данного вида является наиболее часто используемой и считается зачётной во всех случаях, если законом или договором не предусмотрено иное.

Штрафная неустойка позволяет кредитору требовать возмещения в полном объёме причинённых убытков и, сверх того, уплаты неустойки. Этот вид неустойки используется при наиболее грубых и значительных нарушениях обязательств, например, при некачественной поставке продукции и товаров массового потребления.

Исключительная неустойка, в отличие от штрафной, устранивает право на взыскание убытков.

Альтернативная неустойка предусматривает право потерпевшей стороны взыскать либо неустойку, либо убытки.

Залог. При неисполнении должником обеспеченного залогом обязательства кредитор имеет право получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества раньше других кредиторов. Предметом залога могут быть: ценные бумаги, вещи, иное имущество, имущественные права (требования).

Существует 2 вида залога: с оставлением заложенного имущества у залогодателя (например, ипотека – залог земельных участков, предприятий, зданий, сооружений и другого недвижимого имущества) и с передачей его залогодержателю (выдача ломбардом гражданам ссуды под залог принадлежащего им имущества). Второй вариант на практике называется заклад.

Удержание имущества должника. Кредитор, у которого находится вещь, подлежащая передаче должнику или лицу, указанному должником, вправе при неисполнении должником в срок обязательства по оплате этой вещи или возмещению кредитору связанных с ней издержек удерживать ее до момента исполнения обязательства.

Поручительство. Поручитель обязуется перед кредитором другого лица отвечать за исполнение последним его обязательств полностью или в части (ст. 361 ГК РФ). Отношения поручительства возникают в результате заключения особого договора - договора поручительства. Поскольку сам по себе этот договор создаёт обязательства для поручителя, обязательной стороной этого вида договора является именно поручитель, а другой стороной может быть как кредитор по основному обязательству, так и любое иное лицо, включая должника. Если договор поручительства заключён поручителем не с кредитором, он носит характер договора в пользу третьего лица - кредитора.

Важной особенностью поручительства, существенно отличающей его от гарантии, является то, что обязательство по нему носит характер дополнительного (акцессорного) по отношению к основному обязательству. Это, в частности, означает, что прекращение основного обязательства по любому из оснований, прекращает и обязательство поручительства. Кроме того, особенностью поручительства является и то, что вне зависимости от договорённости сторон, к поручителю, исполнившему обязательство перед кредитором, непременно переходят права кредиторского требования в том объёме, в котором поручитель исполнил свои обязательства.

Банковская гарантия - один из способов обеспечения исполнения обязательств, при котором банк, иное кредитное учреждение или страховая организация (гарант) выдает по просьбе должника (принципала) письменное обязательство уплатить

кредитору принципала (бенефициару) в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства денежную сумму при предоставлении им письменного требования об её уплате (ст. 368 ГК РФ).

В соответствии с данным определением банковской гарантии в качестве гарантов могут выступать не только кредитные, но и страховые организации. В то же время, Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» относит выдачу банковских гарантий к числу банковских операций, то есть сделок, которые могут осуществлять лишь кредитные организации на основании лицензии, полученной от Центрального банка РФ. Как следствие, банковские гарантии от страховых компании не могут приниматься в качестве обеспечения ответственности по государственным контрактам. Таким образом, банковские гарантии страховых компании теряют свое основное предназначение, и скорее всего исчезнут как явление в самое ближайшее время.

Задаток – некоторая денежная сумма, которую одна сторона договора передает другой стороне этого же договора как доказательство заключения договора, в счёт исполнения обязательств по нему и в обеспечение исполнения обязательств по этому договору.

Задаток следует отличать от аванса. В отличие от задатка аванс не является средством обеспечения обязательства, то есть при уклонении должника от его исполнения он не теряет прав на переданную в счет платежа сумму.

Ответственность сторон за неисполнение договора о задатке оговорена действующим законодательством (ст. 380, 381 ГК РФ). Если ответственна сторона, давшая задаток, он остается у другой стороны. Если же виновна сторона, получившая задаток, она обязана уплатить другой стороне двойную сумму задатка.

В ст. 393-406 ГК РФ установлено, что нарушивший условия договора должник обязан возместить кредитору причиненные убытки, включая реальный ущерб (расходы, понесенные кредитором, утрату или повреждение его имущества) и упущенную выгоду (неполученные доходы, которые кредитор получил бы в случае исполнения договора).

В случае ненадлежащего исполнения обязательства уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают должника от исполнения обязательства в натуре, если иное не предусмотрено законом или договором.

В случае неисполнения обязательства кредитор вправе требовать от должника передачи определенного имущества или выполнения соответствующей работы согласно договору или вместо этого возмещения убытков и уплаты неустойки за неисполнение договора (в последнем случае должник освобождается от исполнения обязательств в натуре). Кроме того, при неисполнении должником обязательства кредитор вправе поручить исполнение этого обязательства третьим лицам либо выполнить работу своими силами и потребовать от должника возмещения понесенных расходов и других убытков.

В заключение отметим, что нарушения хозяйственных договоров влекут за собой разнообразные последствия для сторон сделки, каждому из которых соответствуют определенные виды ущерба: прямые потери (перерасход ресурсов, дополнительные затраты на оплату труда и т.д.) и упущенная выгода (неполученная прибыль).

Так, например, поставка сырья не в полном объеме или не в срок приводит к недополучению прибыли (продукции будет произведено и продано меньше, а потому сократится масса прибыли), перерасходу условно постоянных затрат, расходам на уплату санкций со стороны торговой организации за недопоставленную продукцию.

Если нарушение договорного обязательства приводит к возникновению разных последствий, ущерб по каждому из них рассчитывается отдельно, а результаты суммируются.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое сделка?
2. Какие существуют виды коммерческих сделок?
3. Назовите два метода проведения коммерческих сделок, их преимущества и недостатки.
4. Каковы основные этапы осуществления сделки?
5. Что представляет собой предпринимательский договор?
6. Какие существуют виды договоров?
7. Из каких частей состоит любой договор?
8. Каковы основные условия договора?
9. Что такое неустойка? Какие бывают виды неустойки?
10. Что понимается под удержанием имущества должника?
11. Что представляет собой поручительство?
12. Что такое задаток?
13. Что понимается под банковской гарантией?

Список литературы:

Основная литература:

1. Воробьев, С. Н. Управление рисками в предпринимательстве : учебник / С.Н. Воробьев, К. В. Балдин ; 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2009. – 772 с.
2. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.
2. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.
3. Основы предпринимательства / ред. А. С. Пелих. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 512 с.
4. 1001 договор на все случаи бизнеса [Электронный ресурс] : справочное издание. - М. : Равновесие, 2008. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный справочник). - Систем. требования: процессор Pentium-II, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, система Windows 98 NT/2000/XP (стандарт "Saledook", функция "Комфортное чтение", система "Интеллектуального поиска", с возможностью создания личной "Электронной библиотеки" и файлов для закачиванию на мобильные устройства).

ЛЕКЦИЯ 7

ПАРТНЕРСКИЕ СВЯЗИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(форма – лекция традиционная)

7.1 Сущность партнерских связей.

7.2 Основные направления сотрудничества партнеров.

7.2.1. Сотрудничество в сфере производства.

7.2.2. Сотрудничество в сфере товарообмена, торговли и финансовых отношений.

7.1. Сущность партнерских связей

Схема предпринимательских действий по реализации проекта – это детализированный план действий предпринимателя, его взаимоотношений как с рынком, так и с коллективом работающих на предприятии, а также партнерами (рис. 7.11).

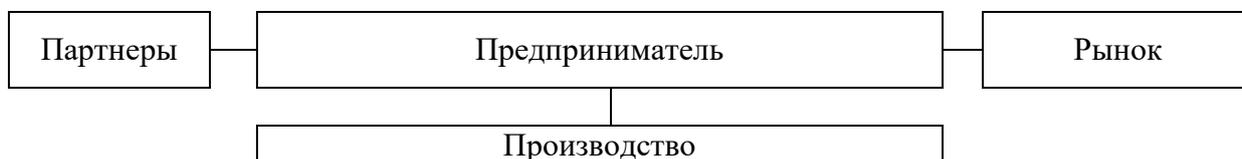


Рисунок 7.11. Общая схема предпринимательских действий

Главная составляющая схемы предпринимательских действий – экономико-правовая форма достижения цели предпринимателя, под которой понимается конкретный вид сделки, удовлетворяющей интересам самого предпринимателя и его партнера.

Партнеры – поставщики всего того, что необходимо предпринимателю для организации нормального процесса, а также потребители продукции, производимой на предприятии.

Партнерские связи – договорные отношения, которые устанавливаются между несколькими предпринимателями и дают возможность каждому из них получить искомый уровень прибыли путем обмена результатами деятельности (покупка, поставка) в товарной или денежной форме.

Таким образом, формы сделок соответствуют формам партнерских связей, поскольку являются средством их оформления.

7.2. Основные направления сотрудничества партнеров

Партнерские связи могут быть:

- в производственной сфере;
- в сфере товарообмена (товарообменные связи);
- в сфере торговли;
- в финансовой сфере.

7.2.1. Сотрудничество в сфере производства

Варианты сотрудничества в сфере производства:

- совместное предпринимательство;
- производственная кооперация;
- лизинг;
- франчайзинг;
- проектное финансирование;

- лицензирование;
- концессия;
- подрядное производство;
- толлинг.

Совместное предприятие – предприятие, уставный фонд которого образован путем внесения паевых взносов двумя или более учредителями, один из которых – иностранное физическое или чаще всего юридическое лицо. Если уставный фонд предприятия сформирован двумя или более юридическими лицами одной страны, оно называется смешанным.

Производственная кооперация – форма сотрудничества, при которой каждый из партнеров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного процесса. В соответствии с выполненной долей работ между партнерами распределяется доход, получаемый после реализации произведенной продукции. Данная форма партнерских связей весьма эффективна, поскольку обеспечивает совпадение экономических интересов партнеров.

Вторая форма сотрудничества в сфере производства – лизинг. Это вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим лицам за определенную плату на определенный срок и на условиях, оговоренных договором с правом выкупа имущества лизингополучателем.

Участники сделок по лизингу: лизингодатель (приобретает имущество у продавца в собственность при условии передачи его лизингополучателю по лизингу) и лизингополучатель (приобретает имущество у лизингодателя, но сам выбирает продавца).

В основе лизинговых отношений лежит договор лизинга - гражданско-правовой акт, в соответствии с которым лизингодатель обязуется приобрести в собственность определенное лизингополучателем имущество у указанного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование.

Преимущества лизинга:

1. инвестирование происходит в форме имущества, в отличие от денежного кредита снижает риск потерь;
2. лизинг предполагает 100%-ное кредитование и не требует немедленного начала платежей (только после поставки имущества лизингополучателю);
3. упрощенная процедура заключения договора, поскольку гарантом обеспечения сделки является само оборудование и при невыполнении условий договора имущество можно вернуть продавцу или лизингодателю;
4. при постоянном тесном сотрудничестве предпринимателей с лизинговыми компаниями возможно заключение соглашений «лизинговой линии»;
5. лизингодатель предоставляет широкий спектр услуг по наладке и обслуживанию приобретенного оборудования;
6. лизингополучатель не привлекает заемный капитал;
7. приобретение основных средств в форме лизинга позволяет снизить налоговую нагрузку предприятия, т.к. лизинговые платежи относятся на издержки производства, повышая себестоимость и снижая облагаемую прибыль.

Недостатки лизинга:

1. уплата лизинговых платежей при финансовом лизинге осуществляется независимо от морального и физического износа раньше срока договора;

2. при оперативном лизинге риск установленного оборудования ложится на лизингодателя, который вынужден брать за это большую плату с лизингополучателя;
3. лизинговые платежи производятся в установленные сроки независимо от состояния оборудования;
4. лизинг более дорогостоящий по сравнению с приобретением того же имущества с использованием банковского кредита;
5. расчет себестоимости за счет доли лизинговых платежей может привести к потере конкретно-выполненной продукции.

При франчайзинге крупная и известная компания заключает договор с мелким самостоятельным предприятием (обычно создаваемым именно для этой цели) о предоставлении ему исключительного права на выпуск определенных товаров и их сбыт или оказание услуг под торговой маркой данной компании на определенном рынке за определенную плату. Субъекты франчайзинга: франчайзер (компания, предоставляющая право на пользование торговой маркой с целью расширения рынка сбыта) и франчайзи (мелкая фирма, который получает передаваемые франчайзером права).

В договоре о франчайзинге регламентируется сумма отчислений за использование торговой марки (она может быть фиксированная, единовременная за определённый период, составляющая процент от продаж). Требование отчислений может и отсутствовать, но в таком случае франчайзи обязуется покупать у франчайзера определённое количество товара.

Отдельным пунктом договоров могут служить условия использования товарного знака. Эти требования могут быть как очень простыми (например, франчайзи имеет право использовать бренд в конкретной отрасли), так и жёсткими (например, франчайзи обязуется использовать оборудование в магазине в точном соответствии с требованиями франчайзера - от размеров и цвета полок до униформы персонала).

При этом франчайзи является самостоятельным производителем, обладает правами юридического лица, имеет свой расчетный счет. Наиболее привлекательна такая форма сотрудничества для вновь создаваемых предприятий.

Преимущества франчайзинга для франчайзера:

- получение небольшого, но гарантировано-стабильного объема продаж своей продукции, поскольку франчайзи обязаны покупать у него определённые договором партии товара, расходных материалов или иной продукции. Получаемый стабильный доход можно использовать для развития новых направлений;

- развитие франчайзинговой сети является отличной рекламой бренда, не требующей специальных финансовых вложений.

Преимущества франчайзинга для франчайзи:

- предприниматель приобретает и использует уже проверенную и отработанную бизнес-модель, которая доказала свою эффективность;

- несмотря на определённую степень контроля со стороны франчайзера, направленную в основном на повышение эффективности деятельности партнёров путём выявления возможных проблем партнёрских предприятий на стадии их зарождения, франчайзи сохраняет экономическую и юридическую самостоятельность;

- возможность выбора отрасли, относительная определенность среды. Потенциальный франчайзи имеет возможность ознакомиться с предпринимательской деятельностью франчайзера до этапа инвестирования собственных средств. Это можно сделать на основе открытой информации - коммерческого предложения франчайзера и его действующих предприятий, как собственных, так и партнёрских;

- возможность снижения рисков, поскольку франчайзер не оставляет партнёров один на один с множеством проблем и рисков;
- наличие круга лояльных бренду потребителей продукции, так как торговая марка уже зарекомендовала себя на рынке;
- минимизация затрат на рекламу и маркетинг;
- получение доступа к знаниям и опыту франчайзера, успешно развивающего свою деятельность.

Недостатки франчайзинга:

- франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером, даже если они не приносят максимальной пользы бизнесу;
- франчайзи часто обязаны закупать сырьё и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером, что может ограничивать их доступ к свободному рынку и вынуждать покупать сырьё и продукцию по завышенным ценам;
- для франчайзи могут быть установлены жёсткие ограничения на выход из бизнеса, включая запрет на открытие конкурирующих организаций в течение определённого срока или на определённой территории;
- франчайзи редко могут оказать влияние на вопросы централизованного маркетинга и рекламы, но при этом могут быть вынуждены оплачивать централизованные маркетинговые и рекламные кампании. Таким образом, их средства могут использоваться не в их лучших интересах.

Еще одна форма сотрудничества в производственной сфере - проектное финансирование, осуществляемое в случаях, когда:

- одна сторона сделки обязуется финансировать реализацию предпринимательского проекта другой стороны, а та, в свою очередь, - реализовать его в надлежащей форме;
- одна сторона имеет разработанный проект и предлагает другой стороне осуществить его реализацию. При этом первая сторона берет на себя финансирование всех работ.

В обоих случаях вторая сторона должна возратить предоставленный ей кредит (финансирование), как правило, в товарной форме.

Лицензия представляет собой разрешение на право или право на выполнение некоторых действий, которое может удостоверяться (подтверждаться) одноимённым документом. На практике лицензиями также сокращённо именуется лицензионные договоры (соглашения), предусматривающие выдачу частноправовых лицензий. Как следствие, лицензирование - процесс выдачи специального разрешения (лицензии). Лицензиар - одна из сторон лицензионного соглашения, предоставляющая другой стороне – лицензиату - право на использование объекта лицензии (изобретения, товарного знака, патента, торгового секрета технологии и прочих форм промышленной собственности) в обмен на гонорар или лицензионный платеж.

Еще одна форма сотрудничества в сфере производства – концессия, под которой понимается договорная форма отношений предпринимателя с государственным или муниципальным органом власти об аренде хозяйственных объектов, находящихся в монопольной собственности государства или муниципалитета (месторождений полезных ископаемых, лесных массивов, озер, заводов, фабрик) с целью их интенсивного освоения и использования. Передача в концессию осуществляется на возмездной основе на определенный срок или без указания срока.

Подрядное производство - совместное предприятие, в котором компания заключает контракт на выпуск продукции с предприятиями на зарубежном рынке.

Толлинг - переработка иностранного сырья с последующим вывозом готовой продукции. Применение специального таможенного режима позволяет ввозить сырьё и вывозить готовую продукцию беспошлинно.

7.2.2. Сотрудничество в сфере товарообмена, торговли и финансовых отношений

Товарообменные операции предполагают движение товаров от одного партнера к другому, исключая денежную форму расчетов. Такие операции называют еще встречной торговлей. К ее основным видам следует отнести бартер и встречные поставки (рис. 7.12).

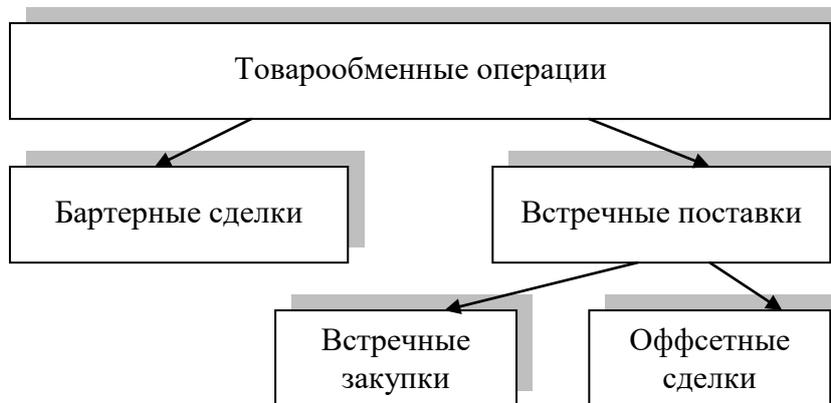


Рисунок 7.12. Виды товарообменных операций

Бартерная сделка – операция по обмену определенным количеством одного или нескольких товаров на эквивалентное по стоимости количество другого товара (без использования денежной формы расчетов).

В договоре при этом оговариваются какие именно товары будут обмениваться, в каких соотношениях и в какие сроки (разрыв между взаимными поставками обычно не превышает 6 месяцев).

Однако возможна ситуация, при которой стороны сделки определили, какой товар и в какие сроки будет поставлен одной стороне, но какой товар получит в обмен вторая сторона пока не решено. В таком случае стороны позже оформляют приложение к заключенному договору или еще один договор. Эти сделки называются встречными поставками.

Разновидности встречных поставок:

- встречная закупка, когда принимающая сторона (реципиент) рассчитывается поставками товаров, не связанными с полученным оборудованием;
- оффсетная сделка (компенсация) предполагает как обмен товарами и услугами, так и предоставление возможности вкладывать капитал взамен различного рода оказанных услуг и полученных льгот.

Сотрудничество в сфере торговли основано на заключении следующих видов сделок:

- сделки купли-продажи;
- срочные или форвардные (на срок от 6 до 14 месяцев);
- сделки купли-продажи товаров на срок (предварительная купля-продажа и поставка в указанное в договоре время);

- сделки по передаче информации типа НОУ-ХАУ;
- сделки по установлению прямых производственных связей;
- сделки по импорту (экспорту) товаров (или услуги).

Сотрудничество в сфере финансовых отношений может осуществляться в форме факторинга и коммерческого трансферта.

Факторинг - это комплекс услуг для производителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условиях отсрочки платежа.

В операции факторинга обычно участвуют три лица: фактор (факторинговая компания или банк) - покупатель требования, поставщик товара (кредитор) и покупатель товара (дебитор). Основной деятельностью факторинговой компании является кредитование поставщиков путём выкупа краткосрочной дебиторской задолженности, как правило, не превышающей 180 дней. Между факторинговой компанией и поставщиком товара заключается договор о том, что ей по мере возникновения требований по оплате поставок продукции предъявляются счета-фактуры или другие платёжные документы. Факторинговая компания осуществляет выплату клиенту 60–90 % стоимости требований. После оплаты продукции покупателем факторинговая компания доплачивает остаток суммы поставщику, удерживая процент с него за предоставленный кредит и комиссионные платежи за оказанные услуги.

Коммерческий трансферт – взаимное приобретение партнерами друг у друга капиталов в национальных валютах в установленных договором размерах по договорной цене. При этом капитал не перемещается через границу, оставаясь в национальном банке страны продавца, но на счету покупателя.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что понимается под партнерскими связями?
2. Какие существуют варианты сотрудничества в сфере производства?
3. Что представляет собой лизинг? Назовите его преимущества и недостатки.
4. Что понимается под производственной кооперацией?
5. Что представляет собой франчайзинг? Назовите его преимущества и недостатки.
6. Что такое проектное финансирование?
7. Что представляют собой концессия, подрядное производство, толлинг?
8. Что такое лицензия?
9. Какие существуют варианты сотрудничества партнеров в сфере товарообмена?
10. Какие существуют варианты сотрудничества партнеров в сфере торговли?
11. Какие существуют варианты сотрудничества партнеров в сфере финансовых отношений?

Список литературы:

Основная литература:

1. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1.Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.

2.. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.

3.Основы предпринимательства / ред. А. С. Пелих. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 512 с.

4.Яковлев, Б. И. Организация производства и предпринимательство в АПК : учебник / Б. И. Яковлев. - М. : Колос С, 2004. – 424 с.

5.1001 договор на все случаи бизнеса [Электронный ресурс] : справочное издание. - М. : Равновесие, 2008. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный справочник). - Систем. требования: процессор Pentium-II, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, система Windows 98 NT/2000/XP (стандарт "Saledook", функция "Комфортное чтение", система "Интеллектуального поиска", с возможностью создания личной "Электронной библиотеки" и файлов для закидыванию на мобильные устройства).

ЛЕКЦИЯ 8

ОРГАНИЗАЦИЯ МАЛЫХ ФОРМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

(форма – лекция традиционная)

- 8.1 Сущность, задачи, функции и критерии определения субъектов малого предпринимательства.
- 8.2 Преимущества, недостатки и виды деятельности малых предприятий.
- 8.3 Экономическая деятельность малого бизнеса.
- 8.4 Проблемы малого предпринимательства в России и пути их преодоления.
- 8.5 Направления и формы государственной поддержки малого предпринимательства.

8.1. Сущность, задачи, функции и критерии определения субъектов малого предпринимательства

В настоящее время в экономике России одновременно функционируют крупные, средние и малые предприятия, а также осуществляется деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде.

Малое предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики на основе определенных, установленных законами критериев (показателей).

В соответствии с Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (статья 4) к малым предприятиям (юридическим лицам) относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), соответствующие следующим условиям:

1) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать 25% (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25%;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не превышает 100 человек (она определяется с учетом всех его работников, в том числе работающих по гражданско-правовым договорам или по совместительству с учетом реально отработанного времени, работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений малого предприятия) (рис. 8.13).

Предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относят к малым по критерию того вида деятельности, доля которого преобладает в годовом объеме оборота или в годовом объеме прибыли.

К субъектам малого предпринимательства относятся также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица.

При этом Законом №209-ФЗ специально оговорено, что государственные и муниципальные унитарные предприятия не могут относиться к субъектам малого предпринимательства.

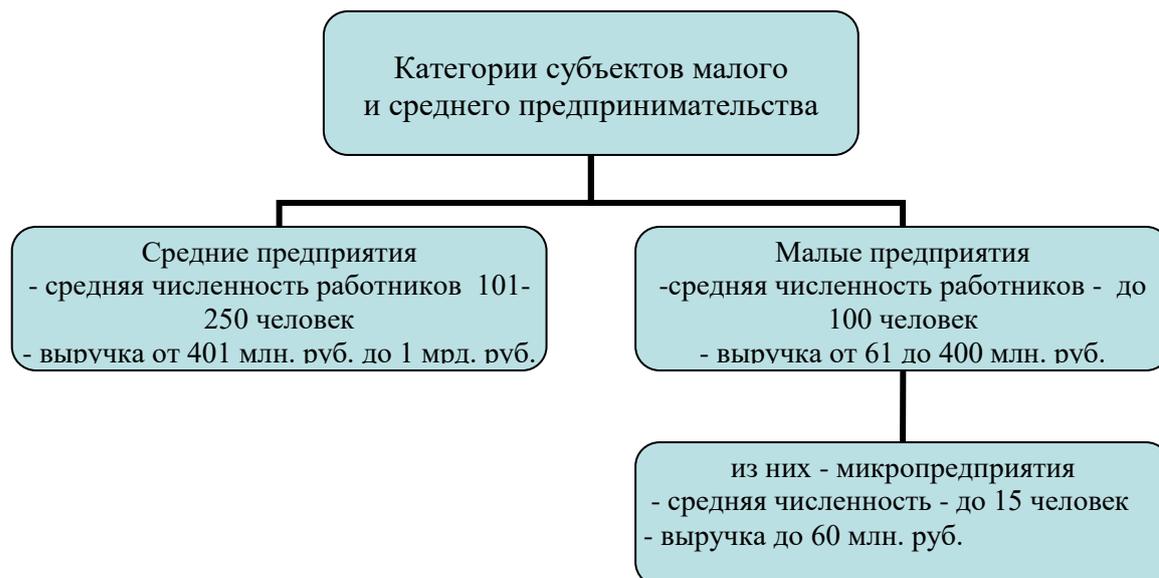


Рисунок 8.13. Критерии определения субъектов малого и среднего предпринимательства

Основные задачи малого бизнеса:

- участие в формировании товарного рынка;
- ускорение освоения научно-технических достижений;
- более полное и эффективное использование местных сырьевых и трудовых ресурсов, отходов производства;
- расширение номенклатуры и качества оказываемых населению услуг, улучшение торговли потребительскими товарами, изучение перспективного спроса.

Малый бизнес выполняет следующие функции:

- обеспечивает необходимую мобильность, создает глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, что позволяет достичь высокой эффективности производства;
- быстро заполняет ниши в потребительской сфере;
- быстро окупается за счет применения современного оборудования и новейших технологий;
- создает необходимую рыночную атмосферу конкуренции, обладает способностью и готовностью быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры;
- способствует развитию малых населенных пунктов, снижает социальную напряженность, возникающую из-за роста безработицы, обусловленной сокращением объемов производства и научно-техническим прогрессом;
- воспитывает чувство хозяина средств производства и продукции.

Согласно результатам исследований Национального института системных исследований проблем предпринимательства (НИСИПП) в последние годы количество малых предприятий в нашей стране возрастает. Так, к началу 2013 года в России было зарегистрировано 1 997,0 тыс. малых предприятий (в том числе 1759,0 тыс. микропредприятий), что на 8,7 % больше, чем годом ранее. В 69 регионах увеличилось количество зарегистрированных малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей по сравнению с 2012 годом (наиболее значительный рост показателя отмечен в г. Санкт-Петербурге, Красноярском крае, Калининградской и Тверской областях); увеличение среднесписочной численности занятых на малых предприятиях отмечено в 49 регионах,

объемов оборота малых предприятий – в 59 регионах; инвестиций в основной капитал на малых предприятиях – в 56 регионах.

При этом министерство экономического развития РФ в прогнозе долгосрочного социально-экономического развития РФ отмечает, что к 2030 году количество субъектов малого и среднего предпринимательства вырастет в 1,3 раза (до 7,7 млн). Причем в это число войдут и 5,4 млн индивидуальных предпринимателей.

8.2. Преимущества, недостатки и виды деятельности малых предприятий

К преимуществам малых форм предпринимательства следует отнести:

- адаптация к местным условиям, традициям, обычаям;
- мелкосерийность производства товаров, услуг, что определяет способность реагировать на изменение рыночного спроса, перестраивать производство;
- близость к местным рынкам;
- экономное использование ресурсов, в том числе вторичных;
- быстрая окупаемость вложенного капитала;
- относительно невысокая капиталоемкость офисного и производственного оборудования;
- минимальные накладные расходы;
- приспособление к запросам клиентуры;
- исключение лишних звеньев управления, простая производственная и организационная структура;
- наличие возможности создания и поддержания благоприятного психологического климата на предприятии;
- снижение расходов, связанных с содержанием управленческого аппарата;
- использование новых технологий и развитие научных исследований без концентрации значительных сумм капитала, эффективное использование производственных мощностей;
- позволяет снизить расходы, связанные с содержанием управленческого аппарата;
- относительно невысокий общий фонд заработной платы и достаточно высокая оплата квалифицированного труда;

Необходимо также отметить, что развитие мелкого и среднего производства создает благоприятные условия для оздоровления экономики:

- создаются дополнительные рабочие места;
- активизируется структурная перестройка;
- расширяется потребительский сектор;
- рынок насыщается товарами и услугами;
- повышается экспортный потенциал.

В то же время малому предпринимательству свойственны и определенные недостатки:

- более высокий уровень риска (поэтому высока степень неустойчивости положения на рынке);
- зависимость от крупных компаний;
- низкая компетентность руководителей;
- повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования;
- неуверенность и осторожность деловых партнеров при заключении договоров.

Кроме перечисленных недостатков следует отметить и то, что финансовые ресурсы индивидуального предпринимателя недостаточны для того, чтобы фирма

могла вырасти в крупномасштабное предприятие. Финансовые средства обычно ограничены той суммой, которую предприниматель имеет на своих банковских счетах, и суммой, которую он может занять. Поскольку процент банкротств среди индивидуальных предпринимателей достаточно высок, коммерческие банки неохотно предоставляют им крупные кредиты.

Кроме того, полностью контролируя деятельность малого предприятия, его владелец сам выполняет все управленческие функции и не может воспользоваться выгодами от специализации в управлении производством.

В настоящее время в структуре малого предпринимательства преобладают организации торговли и общественного питания с тенденцией к увеличению их числа и доли в общей численности малых предприятий. В этих сферах занята треть среднесписочной численности работников малых предприятий и производится треть продукции, работ и услуг.

В то же время в производственных отраслях (промышленность, строительство, сельское хозяйство, транспорт, связь) действует треть малых предприятий, занято 47 % работников и производится 55 % продукции, работ, услуг. В сфере материального производства малый бизнес преимущественно развивается в пищевой промышленности (производство полуфабрикатов, фасовка, выпечка, другие технологически несложные производства), производстве отдельных видов бытовых и специальных приборов, узлов (домофоны, радиоустройства), комплектующих для жилого фонда (окна, двери, решетки, заборы и т. д.), деревообработке (изготовление доски обрешетки) и др.

Сложились две основные группы малых предприятий в промышленности. Одна ориентирована на дорогостоящие импортные технологии и хотя бы частичные импортные поставки сырья и комплектующих. Такие предприятия не связаны с отечественными производителями оборудования и технологий, не участвуют в субподрядных и иных организационно-правовых отношениях со средним и крупным предпринимательством. Они отличаются высокой капиталоемкостью и низкой рентабельностью производства. Другая группа предприятий сориентирована на промышленное использование перспективных отечественных разработок и отечественного оборудования. Эти предприятия имеют более высокие технико-экономические показатели функционирования.

Деятельность малого бизнеса в сфере услуг (бытовое обслуживание населения, страхование) значительно более активны и разнообразна. Здесь малое предпринимательство за некоторыми исключениями (автозаправочные станции) базируется не на дорогостоящих машинных технологиях, как в материальном производстве, потому и приоритеты развития в этой сфере иные: доступ к дешевым арендным помещениям, кредитам.

8.3. Экономическая деятельность малого бизнеса

Малые предприятия обладают самостоятельностью в хозяйственной деятельности, распоряжении выпускаемой продукцией и прибылью, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Малые предприятия самостоятельно планируют свою деятельность и определяют перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию (услуги) и необходимости производственного и социального развития предприятия, повышения доходов его работников. Основу планов составляют договоры, заключенные с потребителями (покупателями) продукции и поставщиками сырья и материалов,

необходимых для производства этой продукции. Предприятия реализуют продукцию (работы, услуги) по ценам, устанавливаемым на договорной основе.

Источниками формирования финансовых ресурсов малых предприятий в зависимости от его организационно-правовой формы являются: прибыль, амортизационные отчисления, средства, полученные от продажи ценных бумаг, паевые и иные взносы членов трудового коллектива, а также кредиты и другие поступления, не противоречащие закону (рис. 8.14).

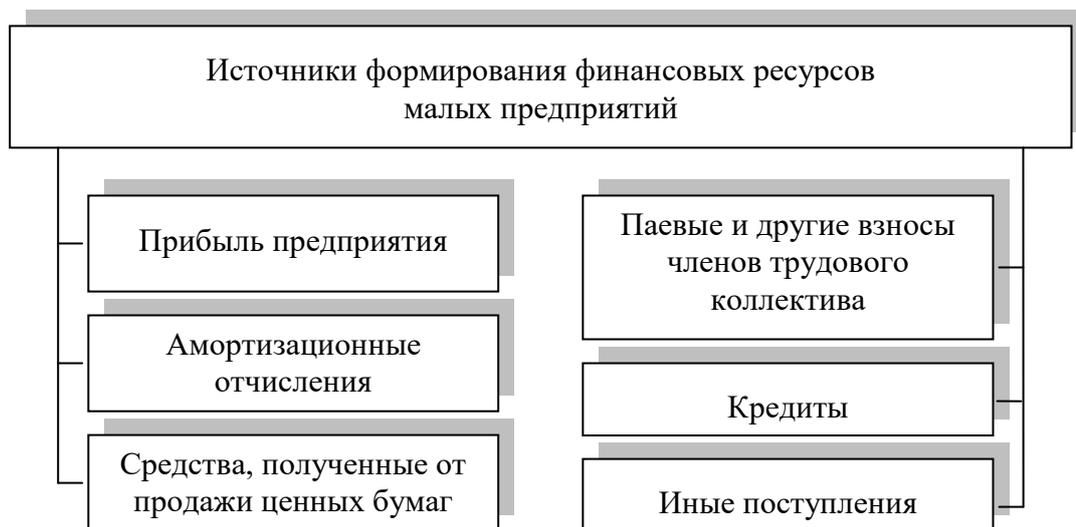


Рисунок 8.14. Источники формирования финансовых ресурсов малых предприятий

Для хранения денежных средств и осуществления расчетных, кредитных и кассовых операций малые предприятия открывают расчетные и другие счета в любом коммерческом банке.

Предприятия несут полную ответственность за соблюдение кредитных договоров и расчетной дисциплины. Предприятие, не выполняющее свои обязательства по расчетам, может быть в судебном порядке объявлено неплатежеспособным (банкротом) в соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» (2002, с последующими изменениями и дополнениями).

Формы, системы и размер оплаты труда работников и другие виды доходов предприятия устанавливают самостоятельно. Независимо от формы собственности и организационно-правовой формы они обязаны обеспечить гарантированные законом минимальный размер оплаты труда, условия труда и меры социальной защиты работников. При этом предприятия могут устанавливать для работников дополнительные отпуска, сокращенный рабочий день и иные льготы, а также поощрять работников организаций, обслуживающих трудовой коллектив и не входящих в состав малого предприятия.

Работники малых предприятий подлежат социальному и медицинскому обеспечению в порядке и на условиях, установленных для рабочих и служащих государственных предприятий. Малое предприятие вносит взносы по социальному и медицинскому страхованию и социальному обеспечению в порядке и размерах, установленных законодательством.

Малые предприятия функционируют сегодня во всех сферах и отраслях национального хозяйства, выполняя один или несколько видов деятельности. Однако

следует иметь в виду, что отдельные виды деятельности разрешаются исключительно государственным предприятиям, а производство ряда товаров может быть осуществлено только на основании специального разрешения (лицензии).

Лицензия – разрешение на право либо право на выполнение некоторых действий в течение установленного лицензионного срока при соблюдении определенных условий их осуществления, которое может удостоверяться (подтверждаться) одноимённым документом. На практике лицензиями также сокращённо именуется лицензионные договоры (соглашения), предусматривающие выдачу частноправовых лицензий.

Необходимые для получения лицензии документы:

- Заявление о выдаче необходимой лицензии с указанием:- фамилия, имя, отчество; паспортные данные; вид деятельности; срок действия лицензии.
- Свидетельство (патент) о праве заниматься определенной деятельностью.
- Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве предпринимателя со штампом налогового органа.

8.4. Проблемы малого предпринимательства в России и пути их преодоления

Выделим основные причины, тормозящие развитие малого предпринимательства в России:

- негативные тенденции в экономике (инфляция, спад производства, ухудшение платежной дисциплины, недоступность кредитов, низкий платежеспособный спрос населения, низкий уровень развития инфраструктуры малого предпринимательства);
- неотработанность организационных и правовых основ регулирования развития предпринимательства на региональном уровне;
- отсутствие необходимой государственной поддержки малого предпринимательства;
- низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предпринимателей, отсутствие необходимой деловой этики.

Малые предприятия в России сталкиваются с большими трудностями. Основная проблема – недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая. Материально-техническое обеспечение малых предприятий осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для малых предприятий и учитывающие их специфику, практически отсутствуют. Ограничен доступ к высоким технологиям, покупка которых требует значительных финансовых затрат. Предпринимателю сложно найти финансовые средства в необходимом объеме. А напряженный государственный бюджет не может стать их источником. Как следствие, остается надеяться на кредитные ресурсы. Однако, тут возникает вторая проблема: специфические особенности предприятий малого бизнеса, а именно высокая степень риска и неустойчивость на рынке, делают его непривлекательным для кредиторов. Кредиты предоставляются только под залог или поручительство.

В особо трудном положении оказываются частные малые предприятия. Невозможность получения кредита исключает способность конкурировать с иными предприятиями. Кредитная необеспеченность вынуждает малые предприятия уходить в тень или оформлять низкую рентабельность для прикрытия подпольного бизнеса. Этот процесс обостряется в периоды учреждения малого предприятия, выхода на рынок и при макроэкономических кризисах. В сложившейся ситуации назрела объективная необходимость разработки и реализации мер льготного кредитования и

налогообложения по отношению к субъектам малого предпринимательства. Дадим определения этим понятиям

Кредиты, ссуды – финансовая помощь на возвратной основе за определенный процент индивидуальным предпринимателям для приобретения сырья, материалов, инструментов, другого имущества, используемого для осуществления своей предпринимательской деятельности.

Залог – ситуация, при которой кредитор по обеспеченному залогом обязательству имеет право в случае не исполнения должником этого обязательства получать удовлетворение из стоимости заложенного имущества в первую очередь.

Поручительство – договор, который возникает между кредитором должника и его поручителем. Поручитель согласно договора поручительства обязуется перед кредитором другого лица отвечать за исполнение обязательств заемщиком полностью или частично. Поручителем может быть любое платежеспособное лицо независимо от места его нахождения.

Еще одна проблема – дефицит производственных помещений и оборудования. Целесообразно будет при данных обстоятельствах активно использовать простаивающие мощности как предприятий-банкротов, так и функционирующих предприятий, не имеющих возможности полностью использовать мощности и производственные площади. Государство должно при этом не выставлять на аукционах на продажу государственную собственность, а сдавать малым предприятиям на конкурсной основе в долгосрочную аренду.

Требуется решения и проблема дефицита кадров. Знания, получаемые в ходе обучения в высших учебных заведениях, пока оказываются явно недостаточными для начинающих предпринимателей.

Следующая проблема – законодательная база, на которую может опираться малое предпринимательство. Во-первых, нет сводной единой законодательной основы сегодняшней деятельности российских малых предприятий; во-вторых, многие из имеющихся разрозненных законов и указов не действуют.

В целях решения указанных проблем и развития малого предпринимательства в настоящее время принят ряд специальных постановлений, осуществляется его государственная поддержка (пока, к сожалению, в недостаточном объеме), о чем пойдет речь в следующем вопросе лекции.

8.5. Направления и формы государственной поддержки малого предпринимательства

В настоящее время государственная поддержка малого предпринимательства осуществляется по разным направлениям. Благодаря действующим программам господдержки многие бизнес-идеи смогли найти свою реализацию в реальных проектах, а начинающие предприниматели получили возможность обрести работу и создать новые рабочие места на рынке труда своего региона.

Приоритетное направление государственной поддержки предприятий малого бизнеса - льготное налогообложение. С 2013 года у организаций малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей есть выбор между тремя льготными системами: упрощенная, патентная или единый налог на вмененный доход (ЕНВД).

ЕНВД. По сути, уплачивается лишь 15 % от вмененного дохода, величина которого рассчитывается в зависимости от вида и особенностей деятельности. Также уплачиваются взносы в ПФР, медстрах и фонд социального страхования (при

отсутствии работников уплачиваются минимальные фиксированные взносы). Организации, выплачивающие заработную плату, выступают агентом по НДФЛ и уплачивают 13% (или иные ставки) в бюджет.

Упрощенная система налогообложения (УСН). Для данной системы налогообложения малого бизнеса уплачивается налог размером 6% от доходов, либо 15% от доходов за вычетом величины произведённых расходов. Чаще применяется первая ставка. Это более целесообразно, проще для учёта, к тому же отпадают вероятные споры с налоговой по поводу существенности того или иного расхода для включения его в вычитаемую из налоговой базы сумму.

Патентная система налогообложения (ПСН). Применяется только для ИП. И то лишь для тех, кто осуществляет деятельность в рамках списка, обозначенного НК (ст. 346.43). Патент выдается налоговым органом на срок, выбранный предпринимателем и ограниченный рамками календарного года. Налоговая база рассчитывается как предполагаемый к получению доход за год. Данное значение определяется субъектом РФ и зависит от вида деятельности. Налог рассчитывается по ставке 6%, годовая база делится на 12 и умножается на количество месяцев, на которые получен патент. Также уплачиваются страховые взносы в фонды.

Таким образом, существенной разницы по освобождению от налогов, применяемых для общей системы, не наблюдается. Налогообложение малого бизнеса по льготным режимам отличается лишь особенностями расчета облагаемой базы и некоторыми ограничениями для применения режима.

Еще одна мера поддержки – субсидирование отдельных видов затрат.

Помимо этого предприниматели в сфере малого бизнеса получают возможность воспользоваться одной из существующих на сегодня форм государственной поддержки.

Поддержка малого бизнеса в России сегодня ведется сразу по нескольким направлениям. Действующие программы предусматривают возможности для получения субсидий — от выделения средств на развитие бизнеса до компенсации расходов на оформление необходимых для регистрации ИП документов (через центр занятости или фонды поддержки предпринимательского сообщества).

Кроме того, за государственный счёт проводится переподготовка или обучение граждан основам бизнеса, с прохождением учебного курса в государственном, либо аккредитованном для ведения подобной деятельности частном учебном заведении. В некоторых случаях организуется стажировка предпринимателей в сфере малого бизнеса на крупных отраслевых предприятиях.

Ещё одним популярным направлением в сфере поддержки малого предпринимательства является возможность получения льгот в рамках лизингового кредитования, либо субсидирование для погашения кредита, полученного на развитие бизнеса. Также поддержка малого бизнеса в сфере наукоемкого производства в 2013 году предполагает выдачу государственных грантов, позволяющих покрыть расходы на исследования или запуск в производство того или иного изобретения.

Однако, сложные экономические условия хозяйствования и существующие проблемы развития малого предпринимательства выявили неэффективность многих из осуществляемых мер государственной поддержки. В этой связи дальнейшее развитие и совершенствование всей системы государственной поддержки малого предпринимательства становится необходимым для успешного развития малого бизнеса в нашей стране.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что понимается под малым предпринимательством? Назовите критерии определения субъектов малого и среднего предпринимательства.
2. Каковы основные задачи малого бизнеса?
3. В чем заключаются основные функции малого предпринимательства?
4. Каковы преимущества и недостатки малых форм предпринимательства?
5. Перечислите основные виды деятельности субъектов малого предпринимательства.
6. Охарактеризуйте экономическую деятельность малого бизнеса.
7. Каковы основные проблемы малого предпринимательства в России на современном этапе?
8. Каковы основные направления и формы государственной поддержки малого предпринимательства?

Список литературы:

Основная литература:

1. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.
2. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1. Блинов, А. О. Малое предпринимательство: Теория и практика : учебник / А.О. Блинов. - М. : Дашков и К, 2003. – 355 с.
2. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.
3. Лапуста, М. Г. Малое предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста. - М. : Инфра-М, 2004. – 453 с.
4. Цобберг, О. А. Малое предпринимательство в пищевой промышленности : методические указания для проведения семинарских занятий и выполнения практических работ очной и заочной формы обучения. / О. А. Цобберг, И. Л. Воротников. - Саратов : ФГОУ ВПО "Саратовский ГАУ", 2005. – 32 с.
5. Широков, Б. М. Малый бизнес. Финансовая среда предпринимательства : учебное пособие / Б. М. Широков. - М. : Финансы и статистика, 2006. – 495 с.

ЛЕКЦИЯ 9. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(форма – традиционная лекция)

- 9.1 Сущность, цель и задачи государственного регулирования предпринимательской деятельности.
- 9.2 Регулирование формирования и функционирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия.
- 9.3 Антимонопольное регулирование.
- 9.4 Регулирование цен на товары, работы и услуги.
- 9.5 Регулирование качества продукции, работ и услуг.
- 9.6 Налоговое регулирование.
- 9.7 Регулирование внешнеэкономической деятельности.

9.1. Сущность, цель и задачи государственного регулирования предпринимательской деятельности

Место и роль государства в экономике каждой страны определяются эффективностью применяемых мер и средств государственного регулирования, с помощью которых решаются социально-экономические и иные задачи.

Государственное регулирование экономики представляет собой совокупность мер экономического, правового и организационного воздействия на экономику, в том числе путем государственной поддержки и защиты субъектов предпринимательской деятельности, а также государственного контроля за соблюдением требований законодательства субъектами такой деятельности.

Целью государственного регулирования предпринимательской деятельности является создание определенных условий, обеспечивающих нормальное функционирование экономики в целом и стабильное участие предпринимателей страны в международном разделении труда.

В обобщенном виде в задачи государственного регулирования входят:

- разработка, принятие и контроль за законодательством, обеспечивающим правовую основу и защиту интересов предпринимателей;
- повышение эффективности государственного регулирования и снижение соответствующих издержек;
- ослабление прямых форм вмешательства и бюрократического контроля за деятельностью предприятий;
- создание условий для свободной и добросовестной конкуренции на рынке, свободного перемещения товаров на внутреннем и внешнем рынках, контроль за соблюдением правил конкуренции;
- обеспечение товарно-денежного и бюджетного равновесия посредством финансовой, налоговой, процентной политики и управления денежной эмиссией;
- сочетание текущих и перспективных направлений развития экономики: структурно-инвестиционной политики и научно-технической политики;
- содействие долговременному росту накопления капиталов и стабильному развитию, сдерживание инфляции экономическим путем, снятие ограничений административного регулирования хозяйственной сферы деятельности;

- обеспечение свободного передвижения рабочей силы и соблюдения норм трудового законодательства, регулирование частного найма и порядка оплаты труда;
- поддержание социального равновесия и приемлемого для большинства населения уровня дифференциации и распределения доходов.

В современных условиях наблюдается усиление государственного воздействия на экономические процессы, меняются организационные формы взаимодействия государственных органов с хозяйствующими субъектами, происходят существенные сдвиги в целях, механизме, аппарате управления, в сочетании государственного и рыночного механизмов регулирования. Это общая тенденция, характерная для большинства стран с развитой экономикой.

9.2. Регулирование формирования и функционирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия

В соответствии с Федеральным законом РФ «О государственном регулировании агропромышленного производства» товаропроизводителям, занятым в этой сфере, гарантируется возможность свободной реализации произведенной ими продукции. При этом органы государственной власти обязаны осуществлять и стимулировать формирование рыночной системы сбыта сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Если нарушается баланс производства и потребления отдельных видов сельскохозяйственной продукции или выявляется невозможность их реализации на рынке, государство выступает гарантом их сбыта. Для стабилизации рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия проводятся закупочные и товарные интервенции. Закупочные интервенции осуществляются в форме организации закупок и проведения залоговых операций с сельскохозяйственной продукцией, товарные — в форме организации ее распродажи из федерального и региональных продовольственных фондов.

Закупочные интервенции проводят, если рыночные цены на сельскохозяйственную продукцию, сырье и продовольствие опускаются ниже минимального уровня или товаропроизводители, занятые в сфере агропромышленного производства, не могут реализовать произведенную продукцию из-за снижения спроса. Товарные интервенции проводятся в случае дефицита на рынке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, а также роста рыночных цен выше максимального уровня их колебаний на рынке.

Государственные закупочные и товарные интервенции осуществляются в отношении ряда видов продукции: зерна, семян масличных культур, шерсти, мяса крупного рогатого скота, свиней и птицы, масла растительного, сахара, масла сливочного и молока сухого и др.

Проведение закупочных интервенций основано на ценах, являющихся расчетным нижним пределом колебаний рыночных цен, товарных — расчетным верхним пределом.

9.3. Антимонопольное регулирование

Цель антимонопольного регулирования — предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, создание условий для формирования и функционирования товарных рынков.

Под монополистической деятельностью понимаются действия хозяйствующих субъектов, а также федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органов местного

самоуправления, направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции.

Поэтому в целях предупреждения монополизма должностным лицам властных органов запрещено заниматься самостоятельной предпринимательской деятельностью, иметь в собственности предприятия, самостоятельно или через представителя голосовать посредством принадлежащих им акций, паев, долей участия, занимать должности в органах управления хозяйствующего субъекта.

Запрет монополистической деятельности относится к предпринимателям и организациям, занимающим доминирующее положение на товарном рынке. В соответствии с действующим законодательством доминирующим признается исключительное положение одного или нескольких хозяйствующих субъектов на рынке товара, не имеющего заменителя, либо взаимозаменяемых товаров, дающее ему (им) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соответствующем рынке или затруднять доступ на рынок другим хозяйствующим субъектам.

Положение хозяйствующего субъекта признается доминирующим, если его доля на рынке определенного товара составляет 65 % и более. Доминирующим может быть признано положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара менее 65 %, если это установлено антимонопольным органом исходя из стабильности размера долей конкурентов, возможности доступа на этот рынок новых конкурентов или иных критериев, характеризующих товарный рынок.

В Законе «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» перечислены признаки недобросовестной конкуренции, среди которых:

- распространение ложных, неточных или искаженных сведений, способных причинить убытки хозяйствующему субъекту или нанести вред его репутации;
- некорректное сравнение хозяйствующим субъектом в процессе его рекламной деятельности производимых или реализуемых им товаров с товарами других хозяйствующих субъектов;
- самовольное использование товарного знака, фирменного наименования или маркировки товаров, копирование формы, упаковки, внешнего оформления товара другого хозяйствующего субъекта;
- намеренное введение потребителя в заблуждение относительно характера, способа и места изготовления, потребительских свойств, качества товара;
- получение, использование, разглашение научно-технической, производственной или торговой информации, в том числе коммерческой тайны, без согласия ее владельца.

Для осуществления антимонопольной политики созданы Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП России) и его территориальные органы.

Антимонопольные органы используют такие средства воздействия как дача хозяйствующим субъектам обязательных для исполнения предписаний о прекращении нарушений антимонопольного законодательства и устранении их последствий, расторжении или изменении договоров, противоречащих антимонопольному законодательству, перечислении в федеральный бюджет той части прибыли, которая была получена в результате нарушения антимонопольного законодательства.

На Министерство РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства возложена ответственность за ведение Государственного реестра организаций-монополистов. Эти организации обязаны осуществлять декларирование повышения цен на ту продукцию, по которой они признаны монополистами. Вместе с

декларацией они предоставляют в орган ценообразования данные о достигнутом и предполагаемом объеме производства, размерах прибыли, расчет себестоимости продукции и т.п..

Неисполнение предписаний антимонопольного органа руководителями коммерческих и некоммерческих организаций и индивидуальными предпринимателями, воспрепятствование выполнению сотрудниками антимонопольного органа возложенных на них обязанностей влекут за собой предупреждение или наложение штрафа в установленном размере.

9.4. Регулирование цен на товары, работы и услуги

Цены являются важнейшим инструментом формирования рынка, а потому государство разными методами оказывает влияние на их образование и применение.

В зависимости от порядка установления и степени вмешательства государства в формирование цен в предпринимательской деятельности используют рыночные (договорные), регулируемые и фиксированные цены.

Рыночная (договорная) цена товара – это цена, которая складывается на рынке под влиянием спроса и предложения без прямого государственного воздействия. Другими словами, это свободная цена, которую предприниматели устанавливают по согласованию с потребителями при заключении договоров.

Регулируемая цена определяется при прямом государственном воздействии на нее путем установления верхнего предела цены, предельного уровня рентабельности либо нормативов определения цен предпринимателями.

Фиксированная цена - твердо установленная цена, которая не может быть изменена в договорах (например, тарифы на электрическую и тепловую энергию).

Целевые цены на сельскохозяйственную продукцию устанавливаются Правительством РФ для обеспечения паритетного соотношения цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, получения работниками сельского хозяйства доходов на уровне среднего дохода работников по отраслям экономики и получения прибыли, достаточной для ведения расширенного воспроизводства.

Гарантированные цены на сельскохозяйственную продукцию устанавливает орган государственной власти на основе целевой цены. Они должны обеспечивать сельскохозяйственным товаропроизводителям (с учетом других форм государственной поддержки) получение доходов, достаточных для осуществления расширенного воспроизводства,

Наряду с правами в законодательстве предусмотрен ряд обязанностей предпринимателей в сфере образования и применения цен. Так, не допускается изъятие из обращения товаров с целью повышения цен, заключение соглашений об уровне цен и др.

9.5. Регулирование качества продукции, работ и услуг

Базой государственного регулирования качества продукции служит законодательство о стандартизации и сертификации продукции, работ и услуг. Требования, предъявляемые к качеству продукции, устанавливаются в соответствии с Федеральным законом РФ «О стандартизации» (1993 г.) и другими нормативными документами: ГОСТами, ОСТами, СТП.

ГОСТы разрабатываются на продукцию, имеющую межотраслевое значение. В них закрепляются требования обязательные (например, направленные на обеспечение

безопасности жизни и здоровья людей, имущества, охраны окружающей среды, технической и информационной совместимости, взаимозаменяемости продукции) и рекомендательные (все остальные требования).

ОСТы разрабатывают и применяют соответствующие ведомства в пределах своей компетенции на продукцию, имеющую однородное потребительское или функциональное назначение.

СТП разрабатываются и утверждаются организациями-изготовителями самостоятельно. Их требования подлежат обязательному соблюдению другими субъектами хозяйственной деятельности, если в договоре на разработку, производство и поставку продукции сделана на них ссылка.

В государственном регулировании качества продукции большое значение имеет сертификация, под которой понимают подтверждение соответствия качества продукции требованиям нормативных документов по ее стандартизации. Сертификация осуществляется с целью предотвращения поступления на рынок товаров, представляющих опасность для жизни и здоровья людей и окружающей среды; обеспечения экономии ресурсов, повышения конкурентоспособности продукции на внутреннем и внешнем рынках. При этом различают обязательную и добровольную сертификацию. Перечни видов продукции, подлежащей обязательной сертификации, утверждают государственные властные органы в пределах их компетенции. В настоящее время туда входят: все пищевые продукты и сырье, используемое при их изготовлении, товары для детей, парфюмерно-косметические средства, товары бытовой химии, средства химизации сельского хозяйства и др.

Контроль и надзор за соблюдением субъектами хозяйственной деятельности обязательных требований к продукции, установленных ГОСТами, осуществляется Госстандартом России и иными органами исполнительной власти, осуществляющими контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг), в пределах их компетенции.

В целях повышения ответственности за качество технически сложной продукции, предназначенной для длительного пользования или хранения, изготовитель устанавливает гарантийный срок и срок службы.

Гарантийный срок - срок, в течение которого покупатель может, установив скрытые недостатки продукции (товара), предъявить соответствующие претензии поставщику (продавцу). Гарантийный срок на продукцию исчисляется со дня ввода ее в эксплуатацию, на товары народного потребления — со дня продажи через розничную торговую сеть. Гарантийный срок продлевается на время, в течение которого в изделии устранялись обнаруженные недостатки.

Срок службы – это период, по окончании которого товары экономически нецелесообразно использовать либо их использование может представлять опасность для жизни и здоровья человека. В последнем случае требование об установлении срока службы - обязательное требование.

Под сроком хранения понимается время хранения продуктов питания и др., в течение которого они остаются качественными или дата, когда этот срок истекает.

Согласно ГОСТу Р 51074-2003 срок хранения: «период, в течение которого пищевой продукт при соблюдении установленных условий хранения сохраняет свойства, указанные в нормативном или техническом документе. Истечение срока хранения не означает, что продукт не пригоден для использования по назначению». Другими словами, на протяжении этого срока продукт полностью сохраняет вкус,

консистенцию, аромат и полезные качества (например, содержание живых культур в йогурте) в таком же виде, как и при выпуске.

Срок хранения или гарантийный срок хранения может назначаться промышленным товарам, строительным материалам, документам и др.

В свою очередь, срок годности – это время хранения продуктов питания и др., в течение которого они остаются безопасными для употребления или дата, когда этот срок истекает. Согласно закону о защите прав потребителей, срок годности - период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению. Например, по истечении срока хранения мёд, например, может потемнеть или засахариться (иными словами, спустя восемь месяцев он может стать уже не таким, как при изготовлении), однако он всё ещё безопасен и даже полезен. А вот если истёк срок годности мёда (примерно два года со дня выработки), то лучше от такого лакомства вообще воздержаться. Срок годности устанавливается на продукты питания, парфюмерно-косметические средства, медикаменты и другие товары, потребительские свойства которых со временем могут ухудшиться до такой степени, что они станут непригодными для использования или могут представлять опасность для жизни и здоровья.

9.6. Налоговое регулирование

Налоговый кодекс РФ определяет перечень налогов, сборов, пошлин и других платежей, плательщиков налогов, их права и обязанности, права и обязанности налоговых органов, порядок уплаты налогов, льготы плательщикам, а также величину налоговых ставок. При этом уплату таможенных пошлин контролируют таможенные органы, внесение платежей в Пенсионный фонд и Фонд обязательного медицинского страхования — соответственно органы Пенсионного фонда и Федерального фонда обязательного медицинского страхования.

В Налоговом кодексе предусмотрены 15 видов налоговых правонарушений и ответственность за их совершение. В частности, к правонарушениям относятся: нарушение срока постановки на учет и уклонение от постановки на учет в налоговом органе; непредставление налоговой декларации; грубое нарушение правил учета доходов и расходов и объектов налогообложения; неуплата или неполная уплата сумм налога и т.д.

Налоговые санкции являются мерой ответственности за совершение налогового правонарушения и применяются в виде денежных взысканий (штрафов). Кроме ответственности предприятий за совершение налоговых правонарушений их должностные лица несут административную ответственность за нарушение налогового законодательства, а также уголовную ответственность в соответствии с Уголовным кодексом (например, при уклонении от уплаты налогов путем включения в бухгалтерские документы заведомо искаженных данных о доходах или расходах либо путем сокрытия объектов налогообложения, совершенного в крупных размерах).

9.7. Регулирование внешнеэкономической деятельности

Согласно действующему законодательству все зарегистрированные в России организации вправе осуществлять внешнеэкономическую деятельность без специальной регистрации, если такая деятельность предусмотрена их уставом.

При этом любое государство осуществляет регулирование внешнеэкономической деятельности предпринимателей, обеспечивая систему протекционистских мер, направленных на создание национальным товаропроизводителям наиболее благоприятных условий на внутреннем и внешнем рынках. К таковым относятся:

1. таможенное обложение (тарифные барьеры), предполагающее использование покровительственных пошлин для затруднения ввоза в страну (реже — вывоза из нее) определенных видов товаров;

2. различные нетарифные барьеры, наибольшее распространение среди которых получили меры прямого ограничения - нтингентирование и лицензирование внешнеэкономических операций,

На практике контингенты обычно устанавливаются в форме списков товаров, свободный ввоз или вывоз которых ограничен определенным процентом от объема (стоимости) их национального производства. При исчерпании количества (суммы) контингента экспорт (импорт) соответствующего товара прекращается. В свою очередь, лицензирование предполагает необходимость получения предпринимателем лицензии на осуществление соответствующей внешнеэкономической операции.

К мерам прямых ограничений относят также использование государственной монополии как исключительного права государственных органов или уполномоченных ими фирм на осуществление определенных видов внешнеэкономической деятельности. Подобная практика также обеспечивает отечественному товаропроизводителю серьезные конкурентные преимущества в борьбе с иностранными конкурентами.

Косвенные ограничения внешнеэкономической деятельности предпринимателей непосредственно не связаны с запретом на ее осуществление или уменьшением ее объема. Важное место в системе этих ограничений отводится национальной налоговой системе и национальным стандартам. Налоговая система создает преимущества для покупателей и пользователей национальной продукции (система регистрационных сборов, акцизов и т. д.).

Среди других косвенных ограничений могут использоваться правительственные предписания об использовании при производстве продукции определенной доли национального сырья, запрет приобретения государственными организациями импортных товаров при наличии национальных аналогов и др.

3. Средства государственного стимулирования экспорта, в том числе прямые дотации экспортерам в виде экспортных премий, выдача на льготных условиях экспортных кредитов, государственное страхование при осуществлении внешнеэкономических операций со странами с нестабильным политическим режимом, налоговые льготы и т. д. Государство может взять на себя значительную долю расходов по исследованию конъюнктуры мирового рынка, защите интересов национальных экспортеров и импортеров и др.

Вопросы для самоконтроля:

1. В чем заключается государственное регулирование предпринимательской деятельности? Каковы основные задачи его осуществления?

2. В чем заключается регулирование формирования и функционирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия?

3. Что представляет собой антимонопольное регулирование?

4. Охарактеризуйте регулирование цен на товары, работы и услуги.

5. В чем заключается и с какой целью осуществляется регулирование качества продукции, работ и услуг?

6. Что понимается под налоговым регулированием?

7. Что представляет собой регулирование внешнеэкономической деятельности?

Список литературы:

Основная литература:

1. Нечаев, В. И. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК : учеб. пособие / В. И. Нечаев, П. Ф. Парамонов. - М. : Колос С, 2008. – 312 с.

2. Черутова, М. И. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / М. И. Черутова. - СПб. : ГИОРД, 2008. – 160 с.

Дополнительная литература:

1. Грядов, С. И. Теория предпринимательства : учебное пособие / С. И. Грядов ; Международная ассоциация "Агрообразование" . - М. : Колос С, 2007. – 328 с.

2. Организация предпринимательской деятельности : учебник / С. И. Грядов, П. Е. Подгорбунских, В. А. Удалов и др. ; Под ред. С. И. Грядова. - М. : Колос С, 2003. – 416 с.

3. Основы предпринимательства / ред. А. С. Пелих. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 512 с.

4. Попов, Н. А. Организация предпринимательской деятельности в аграрном производстве : учебник / Н.А. Попов. - М. : Изд-во РУДН, 2003. – 329 с.

5. Яковлев, Б. И. Организация производства и предпринимательство в АПК : учебник / Б. И. Яковлев. - М. : Колос С, 2004. – 424 с.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

а) основная литература

2. **Буров, В.П.** Бизнес-план фирмы. Теория и практика [Текст]: учебное пособие для студ. по напр. 080100 «Экономика» и эконом. спец.; рек. УМО / В. П. Буров, А. Л. Ломакин, В. А. Морошкин. - М. : Инфра-М, 2013. - 192 с. ISBN 978-5-16-001648-1

3. **Забродская, Н.Г.** Предпринимательство. Организация и экономика малых предприятий [Текст]: учебник / Н. Г. Забродская. – М. : Инфра-М, 2014. – 263 с. ISBN 978-5-16-009690-2

4. **Лапуста, М.Г.** Предпринимательство [Текст]: учебник по управленческим дисциплинам / М. Г. Лапуста. – М. : Инфра-М, 2014. – 384 с. ISBN 978-5-16-006602-8

б) дополнительная литература

5. **Воротников, И. Л. [и др.].** Организация и менеджмент инновационного агробизнеса [Текст]: учебное пособие / И. Л. Воротников [и др.]. – Саратов :Саратовский источник; Саратов : Наука, 2012. – 244 с. ISBN 978-5-9999-1108-7

6. **Воротников, И. Л. [и др.].** Устойчивое функционирование агробизнеса в условиях природно-экономической нестабильности [Текст] : монография / И. Л. Воротников, Л. А. Третьяк, К. А. Петров. – Саратов : ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ», 2012. – 144 с. ISBN 978-5-7011-0759-3

7. **Гитомер, Д.** Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать [Текст]: научно-популярная литература / Д. Гитомер. – СПб. : Питер, 2012. – 192 с. : ил.. – Пер. с англ. - ISBN 978-5-459-01204-0

8. **Лошкарев, В.** Бизнес с нуля: советы и практика [Текст] / В. Лошкарев. – СПб. : Питер, 2012. – 288 с. ISBN 978-5-459-00661-2

9. **Панкратов, Ф.Г.** Коммерческая деятельность [Текст]: учебник для студ. вузов; рек. МОН РФ / Ф. Г. Панкратов. - 13-е изд., доп. и перераб. - М. : Дашков и К, 2013. - 500 с. ISBN 978-5-394-01418-5

10. **Петров, К. А.** Управление инновационной инфраструктурой агробизнеса [Текст] : монография / К.А. Петров. – Саратов, 2013. – 240 с. ISBN 978-5-91879-260-5

11. **Стрекалова, Н.Д.** Бизнес-планирование: теория и практика [Текст]: учебное пособие для бакалавров и специалистов / Н. Д. Стрекалова. – СПб. : Питер, 2012. – 352 с. ISBN 978-5-459-01065-7

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. **Горфинкель, В.Я.** Малый бизнес. Организация, экономика, управление: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, по направлениям «Экономика», «Управление» / В. Я. Горфинкель; под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. [Электронный ресурс] URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=391816>

2. **Горфинкель, В.Я.** Предпринимательство: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Коммерция (торговое дело)» / под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка. - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-

ДАНА, 2012. - 687 с. - (Серия «Золотой фонд российских учебников»). [Электронный ресурс] URL:<http://znanium.com/bookread2.php?book=389592>

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, Агропоиск, полнотекстовая база данных иностранных журналов Doal, поисковые системы Rambler, Yandex, Google:

1. Официальный сайт журнала «Российское предпринимательство» - http://www.creativeconomy.ru/mag_rp/archive/29271/
2. Официальный сайт журнала «Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий» - www.eshpp.ru
3. Официальный сайт международного научного журнала по экономике из перечня ВАКа РФ «Экономика предпринимательства» - <http://www.intereconom.com/archive/142.html>
4. Официальный сайт научно-производственного журнала «Экономика сельского хозяйства России» - <http://www.esxr.ru>
5. Официальный сайт теоретического и научно-практического журнала «АПК: экономика, управление» - http://www.vniiesh.ru/publications/zhurnal_laquoарк
6. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование [Комплект] : теория и практика; учебное пособие для бакалавров и специалистов / Н. Д. Стрекалова. - СПб. : Питер, 2012. - 352 с., 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Учебное пособие. Стандарт третьего поколения).
7. Электронная библиотека СГАУ - <http://library.sgau.ru>
8. 1001 договор на все случаи бизнеса [Электронный ресурс] : справочное издание. - М. : Равновесие, 2008. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM). - (Электронный справочник). - Систем. требования: процессор Pentium-II, память 256 МБ ОЗУ, дисковод 24-х CD-ROM, система Windows 98 NT/2000/XP (стандарт "Saledook", функция "Комфортное чтение", система "Интеллектуального поиска", с возможностью создания личной "Электронной библиотеки" и файлов для закидыванию на мобильные устройства).

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
Лекция 1. Сущность и значение предпринимательской деятельности	4
Лекция 2. Предпринимательская среда. Мотивация и социальная ответственность предпринимателя	15
Лекция 3. Виды и формы предпринимательской деятельности	21
Лекция 4. Риск и стратегия предпринимательства	29
Лекция 5. Обоснование и технология принятия предпринимательского решения	35
Лекция 6. Коммерческая деятельность предпринимателя	41
Лекция 7. Партнерские связи в предпринимательской деятельности	50
Лекция 8. Организация малых форм предпринимательства	57
Лекция 9. Государственное регулирование предпринимательской деятельности	66
Библиографический список	74