



**Елена Николаевна Егорова
Елена Юрьевна Логинова**

Коммерческая деятельность: конспект лекций

*Текст предоставлен издательством «Эксмо»
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=180364
Коммерческая деятельность. Конспект лекций: Эксмо; Москва; 2008
ISBN 978-5-699-26280-9*

Аннотация

Конспект лекций соответствует требованиям Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Доступность и краткость изложения позволяют быстро и легко получить основные знания по предмету, подготовиться и успешно сдать зачет и экзамен.

Рассматриваются понятие, сущность и виды предпринимательства, бизнес-операции, структура бизнес-плана, формы организации бизнеса и многое другое.

Для студентов экономических вузов и колледжей, а также тех, кто самостоятельно изучает данный предмет.

Содержание

ЛЕКЦИЯ № 1. Что есть бизнес?	4
1. Бизнес и предпринимательство. Понятие и сущность	4
2. Основные признаки и черты предпринимательства	6
3. Формы предпринимательства	8
4. История российского предпринимательства	9
5. Ресурсы, факторы и результаты бизнеса	12
6. Новые подходы к проблеме повышения эффективности предпринимательства	14
7. Виртуальный бизнес	16
ЛЕКЦИЯ № 2. Виды предпринимательства	18
1. Частное, коллективное, государственное предпринимательство	18
2. Производственное предпринимательство	20
3. Торговое предпринимательство	22
4. Финансовое предпринимательство	24
5. Страхование предпринимательство	26
6. Посредническое предпринимательство	28
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Елена Николаевна Егорова, Елена Юрьевна Логинова Коммерческая деятельность: конспект лекций

ЛЕКЦИЯ № 1. Что есть бизнес?

1. Бизнес и предпринимательство. Понятие и сущность

При любой экономической системе есть силы, которые являются ведущими в осуществлении основной экономической цели данной системы. В планово-административной системе – это государственные предприятия, в рыночной – бизнес и предпринимательство всех форм собственности, разделяемые по объемам производства на малый, средний и крупный бизнес. Существенное значение играют малые формы бизнеса из-за их многочисленности и высокой рентабельности.

Бизнес и предпринимательство – одни из главных элементов рыночной экономики, без них государство не может интенсивно развиваться. Бизнес и предпринимательство влияют на темпы экономического роста государства, структуру, объем и качество валового национального продукта.

В последнее время такие понятия, как «бизнес» и «предпринимательство», стали смешиваться и утрачивать свой первоначальный смысл.

Одно из самых распространенных на сегодняшний день определений говорит, что **бизнес** – это любая деятельность, направленная на получение прибыли, осуществляемая путем реализации пользующихся спросом товаров и услуг.

Однако существуют и другие определения, более адаптированные к реальным условиям, например: бизнес – это предпринимательская деятельность, которая ведется субъектами рыночной экономики и государственными органами за счет собственных или заемных средств под свою ответственность и главными целями которой являются получение прибыли и развитие собственного предприятия.

Предпринимательство или предпринимательская деятельность – самостоятельная деятельность граждан и их коопераций, связанная с риском, осуществляемая под свою ответственность, направленная на получение дохода от использования имущества, реализации товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, в соответствии с законом.

Разделить эти понятия сложно, поскольку они равнозначны, однако, безусловно, имеются отличия.

Бизнес, как и предпринимательская деятельность, делится по размерам своей реализации на крупный, средний и малый. Они отличаются существенно и в объемах производства, и в размерах основных фондов, и в трудовых и финансовых ресурсах. **Крупный бизнес** – это одна из основ современной экономики, а мелкое и среднее предпринимательство – важный показатель ее состояния и развития.

Предпринимательство как основа бизнеса предполагает собственное дело, что всегда связано с опасностью потерять его и лишиться затраченных материальных и интеллектуальных ресурсов.

Для интенсивного развития бизнеса и предпринимательства необходимы определенные условия и факторы:

- 1) предпринимательская способность, личные интересы, созидательные идеи, выгоды;
- 2) существование свободного места на рынке или вероятность расширения рынка;
- 3) возможность увеличения прибыли;
- 4) способность экономно использовать ресурсы, введение новшеств;
- 5) возможность предсказания кризисных ситуаций и путей их разрешения.

Каждый начинающий предприниматель или бизнесмен должен предварительно проанализировать все факторы, влияющие на дело, например:

- 1) выбрать главное направление собственного дела, учитывая собственный опыт, имеющиеся ресурсы, потенциал и (не в последнюю очередь) конкуренцию и возможный спрос;
- 2) определить тактику и стратегию организации, коммерческие возможности, подобрать квалифицированный персонал;
- 3) оценить финансовый потенциал предприятия, просчитать затраты, оборотные и основные средства, необходимый размер уставного капитала и привлечение возможных спонсоров.

На развитие предпринимательства, кроме способностей и желания самого предпринимателя, велико влияние государственной политики и состояния экономики в целом.

2. Основные признаки и черты предпринимательства

Предпринимательство играет ключевую роль в становлении и развитии рыночных отношений. Мировой опыт показывает, что чем больше возможностей для своей деятельности у отдельных предпринимателей, тем более высоки темпы развития экономики страны. Поэтому очень важно формирование благоприятных условий в стране для развития предпринимательской деятельности.

Предприниматели сталкиваются в своей практической деятельности как с экономическими, так и с организационно-правовыми трудностями. Предпринимательская деятельность имеет две стороны – экономическую и правовую.

С экономической точки зрения предпринимательство играет определенную роль в развитии экономики любой страны. Предприниматели по Шумпетеру – это «хозяйственные субъекты, осуществляющие новые комбинации в своей деятельности». Функция предпринимателей состоит в реализации нововведений, играющих значительную роль в развитии экономики. Новшества включают внедрение прогрессивных технологий, новых продуктов, освоение новых источников энергии и сырья, поиск рынков сбыта с дефицитом товаров, применение современной кадровой политики и систем оплаты труда, введение организационных новшеств и т. п.

Следовательно, **в экономическом аспекте предпринимательство** – это инновационная деятельность, а самого предпринимателя можно рассматривать как носителя новаторской идеи.

Содержание сущности предпринимателя и предпринимательской деятельности менялось с историей становления товарно-рыночных отношений, развитием обмена, производством новых видов товаров и распределением товаров и услуг; важное значение имеет также развитие научно-технического прогресса.

Предприниматель, помимо желаний получить максимально возможную прибыль, своей целью также ставит налаживание производственного процесса, постоянное возобновление производственных циклов. Поэтому для достижения поставленных целей необходимо быстро реагировать на все, даже незначительные изменения на рынке, и следить за настроениями потребителя. **Предпринимательство** – это не всякий бизнес, это особая форма хозяйствования, которой присуще все новое, в то время как **бизнес** – это деятельность в сфере производства товаров и услуг, распределения и реализации товаров и услуг без инноваций, без инициативы содействия применению новых научно-технических разработок. Таким образом из года в год производится один и тот же продукт, его сбыт осуществляется на тех же самых рынках, несмотря на то, что спрос падает, а интерес к продукту угасает, реализация происходит по классической установившейся схеме.

Выделяют 4 главные сферы предпринимательства:

- 1) производственную;
- 2) коммерческую;
- 3) финансовую;
- 4) сферу потребления.

Другие виды предпринимательской деятельности, например, маркетинговая, входят в состав четырех основных сфер предпринимательства.

Предпринимательству присущи такие признаки, как самокупаемость, инициативность, самостоятельность, ответственность, рискованность, активный поиск нового, динамичность в развитии, мобильность.

Предпринимательством в принципе может заниматься каждый, так как это общедоступный вид деятельности, однако не у каждого человека есть возможности и способно-

сти к предпринимательству. По российскому законодательству предпринимателем может быть любой гражданин, способный действовать. Чтобы стать преуспевающим бизнесменом, нужны способности, знания, умение работать, энергия.

Предпринимательская деятельность может идти в двух направлениях:

- 1) непосредственное производство какого-либо товара, продукта или услуги;
- 2) осуществление посреднических функций по продвижению товара от производителя к потребителю.

Предпринимательству присущи общие свойства любых экономических процессов. Однако у него есть свое определенное содержание, направленность, последовательность процедур, проводимых предпринимателем.

Факторы предпринимательской деятельности – это все то, что использует предприниматель в своей деятельности, сюда относятся и средства производства, и обращение товаров в виде людских ресурсов, материальных средств, информации и финансов, задействованных в производстве, требующих транспортировки. Частично эти факторы имеются у самого предпринимателя. Если же у предпринимателя такие факторы отсутствуют, то есть возможность приобрести эти факторы у их правообладателей (собственников) за определенную стоимость; с их помощью предприниматель производит и продает товар потребителю.

Если факторы и есть необходимые потребителю товары, то предприниматель выступает в роли посредника-перекупщика.

Предпринимательство является определенным видом экономической активности.

В результате предпринимательской деятельности осуществляются поставленные предпринимателем цели. **Основными целями предпринимательской деятельности являются:**

- 1) получение прибыли от затраченных на ту или иную деятельность за определенный период времени капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств;
- 2) удовлетворение потребительского спроса, его конкретных потребностей.

Безусловно, целей гораздо больше и **в широком смысле можно говорить о следующих целях:**

- 1) накопление денежных средств для расширения производства, для завоевания новых рынков сбыта и увеличения капитала;
- 2) стимулирование мотивации сотрудников, увеличение заинтересованности, повышение производительности труда;
- 3) ориентирование спроса покупателей на данную продукцию.

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в соответствии с политикой предприятия. Цель организации формирует направление и методы предпринимательской деятельности. Задачи предпринимательской деятельности и их решение, которые ведут к достижению поставленных целей, можно разделить на два направления:

- 1) комплекс задач, осуществление которых положительно влияет на успех новаторской деятельности предпринимателя;
- 2) комплекс мер по увеличению эффективности процессов производства или посреднической деятельности, которые ранее осуществлялись или же только стали осуществляться.

3. Формы предпринимательства

Успех предпринимательской деятельности связан с правильным выбором ее формы, особенно организационно-правовой, поскольку это напрямую влияет на эффективность предприятия. На современном этапе в России этот вопрос стоит довольно остро при переходе к предпринимательскому типу хозяйствования. Существенным недостатком, который сильно затормаживает создание и развитие предпринимательства, является слабая законодательно-нормативная база. Малым и впервые создаваемым организациям в этом плане легче; сложнее складывается ситуация с крупными, особенно приватизированными предприятиями. Разрастающийся бюрократический аппарат ставит все новые и новые преграды на пути предпринимателей. Выбор формы предпринимательства в любом случае будет стоять перед конкретным управленцем. Эффективны те формы предпринимательства, которые в определенных условиях позволяют максимально выгодно использовать финансовые и материальные ресурсы, производственную и социальную инфраструктуру, трудовые, интеллектуальные и природные ресурсы, существующие экономические и рыночные отношения.

По форме собственности бывают личные, частные (в том числе частно-коллективные), государственные, муниципальные и смешанные предприятия. Различают еще и несколько видов предпринимательства, единой классификации нет. Также предпринимательство делят по масштабам на малое, среднее и крупное (корпоративное); рассматривают по широте территориального охвата (местное, региональное, общегосударственное и межгосударственное) и по отраслевой направленности (промышленное, аграрное, строительное, транспортное, торговое и т. д.).

Краеугольный камень – организационно-правовые стороны предпринимательства. В последнее время в классической структуре произошли некоторые изменения – она расширилась. Выбор формы хозяйственной деятельности определяется размерами капитала и ответственностью предпринимателя за результаты своей деятельности. Большое значение здесь имеют такие факторы, как масштаб предполагаемой деятельности, ее виды, отраслевая направленность, экономическая ситуация в стране и в данном регионе, политика государства и социальная структура общества. Все это необходимо учитывать и просчитывать при составлении бизнес-плана. Только комплексный учет всех факторов и условий помогает дать ответ на вопрос, какая из организационно-правовых форм будет максимально эффективной для данной организации.

4. История российского предпринимательства

В российской экономике, особенно после Перестройки, малые предприятия являются почвой для новой системы хозяйствования. Частный сектор как таковой зародился именно в сфере малого бизнеса. Внутренние возможности и потенциал развития малого предпринимательства достаточно широки и не являются полностью раскрытыми.

В 1990-е гг. стабильно рос объем сектора малого и среднего бизнеса в составе объема ВВП – это существенный факт, особенно на фоне непрекращающегося спада практически во всех сферах экономики России. В развитии предпринимательства в целом за последние несколько лет наметились кардинально новые тенденции, выразившиеся, в первую очередь, в значительном снижении темпов роста процента малых предприятий, в то время как в начале 1990-х гг. для динамики развития малого бизнеса был характерен устойчивый рост их числа и количества.

Российское предпринимательство в своем развитии за последние 10 лет уже прошло два этапа и находится накануне вхождения в новый, третий, этап. **Первый** (наиболее яркий) происходил еще в условиях бывшего СССР в конце 1980-х гг. Выделялись огромные льготы всех видов, различные субсидии, в том числе за счет средств госбюджета. Так как условия были созданы довольно благоприятные, шло очень быстрое и легкое накопление капиталов, стали развиваться производство дефицитных товаров широкого потребления и сфера всевозможных и столь же дефицитных тогда бытовых услуг, розничной торговли, общественного питания и т. д. Все это положительно влияло на экономическую ситуацию в стране, но малые предприятия всего лишь выполняли роль каналов перемещения ресурсов централизованно управляемых госпредприятий в теневую экономику, в пользу криминального предпринимательства. На эти негативные процессы оказывало влияние огромное количество объективных факторов. Огромные средства, выкачиваемые предпринимательством из сферы накопления госсектора, а зачастую и из страны, не использовались для дальнейшего развития национального предпринимательства, производства и его инфраструктуры.

Конечно, в развитии бизнеса в России имели место не только негативные моменты. Все реформы проводились сверху, в жестких традициях командно-административной системы.

Второй этап условно начинается в 1992 г., году шоковой терапии, который характеризовался самыми высокими с середины 1980-х гг. темпами роста числа малых предприятий (в 2,1 раза) и численности работников этих организаций. Такой факт носит феноменальный характер, поскольку осуществленная тогда либерализация цен и введение налогового прессинга сильно подорвали финансовую базу малого предпринимательства. Огромные темпы роста инфляции привели к обесцениванию сбережений населения и, как следствие, снижению покупательной способности и резкому увеличению процентных ставок банковского кредита. Инвестиционная деятельность находилась в ступоре, эта задача не теряет актуальности до сих пор.

Ожидаемого быстрого и эффективного развития экономики страны так и не произошло, поскольку неграмотная внутренняя политика государства не помогала развитию предпринимательства, а лишь затормаживала его.

Активный рост частного предпринимательства в 1992 г. обусловлен бурным развитием именно торгово-посреднического бизнеса, что в свою очередь стало ответной реакцией на подрыв первоначальной финансовой базы. Либерализация внешней торговли еще в условиях бывшего СССР и отсутствие запретов на частную деятельность внутри страны создали благоприятные условия для любой торговой деятельности.

Резкое снижение потребительского платежеспособного спроса торговое малое предпринимательство тогда значительно компенсировало импортом товаров, не очень качествен-

ных (типа продукции китайского производства), но пользовавшихся ажиотажным спросом у российского потребителя. Мелкая торговля была мобильна, легко подстраивалась под нарастающую социально-экономическую дифференциацию российского общества. Позитивным влиянием торговой и посреднической деятельности предпринимательства является участие в создании новых хозяйственных связей. Полный разрыв связей, установившихся в советское время между предприятиями, открыл широкие возможности для деятельности малых фирм по снабжению и сбыту продукции.

Рывок предпринимательства в сторону торговой и посреднической деятельности является также закономерной реакцией на введенный правительством налоговый прессинг. Торговля и посредническая деятельность, ориентированные на работу с трудноконтролируемыми наличными средствами, открывали большие возможности для ухода от налогов.

В связи со сложившимися объективными условиями уже к 1995 г. практически исчерпали себя все возможности сверхприбыльной торгово-посреднической деятельности и свободные рыночные ниши. Многие возникшие в период Перестройки предприятия преимущественно торгово-посреднической направленности или прекратили свое существование, или попали в тяжелое кризисное положение. Такая ситуация привела к формированию новых тенденций развития российского предпринимательства. С этого момента берет начало третий этап серьезных изменений в динамике и структуре предпринимательства.

Только к 1995 г. все четче стали проявляться закономерности цивилизованной рыночной экономики. В экономической жизни России стала проследиваться тенденция к началу рыночной концентрации капиталов, что было ново для того времени. Набирает обороты процесс поглощения предприятий, часто наиболее рентабельных. В этом смысле на данном этапе российских реформ также происходит снижение численности предпринимательских проектов.

Замедление создания и развития новых предприятий объясняется еще и тем, что вступил в силу в экономическом и социальном плане такой негативный мощный фактор, влияющий на увеличение числа предприятий, как рост безработицы, особенно по неофициальным данным.

Наиболее значительно и негативно оказывает свое влияние криминализация предпринимательства, которая существенно затормаживает развитие и нормальное функционирование предпринимательства.

Можно констатировать, что в 1994–1995 гг. проводимая российским правительством политика умеренно мягкой финансовой стабилизации, с одной стороны, сопровождалась значительным замедлением темпов роста количества частных предприятий, но, с другой стороны, хорошо просматривался санационный эффект. В России стала зарождаться совершенно иная экономическая ситуация, в которой частный сектор начал играть роль, характерную для предпринимательства в нормальной рыночной экономике.

Политика государственной поддержки, как правило, осуществлялась на базе субсидий, налоговых льгот, создания (хотя еще и в незавершенном виде) цивилизованного законодательного пространства, информационной поддержки, подготовки квалифицированных кадров, налаживания эффективной координации в области бизнеса между Федеральным центром и субъектами Федерации, а также с местными органами власти.

Теоретически новый рывок в динамике предпринимательства может привести к увеличению его макроэкономического веса по всем показателям. Этого следует ожидать по мере накопления предпосылок для формирования целостной системы рыночного хозяйствования, решительных шагов в области демонополизации экономики, де бюрократизации управления и, конечно, общего перехода к фазе оживления и подъема производства и производственного инвестирования.

Для закрепления и дальнейшего развития позитивных тенденций роста российского предпринимательства и кардинального расширения поля его деятельности требуется активизация государственной поддержки на всех уровнях. В первую очередь в поддержке нуждается сфера кредитования и страхования малого бизнеса, в которой и по сей день остается много вопросов. Необходимостью является декриминализация малого бизнеса. Принципиально важно также расширение новаторской и научной деятельности предпринимателей в интересах развития всех сфер российской экономики. Только реальный подъем в экономике позволит перейти к четвертому этапу по-настоящему рыночного развития российского малого предпринимательства.

5. Ресурсы, факторы и результаты бизнеса

Как показали мировой опыт и практика, существование и взаимодействие большого, среднего и малого бизнеса являются важными элементами рыночной экономики.

Особенное значение для бизнеса имеют структурная перестройка экономики, ускорение темпов развития научно-технического процесса, формирование нового социального слоя. Развитие всех форм бизнеса создает предпосылки для ускорения экономического роста, способствует насыщению рынков всевозможными товарами и услугами, позволяя бороться с негативными сторонами рыночной экономики, такими, как безработица и различного рода кризисные ситуации.

В бизнесе скрыт огромный потенциал для интенсивного развития экономики и общества в целом. Характерной особенностью бизнеса является высокая экономичность в использовании всех видов ресурсов и постоянное стремление к минимизации потерь, обеспечению их наиболее рациональных для данных условий пропорций – ведь предприятие не располагает лишним оборудованием, избыточными запасами сырья и материалов, лишней рабочей силой. Данный фактор – одно из важнейших обстоятельств достижения динамичных показателей экономики в целом.

Таким образом, в целом для экономики страны значение бизнеса невозможно переоценить, а его влияние на различные стороны общественного воспроизводства очень весомо.

Особую роль для отдельно взятой страны играет малый бизнес как ведущий сектор, который определяет темпы экономического роста, структуру и качественный состав валового национального продукта. Однако значение имеют не только количественные показатели; этот фактор, в принципе, является типично рыночным и лежит в основе современной рыночной инфраструктуры.

Основные преимущества и характерные черты малого бизнеса:

1) мобильность, возможность принятия более гибких, своевременных и оперативных решений; в крупных корпорациях, в отличие от малого бизнеса, упрощена структура принятия управленческих решений, что дает возможность легко и быстро реагировать на конъюнктурные изменения, происходящие на рынке, в том числе даже переключаться с одного вида производства на другой;

2) ориентация производителей в основном на региональные и местные рынки;

3) поддержание уровня занятости населения и создание новых рабочих мест чрезвычайно актуально, особенно для России;

4) выполнение вспомогательных функций по отношению к крупным предприятиям; крупные фирмы раздробляют производственный процесс, доводя его до фазы малых предприятий;

5) малый первоначальный объем инвестиций – у малых предприятий короче сроки строительства; не крупные размеры позволяют им быстрее и дешевле перевооружаться, вводить новые технологии и автоматизировать производство, достигать оптимального сочетания механизированного и ручного труда.

Большую активность в области инноваций проявляют венчурные фирмы, которые довольно успешно могут создавать конкуренцию крупным, добиваясь ускоренных темпов внедрения научно-технических новшеств. Мелкие фирмы с их мобильностью и новаторскими решениями в условиях конкуренции новых товаров нашли свое место в системе хозяйствования. Они занимаются разработками нововведений, отводя крупным фирмам лишь капиталоемкие стадии промышленного производства. Используемые достижения научно-технического прогресса позволяют быстро подключиться к наукоемким отраслям при отсутствии большого капитала.

Мелким фирмам приходится работать в условиях сильной рыночной конкуренции, с которой не все способны справиться. В большинстве случаев (около 90 %) фирмы разоряются не из-за нехватки финансов или нерациональной технологии, а из-за отсутствия управленческих знаний, которые необходимы для принятия грамотных решений в рыночных условиях. **Причинами неудачи могут стать:** некомпетентность или нехватка опыта в области коммерции и финансовых операций, в поставках, производстве и управлении, малые объемы продаж, жесткая конкуренция, слишком большие издержки производства.

6. Новые подходы к проблеме повышения эффективности предпринимательства

Эффективность предпринимательства характеризуется полным и грамотным использованием ресурсов для достижения поставленных целей. Проблема эффективности предпринимательства существует как на уровне отдельно взятого предприятия, так и в рамках всей хозяйственной системы, когда можно говорить и об эффективности экономики в целом. Здесь речь идет о снижении издержек производства и максимальной в таких условиях прибыли.

Следует отметить то, что увеличение эффективности всегда обостряет противоречия между экономическими и социальными структурами, так как разрыв между доходами разных социальных слоев увеличивается, однако в долгосрочной перспективе в целом ведет к повышению ВВП на душу населения. Таким образом, развивая производство и наращивая в него инвестиции, общество создает платформу для улучшения впоследствии жизненного уровня людей.

При оценке эффективности рыночной экономики важную специфику ей придает инфляция, которая приводит предприятия к кризисным ситуациям, искажая все данные об их состоянии, что грозит неверными управленческими решениями. Поэтому правильными и объективными показателями эффективности являются только те, которые очищены от инфляционной составляющей.

В итоге повышение эффективности сводится к максимизации прибыли при снижении издержек на фоне повышения производительности труда с использованием достижений научно-технического прогресса (использование новейшей техники, передовых технологий, современные формы управления производством и т. д.).

Многосторонность предпринимательской деятельности обуславливает различные аспекты содержания эффективности предпринимательства.

Важную роль в повышении эффективности предпринимательства играет исследование рынка. Подобные данные принимаются за основу при выборе стратегии и деятельности предпринимателей. От качества и объективности этих данных во многом зависят устойчивость предприятия на рынке и объемы прибыли. Даже при незначительных неточностях информации предприятие могут постигнуть неудача и кризис впоследствии.

В конце XX в., когда многие страны стали стремиться сделать свою экономику открытой, а внутренние рынки были перенасыщены своей продукцией, появились новые тенденции, предприятия получили доступ к новым рынкам на фоне жесткой конкуренции, что в конечном итоге привело к повышению эффективности тех, кто остался на плаву в сложившихся условиях. Чтобы выйти победителем в конкурентной борьбе, обеспечить конкурентоспособность производимой продукции и снизить предпринимательские риски, сегодня недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос. Необходимо подстраиваться под постоянно меняющиеся вкусы потребителя.

Оценка функционирования фирмы проводится по показателям эффективности и зависит от целей анализа:

1) стратегические цели – выбор показателей и сравнение по ним результатов деятельности организации с ее конкурентами;

2) тактические цели – руководство проводит контроль не только организации в целом, но и всех ее структурных подразделений разных уровней;

3) задачи планирования – могут быть самыми различными – от производимого продукта и технологии его производства до организации работы персонала;

4) прочие цели руководства – переговоры с профсоюзами, рекламные кампании, оценка влияния ожидаемых государственных ограничений и т. д.

Деятельность фирмы (предпринимательская деятельность) замешана на круговороте финансовых инвестиций кредиторов и инвесторов, которые превращаются в реально существующие факторы производства, переходящие в свою очередь в готовую физическую продукцию, а товары и услуги (через торговые сделки) трансформируются в выходящие потоки финансов, делимые между кредиторами и инвесторами и затем снова вводящиеся в производство.

На этапах инвестирования производства, разработки бизнес-плана и реализации продукции предприятия существуют различные аспекты применения факторов производства и поэтому система показателей эффективности их использования сложна и многостороння.

Обобщающие показатели эффективности производственной деятельности фирмы в целом определяются сопоставлением объема всех материальных ресурсов и конечного результата ее деятельности: рентабельность капитала (активов) организации, оборачиваемость всего капитала, издержки на единицу готовой продукции, рентабельность производства и среднегодовая стоимость основных и оборотных фондов. Наиболее обобщающим показателем является рентабельность всего капитала. Она отражает прибыль организации на один рубль затраченных средств. Этот показатель наиболее объективен, его также называют нормой прибыли или показателем окупаемости средств. Отслеживание изменения данного показателя и причин, вызывающих подобные перемены, является главной задачей работы администрации предприятия.

Для полного представления о состоянии предприятия необходим полный расширенный анализ всех показателей эффективности с учетом факторов, влияющих на их изменения.

7. Виртуальный бизнес

Управленческая деятельность служит в современных условиях одним из важнейших факторов функционирования и развития предпринимательства. Эта деятельность постоянно меняется в соответствии с объективными требованиями производства и распределения товаров, развитием хозяйственных связей, повышением роли потребителя в формировании ассортимента продукции, ее технико-экономических и иных параметров. Изменение условий общей экономической обстановки и производственной деятельности, необходимость своевременного и адекватного приспособления к ней управленческих решений сказываются на перераспределении функций управления по уровням ответственности, формам их взаимодействия.

Новейшие разработки в области электроники привели к новым формам организации информационных служб. Благодаря высокопроизводительным, быстродействующим и экономичным микропроцессорам информационно-вычислительные ресурсы значительно облегчают работу и повышают производительность труда менеджеров, бухгалтеров, экономистов, администраторов, инженеров и других категорий работников.

В условиях рыночной экономики информация стала одним из основных товаров. Успех бизнеса и предпринимательской деятельности практически всегда связан с муниципальными, банковскими, биржевыми информационными системами, оптовой или розничной торговлей, службами управления трудом и занятостью; кроме того, часто создаются банки данных рынков товаров и услуг, развиваются центры справочной информации; электронная почта и электронный обмен данными становятся незаменимыми средствами передачи информации как для мелких фирм, так и для крупных компаний. Обычно работа таких систем базируется на локальных и глобальных сетях, получивших название Internet.

Современный бизнес не может успешно развиваться без информации, используется огромное количество средств связи. От офиса любой организации тянется множество проводов, по которым осуществляется передача самой разнообразной информации, как правило, в цифровом и голосовом виде.

Internet – одна из популярнейших систем для продажи информации и рекламы. Распространенность и интерес к ней с каждым годом только увеличиваются, причем огромными темпами. Эта система позволяет устраивать прибыльный бизнес, открывает новые возможности получения дохода. Большинство экспертов соглашаются: Internet – бизнес XXI в.; но в России он пока только набирает обороты. Особой популярностью на сегодняшний день пользуются информационные брокеры, Web-дизайнеры и другие направления. Именно сейчас появляются шансы для многих организаций, чтобы воспользоваться открывающимися возможностями.

Еще год назад в ряде передовых российских компаний начали обсуждаться чисто теоретически вопросы о том, является ли электронная торговля жизнеспособной коммерческой средой. Нельзя сказать, что за последние несколько лет произошли какие-то глобальные изменения. Хотя численность Интернет-магазинов и различного рода фирм, торгующих в Интернете, увеличилась, недоверие большего числа пользователей к их деятельности осталось. Это в свою очередь является существенной проблемой и тормозит развитие данной отрасли.

На сегодняшний день в России электронный магазин – не слишком прибыльное предприятие. Его вернее рассматривать как рекламу, имиджевое дополнение к «физически» существующим магазинам, т. е. привлечение внимания потенциальных потребителей, заказчиков, партнеров, спонсоров и демонстрация компетентности фирмы в своей области. Важно учитывать и произошедший в последние годы скачок в области науки и техники, ком-

петентность потребителей, уровень которой постоянно растет. Internet подробнее и дешевле позволяет предоставить познавательную информацию, которая, в сопровождении с описаниями реальных товаров, позволяет организации привлечь потенциального покупателя к покупке именно в ее магазинах. Когда потенциальный покупатель заинтересован, к работе с ним подключаются менеджеры, в компетенцию которых и входит продажа товара конкретному человеку. Цены и новинки являются важнейшими элементами движущей силы покупательского спроса. Реклама сегодня – довольно долгий и дорогой процесс, который не всегда окупает затраты. На сегодняшний день многие организации стали делать упор не на классическую навязчивую рекламу, а на маленькие частые напоминания даже не о товаре, а о своей фирме. В этом плане Интернет незаменим для любой организации. Причем эта информация на виду у пользователя круглосуточно. Для компаний (как мелких, так и крупных) важное значение имеет работа по формированию постоянной клиентской базы. **В любое время без проволочек потенциальный покупатель может:**

- 1) связаться с фирмой;
- 2) получить консультацию по интересующим его вопросам или информацию о наличии товара;
- 3) сделать заказ и получить счет.

При обеспечении подобных условий вероятность того, что его покупка состоится именно здесь, повышается.

В таком аспекте роль круглосуточно доступного виртуального магазина увеличивается.

Успехи в экономике и народном хозяйстве всегда неразрывно связаны с развитием промышленности. В этих областях вопросы виртуального обмена данными, проведения финансовых операций, сделок и т. д. вообще не стоят, так как не решен вопрос автоматизации и компьютеризации промышленности.

Многие предприятия нуждаются в средствах, но зачастую неграмотно используют имеющиеся финансы. Сегодня осуществляются массовые бессистемные закупки ПК и оргтехники, программное обеспечение (особенно лицензионное) устарело или отсутствует вовсе. У предприятий нет информации о существующих уникальных программах, которые возможно подошли бы именно им, и о местах проведения всевозможных выставок и презентаций современного оборудования и программного обеспечения.

Госструктуры и СМИ обычно не освещают подобные мероприятия, поскольку это не входит в перечень их интересов. Во многих случаях стратегия развития предприятия определяется случайным стечением обстоятельств. Кроме того, остается вопрос низкого уровня подготовки кадров. Современное высшее образование редко отвечает требованиям работодателей, люди со стажем зачастую не готовы работать с новой техникой, аппаратурой и программами. Для эффективной работы фирмам приходится брать на себя заботы о подготовке или переподготовке сотрудников.

Основным требованием к системам управления производством является интегрированность. У каждой организации есть свое информационное поле, где информация накапливается, взаимодействует с другими и генерируется новая, необходимая для принятия конкретных управленческих решений.

Одним из вопросов, решаемых предприятием при покупке программы, помимо выбора содержания, является выбор производителя. Отечественные производители вызывают скептицизм из-за неразвитости этой отрасли в России, несовместимости программ между собой, невозможности перевода данных из одной системы в другую. Западные аналоги отвечают современным требованиям, но не всегда могут быть применены в наших условиях.

ЛЕКЦИЯ № 2. Виды предпринимательства

1. Частное, коллективное, государственное предпринимательство

Предпринимательская деятельность классифицируется по различным признакам: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым и экономическим формам, степени использования наемного труда и другим показателям.

Все виды предпринимательства могут работать отдельно или в совокупности.

В современных рыночных условиях государственное предпринимательство играет важную роль. Рынок, работающий по своим законам, без государственного регулирования, остается только теорией. В реальности государство является активным участником рыночных отношений. Еще в период свободной конкуренции большая часть производительных сил вышла за рамки классического частного предпринимательства и государству приходилось брать на себя содержание больших социально-важных экономических структур: железных дорог, почты, телеграфа и т. д. В условиях монополистической конкуренции при сложном, требующем вливаний огромных капиталов и энергоемком производстве сами монополии заинтересовались в усилении регулирующей роли государства, в поддержке с его стороны, обеспечении с его помощью выхода на новые внутренние и внешние рынки. Рыночный механизм не в силах решить все трудности, связанные с обороной, наукой, экологией, воспроизводством рабочей силы и, в конечном счете, с общим экономическим ростом страны. Но есть и свои минусы, поскольку государство не всегда может вовремя реагировать на изменяющиеся условия, тем самым сдерживая производственные процессы.

Государственное регулирование экономики берет свое начало еще со Средних веков. В современных условиях любое государство осуществляет регулирование национальной экономики – с разным уровнем давления.

Как показала история, все хорошо в меру – поскольку и государственный монополизм, и полное отсутствие государственного регулирования наносят существенный урон экономике страны. При умелом грамотном воздействии средствами налоговой политики, законодательной системы и т. д. могут быть достигнуты потрясающие результаты. В течение XX столетия формировалась и расширялась собственно предпринимательская деятельность государства, государственный сектор в экономике набирал все больший удельный вес.

Государственное предпринимательство берет на себя управление в тех случаях, когда требуются огромные капитальные вложения средств, срок отдачи велик и риски высоки. Здесь и выплывает основное отличие от частного предпринимательства: первоочередная цель государственного предпринимательства – не получение прибыли, а решение социально-экономических задач (обеспечение необходимых темпов экономического и производственного роста, смягчение циклических колебаний экономики, обеспечение занятости населения и ликвидация безработицы, стимулирование научно-технического прогресса и т. д.).

Существуют и трудности, которые приходится решать государственному предпринимательству:

- 1) предоставление льгот;
- 2) финансовая помощь важным науко- и капиталоемким отраслям экономики;

3) стимулирование научно-технического прогресса и укрепление места страны в мировом хозяйстве;

4) создание новых промышленных предприятий;

5) увеличение числа рабочих мест;

6) охрана окружающей среды и экологической обстановки;

7) развитие фундаментальных научных исследований;

8) производство товаров, являющихся по закону государственной монополией.

Однако частное предпринимательство по объективным причинам развивается более быстрыми темпами, чем государственное. В деятельности государственных предприятий всегда присутствуют политические мотивы, которые зачастую идут вразрез с экономическими.

Государство может регулировать рыночные отношения только тогда, когда в его руках находятся мощные экономические рычаги управления.

Государство влияет на рыночный механизм через:

1) свои расходы;

2) налогообложение;

3) регулирование;

4) государственное предпринимательство.

Государственные расходы представляют собой государственные закупки и трансфертные платежи. Такие расходы вносят вклад в национальный доход и непосредственно используют ресурсы.

Налогообложение – незаменимый элемент государственной политики. Налоги составляют 75–85 % бюджетных средств. Государство взимает различные виды налогов.

При высоких налоговых ставках начинается массовое уклонение от уплаты налогов, пополнение бюджета снижается. Это замкнутый круг.

Законодательная форма регулирования формирует деятельность предпринимателей (антимонопольные законы).

Налоговая и кредитная формы воздействуют на национальный объем производства, изменяя объемы и направления производства, влияя на частное и коллективное предпринимательство.

Коллективное предприятие выступает в двух ипостасях: с одной стороны, нанимает рабочую силу, с другой, – члены трудового коллектива живут за счет продажи собственной рабочей силы. Эта особенность определяет специфику экономического поведения подобного предприятия.

Функция полезности коллективного предприятия сравнима с функцией полезности семейного предприятия и включает совокупный денежный доход и совокупное свободное время трудового коллектива. Каждый его член сталкивается с противоречием в желании получить максимальный доход и свободное время. Оценка ценности в данном случае будет субъективна.

В коллективном предприятии существует и еще одна задача, которая не стоит перед семейным хозяйством: разделение доходов между членами коллектива. Часто из-за недовольства по этому вопросу снижается трудовая мотивация и падает эффективность производства.

Чаще всего такой вид встречается в сельском хозяйстве. Как правило, весь объем произведенной продукции реализуется на свободном рынке по рыночной цене, поэтому выручка от реализации приравнивается к денежному доходу трудового коллектива. **Коллективный доход делится на 2 части:** первая распределяется пропорционально затраченному каждым членом коллектива труду, другая – делится по иным принципам, определяемым членами.

2. Производственное предпринимательство

Производственное предпринимательство является одним из ведущих видов предпринимательства. Здесь осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказываются услуги, создаются определенные ценности. Функция производства в этом виде предпринимательства является основной, определяющей, а сопровождающие функции имеют дополняющее значение (хранение, транспортировка, сбыт и др.). После Перестройки в России эта сфера деятельности претерпела самые значительные негативные изменения: были разорваны хозяйственные связи, нарушилось материально-техническое обеспечение, сбыт прежних объемов продукции стал невозможным, резко ухудшилось финансовое положение предприятий. **К производственному предпринимательству относятся** инновационная и научно-техническая деятельность, непосредственное производство товаров и услуг, использование их в дальнейшем производстве. Каждый предприниматель, готовый заняться производственной деятельностью, сначала должен определить, что конкретно он будет производить. Затем предприниматель ведет маркетинговую деятельность, занимается исследованием рынка и потребительского спроса. Если заключить контракт с потенциальным закупщиком, то это позволит свести к минимуму предпринимательский риск, но этот идеальный вариант практически не всегда возможен.

Следующий этап деятельности производственного предпринимательства – приобретение или аренда факторов производства.

К факторам производства относятся: производственные фонды, рабочая сила, информация. Производственные фонды, в свою очередь, делятся на основные и оборотные.

Основные производственные фонды – здания, сооружения, передаточные устройства, силовые машины и оборудование, рабочие машины и оборудование и т. п.

Оборотные производственные фонды включают сырье, основные и вспомогательные материалы, топливные и энергетические ресурсы, тару. Предпринимателю необходимо просчитать расходы будущего периода. Смысл состоит в обеспечении снижения расходов на первых порах производства новой продукции. Впоследствии в течение определенного периода времени эти расходы будут отнесены на издержки производства.

Рабочую силу предприниматель нанимает путем объявлений, через биржи труда, агентства по трудоустройству, с помощью друзей и знакомых. При подборе кадров следует учитывать образование кандидата, его обучаемость, уровень его профессиональных навыков, опыт предшествующей работы, личные качества.

Далее предприниматель приобретает всю необходимую ему информацию о возможности привлечения ресурсов: материальных, финансовых и трудовых, о рынке сбыта наметаемой к изготовлению продукции или услуги и т. д.

Факторы, влияющие на предпринимательство, особенно производственное, можно разделить на экономические, технологические, политико-правовые, институциональные, социокультурные, демографические и природные. Все они оказывают влияние на распространённость ресурсов и общество в целом, что важно для осуществления предпринимательской деятельности.

К многочисленным экономическим факторам можно отнести:

масштаб рынков и уровень их развития, доходы населения, размер платежеспособного спроса и конкуренцию в разных отраслях, курс национальной валюты и т. д. Все это влияет на отраслевой бизнес и предпринимательскую инициативу. В России ситуация крайне сложна, так как доходы населения остаются на низком уровне, не обеспечивается платежеспособный спрос, предприятиям негде сбывать товары, внешние рынки практически недоступны.

Технологические факторы говорят об уровне научно-технического прогресса и материально-технической базы. В России имеются 7–8 программ, способных перевести ее в ряд передовых стран на мировом рынке технологий: разработки в области атомной энергетики, биотехнологий и др. Без поддержки государства это невозможно.

Политические и правовые факторы определяют отношения общества и государства, механизмы государственного влияния и процессы принятия важных решений, развитость нормативно-правовой базы и правосознания в стране.

Необходимо существенное усиление роли государства в регулировании и стимулировании производственного предпринимательства, что объективно обусловлено и национальной спецификой России (огромная территория, многонациональный состав населения, многоотраслевой характер экономики), и факторами, связанными с ее современными социально-экономическими условиями. Трудности обусловлены потерей управляемости экономическими процессами, так как государство утратило свой авторитет и многие регулирующие функции, которые необходимы в условиях рынка. Политическая и экономическая нестабильность по сей день мешает предпринимательству, в том числе производственному.

Глубочайший кризис постиг все отрасли и сферы экономики, и без государственной поддержки справиться с ним самостоятельно предпринимательство не сможет.

Количественные и качественные характеристики материально-технической базы позволяют сделать вывод, что в нынешнем состоянии предпринимательство не сможет перейти не только к расширенному, но и к простому воспроизводству. Кроме того, устаревшее оборудование и методы производства значительно повышают риск техногенных аварий.

Роль государства для успешного функционирования производственного предпринимательства состоит в решении следующих задач:

- 1) государственная финансовая поддержка производственного предпринимательства;
- 2) грамотное налоговое регулирование;
- 3) правовое и информационное обеспечение производственного предпринимательства.

Крупное и среднее производственное предпринимательство из-за своих особенностей не меньше, чем малое, требуют государственного внимания и финансовой поддержки. В условиях ограниченности бюджетных средств, их нехватки на поддержку производственного предпринимательства возможно проводить косвенную поддержку, которая сегодня слабо применяется и сильно коррумпирована.

3. Торговое предпринимательство

Производство неразрывно связано с предпринимательством сферы обращения – чтобы получить прибыль, произведенные товары необходимо продать или обменять на другие ресурсы. Поэтому самыми быстрыми темпами развивается именно торговое предпринимательство как один из основных видов российского предпринимательства. Функционирование торгового предпринимательства отличается от производственного. Здесь предприниматель выступает в роли посредника между производителем и потребителем. Он как коммерсант или торговец продает купленные готовые товары, полученные от других лиц, покупателю, получая доход от разницы цен.

Характерной чертой торгового предпринимательства служат тесные экономические связи с оптовиками и розничными торговцами, потребителями товаров, работ, услуг.

Торговое предпринимательство включает все виды деятельности, которые относятся к всевозможным вариантам видов обмена товара и денег. Несмотря на то, что основополагающими для торгового предпринимательства являются финансово-денежные отношения купли-продажи товаров, в нем используются те же факторы и ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, но масштабы менее существенны.

Торговая деятельность особо привлекательна для предпринимателей, поскольку существуют реальные перспективы получения значительной прибыли в кратчайшие сроки. Кроме того, отсутствуют сложности, возникающие в процессе производства. При всей кажущейся легкости ведения торговой деятельности предприниматель должен обладать определенными навыками, знаниями и умениями, а также определенной долей везения. Работает торговое предпринимательство с магазинами, рынками, биржами и другими торговыми учреждениями. В условиях рыночной экономики предприниматели получают широкий круг возможностей для открытия своего дела, купив или построив магазин, организовав торговую точку.

Для того чтобы деятельность торгового предпринимательства была успешной, необходимо постоянно изучать неудовлетворенный спрос потребителя, уметь быстро реагировать, предоставляя необходимые товары и услуги. Торговое предпринимательство обладает мобильностью, постоянно изменяется, подстраиваясь под интересы конкретного потребителя. Для развития российского торгового предпринимательства необходимо выполнение таких условий, как постоянный устойчивый спрос на товары (необходимо изучение рынка), низкие закупочные цены на товары производителей. Это позволит торговцам окупить торговые издержки и получить желаемую прибыль.

Внутренняя торговля является самостоятельной системой данной отрасли и представляет собой совокупность предприятий торговой деятельности, которые занимаются куплей-продажей товаров и оказанием услуг на территории РФ.

Розничная торговля представляет собой конечный элемент в процессе движения товара от производителя к конечному потребителю.

Розничная торговля имеет свои особенности:

- 1) исследует соотношение спроса и предложения на рынке;
- 2) определяет конъюнктуру;
- 3) отбирает товары по принципу наибольшей полезности;
- 4) проводит расчеты с поставщиками за полученные товары;
- 5) дорабатывает товары и формирует на них цены.

Розничная торговля – это важный элемент экономики страны и торгового предпринимательства. С каждым годом товарооборот в России растет, это подтверждается положительными тенденциями развития розничной торговли.

На внутреннем рынке страны существуют разнообразные розничные предприятия. Их можно разделить:

- 1) по реализуемому ассортименту;
- 2) по форме торгового обслуживания;
- 3) по уровню цен;
- 4) по типу работающего предприятия;
- 5) по концентрации и местоположению торговых организаций.

Розничная торговля ориентируется на конкретного потребителя, приспосабливается к его интересам.

Сегодня услугами розничных торговцев пользуются в различной степени представители разных слоев общества.

Оптовая торговля не менее важна для экономики страны, способствуя маневрам с материальными ресурсами, распределению запасов продукции и ее излишков и устранению товарного дефицита.

Оптовая торговля максимально использует всю совокупность товарных ресурсов. При оптовой торговле товар закупается крупными партиями. Оптовики, как правило, вообще не связаны в своей деятельности с конечными потребителями.

Чаще всего такая форма торговли устанавливается между предприятиями отдельных регионов и различными отраслями.

Для оптовой торговли характерно:

- 1) создание ресурсной базы для осуществления оптовой торговли;
- 2) участие в создании элементов инфраструктуры рынка, осуществляющих содействие в свободном выборе торговых партнеров и формировании коммерческих связей для успешной реализации торговых сделок.

Сегодня для российской экономики оптовая торговля имеет большое значение, так как именно она является активным проводником товаров отечественного и импортного производства.

4. Финансовое предпринимательство

Сферой деятельности финансового предпринимательства являются обращение и обмен стоимостей. Финансовая деятельность связана с производственной и коммерческой, причем эти взаимосвязи постоянно углубляются. Однако финансовое предпринимательство может быть и в виде банковского дела, страхового и др. Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.

Коммерческий банк – это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе различные организации, осуществляющее прием денежных вкладов и производящее всевозможные расчетные операции по поручению клиента.

Операции коммерческих банков делятся на три сферы:

- 1) пассивные (привлечение средств);
- 2) активные (размещение средств);
- 3) комиссионно-посреднические (выполнение различных операций по поручению клиентов с уплатой комиссии).

В России особенностью деятельности коммерческих банков является привлечение средств предприятий на значительные сроки; однако кредиты и займы выдаются на относительно короткие сроки. Банки подвержены рискам коммерческого характера не меньше предпринимателей, так как у них существуют свои долги и обязательства, которые необходимо выполнять в определенные сроки. Поэтому банк должен иметь определенные резервы на случай непредвиденных обстоятельств.

Кроме того, на данный момент времени в сегодняшних условиях большинство банков не обладают возможностями предоставления долгосрочных кредитов в значительных размерах. Доля долгосрочных кредитов, выданных коммерческими банками, составляет всего 3 % всех активов. А главным источником доходов в частных банках западных развитых стран становятся долгосрочные кредиты. Отсюда и неустойчивость доходов коммерческих банков России, нередкое их банкротство. Отсюда же вытекает и недоверие к ним и нежелание пользоваться их услугами.

Фондовая биржа – организационно оформленный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг, способствующий повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов.

Принцип работы фондовой биржи основывается на быстром и своевременном регулировании спроса и предложения. На фондовой бирже существуют так называемые котировки ценных бумаг. Они регулярно оцениваются специалистами котировочного отдела по всем ценным бумагам, с которыми работают на бирже. Такая информация всегда доступна, текущие курсы постоянно отображаются на световом табло и регулярно публикуются в специальных бюллетенях. Изменение курсов показывает, по какой цене в определенный момент на данной бирже можно купить или продать конкретные акции. Эти цены пересчитываются по определенной системе формул и служат основой для последующего получения индексов биржевой активности, отражающих все изменения экономической конъюнктуры. За рубежом сами фирмы и предприятия на бирже не присутствуют – их интересы защищает или банк, или брокерская компания биржи.

Финансовое предпринимательство выступает как особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валюта, ценности, ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем потребителю или предоставляемые ему в кредит. Сущность финансового предпринимательства состоит в том, что предприниматель приобретает финансы реализуются покупателю за плату выше

первоначальной, вследствие чего создается предпринимательская прибыль, которая базируется на разнице цен.

5. Страхование предпринимательство

Суть страхового предпринимательства заключается в том, что предприниматель гарантирует клиенту возмещение ущерба в соответствии с условиями, прописанными в договоре, не противоречащем действующему законодательству, в случае непрогнозируемых обстоятельств потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других потерь за определенную сумму при заключении договора страхования. Прибыль страхового предпринимательства составляют страховые взносы за вычетом выплат страховки при определенных обстоятельствах. Как правило, вероятность появления форс-мажорных обстоятельств невелика и существенная часть страховых взносов образует предпринимательский доход.

Несмотря на то, что страховое предпринимательство не производит никаких товаров, оно все равно остается одним из самых рискованных видов деятельности. Страхователи (организации, предприятия, физические лица), наоборот, за определенную плату могут получить компенсацию при наступлении случаев, прописанных в договоре. Несмотря на то, что такой вид предпринимательства набирает обороты, уровень доверия потенциальной клиентуры остается очень низким. Предпринимателям приходится прибегать к определенным уловкам и тратить на широкомасштабные рекламные кампании.

Каждый клиент в соответствии с договором платит страховые взносы, которые образуют страховой фонд. Он используется для выплат страховок. Однако ведение страховой деятельности возможно только при существовании законодательных документов, инструкций и методических материалов, необходимых для формирования страховых отношений, которые в совокупности образуют страховое законодательство.

Основы страхового законодательства в России закладывались еще в 1987 г. принятием Закона «О кооперации». Закон «О страховании» рассматривался в 1992 г., а вступил в действие реально лишь в 1995 г. вместе с Гражданским кодексом РФ, в котором целая глава посвящена страхованию, и множеством других нормативных актов.

Страховое законодательство освещает все отрасли и виды страхования, операции по перестрахованию; не регулируются лишь правоотношения по государственному социальному обеспечению.

17 января 2004 г. вступил в силу Закон «Об организации страхового дела в РФ». В нем подробно освещаются вопросы взаимодействия страховых компаний между собой, говорится также и о принципах государственного регулирования страхового предпринимательства. Кроме того, произошли изменения в размере уставного капитала (он увеличился), повысились расчетные коэффициенты, упрощен вход иностранных страховщиков на российский страховой рынок. Этот документ является самым важным и авторитетным.

Задачи, выполнение которых необходимо для развития страхования:

- 1) формирование строгой законодательной базы страховой деятельности, не допускающей различных толкований;
- 2) развитие обязательного и добровольного страхования;
- 3) создание эффективного контролирующего страховую деятельность органа;
- 4) совместная работа национальной системы страхования с иностранными страховыми рынками.

Правовая сущность страхового предпринимательства состоит в установлении правовых отношений по защите имущественных интересов клиента за счет страховых выплат в соответствии с заключенным договором. Имущественный интерес страхователя является условием сотрудничества со страховщиком, без него страховая деятельность невозможна.

Страховое предпринимательство отличается от коммерческого страхования и всевозможных видов государственной поддержки. Страхование в данном случае является лишь

видом деятельности с целью получения прибыли и страховые фонды выплат формируются отдельно у каждой компании. **Основные принципы страхования, нашедшие отображение в российском законодательстве, формулируются так:**

- 1) наличие имущественного интереса;
- 2) предоставление полной и достоверной информации о риске;
- 3) возмещение пропорционально страховому взносу;
- 4) наличие причинно-следственной связи между случаем, обговоренным в страховом договоре, и ущербом, нанесенным объекту страхования.

Все правовые отношения в страховом предпринимательстве делятся на две группы:

- 1) правоотношения, принадлежащие непосредственно страхованию;
- 2) все процессы организации страхового предпринимательства.

Вопросы первой группы регулируются непосредственно страховым законодательством, а к решению задач второй могут подключаться уголовное и гражданское право.

В обязанности страховщика входят:

- 1) осмотр и оценка объектов, подлежащих страхованию;
- 2) информирование клиента о правилах страхования;
- 3) подсчет и прием страховых взносов;
- 4) подтверждение совершения наступления страхового события и его причин, составление страхового документа;
- 5) определение размера компенсации;
- 6) страховая выплата.

У страхователя также есть обязательства:

- 1) своевременная уплата страховых взносов;
- 2) передача страховой компании всей необходимой информации для заключения страхового договора;
- 3) оповещение страховщика о наступлении страхового события в установленные сроки;
- 4) предоставление данных об обстоятельствах и причине страхового события, размере ущерба.

Добровольное страхование заключается в составлении договора с предоставлением письменного или устного заявления страхователя и выдачей страхового свидетельства (полиса). Это относится лишь к страхователю, поскольку страховая компания не имеет права отказывать клиенту. Главная особенность договоров страхования состоит в том, что формально они считаются двусторонними, а по факту оказываются трехсторонними или многосторонними. Страховые взносы не возмещаются, исключения составляют случаи, прописанные в договоре, когда сумма внесенных страховых взносов приравнивается к размеру возмещения.

6. Посредническое предпринимательство

Посредническая деятельность заключается в том, чтобы получить прибыль, за оказание определенных услуг потребителю, в роли которого также могут выступать предприниматели. Как правило, это упрощение операций купли-продажи, информационные услуги и т. д. **Предприниматель как посредник сталкивается с решением следующих задач с целью привлечения клиентуры:**

- 1) определение дефицита, потребностей определенных сегментов рынка и поиск способов их удовлетворения;
- 2) выявление сфер бизнеса, которые нуждаются в посреднических услугах различного вида.

Посредники – физические или юридические лица, которые могут заниматься предпринимательской деятельностью без создания юридического лица, представляющие интересы производителя или потребителя, действующие от их имени и получающие от этого доход.

В экономической теории посредничество – это операция, проводящаяся в промежуток времени между выпуском продукции (оказанием услуги, выполнением работ) и доставкой ее к потребителю. В процессе ведения предпринимательской деятельности большинство предпринимателей используют услуги посредников при заключении сделок.

Посредничество облегчает производителю процессы сбыта, повышает эффективность его работы, так как не приходится отвлекаться непосредственно от производства, разделив с посредником обязанности по продвижению товара к потребителю.

Торговая посредническая деятельность отличается от других разновидностей этой предпринимательской деятельности тем, что приобретает право собственности на товар, с которым работает. Самая многочисленная часть представляет розничную торговлю (продукция перепродается конечному потребителю) и оптовую (крайне редко имеет дело с конечным покупателем).

Оптовики повышают эффективность торгового процесса. Мелкий производитель, у которого ограничены финансовые ресурсы, не может создать и обеспечить организацию грамотного маркетинга. Даже располагая достаточными денежными средствами, продуктивнее направлять их на развитие собственного дела, а не на организацию оптовой торговли. Хорошие оптовые торговцы – с приличным стажем своей деятельности, с запасом специальных знаний и умений – имеют большое число деловых контактов в сфере розничной продажи. Розничные торговцы, которым необходим широкий ассортимент товаров, обычно предпочитают закупать полный набор товаров у одного оптовика, а не по частям у разных производителей, так как это существенно экономит время и деньги. Кроме того, оптовая торговля стимулирует сбыт товаров. Оптовики располагают сформировавшейся клиентской базой, которая помогает производителю связаться с множеством мелких фирм-потребителей при сравнительно небольших затратах. Покупатель, как правило, получает больше гарантий от оптовика, чем от какого-то далекого производителя. Оптовик подбирает необходимые изделия и формирует необходимый товарный ассортимент, избавляя тем самым клиента от значительных хлопот. С оптовыми торговцами, в отличие от предприятий-производителей, можно договориться об уменьшении размера партий товаров или их дроблении. Оптовики осуществляют складирование товарных запасов, снижая тем самым соответствующие издержки поставщика и потребителя, выполняют более оперативную доставку товаров, находясь ближе к клиентам, чем предприятия-производители. Принимая право собственности на товар, посредник берет на себя дополнительные риски, несет расходы в случае его хищения, повреждения, порчи и устаревания (морального и физического). Оптовики содей-

ствуют своим клиентам в предоставлении информации о деятельности конкурентов, о новых товарах, динамике цен и изменениях на рынке.

Торговые посредники обеспечивают приобретение продукции клиентами с меньшими затратами, чем это обеспечила бы фирма-производитель, продавец, в свою очередь, освобождается от необходимости поиска путей сбыта, что значительно повышает затраты на рекламу, транспорт, складские хозяйства. Посредники могут оказывать полный комплекс услуг производителям и потребителям – от поиска партнера и заключения договора о сделке до послегарантийного обслуживания.

Агентские посредники действуют только в качестве представителя своего клиента. Они не приобретают право собственности на товар, с которым работают. Если торговые посредники зарабатывают на разнице цен купли-продажи продукции, то агентские посредники получают свой доход в виде гонораров и комиссионных. Комиссионеры наделены широкими полномочиями со стороны клиента. Они принимают на себя все физические манипуляции с товарами, договариваются об условиях сделки. Оплата их услуг определяется путем вычета своего вознаграждения из полученной прибыли, остаток вручается клиенту. Организация, выступающая в роли комиссионера, заключает с клиентом договор комиссии, осуществляет предпринимательскую деятельность, которая направлена на получение прибыли от выполнения услуг по заключению сделок купли-продажи комиссионного товара, т. е. собственности другой организации (комитента). Комиссионер часто имеет необходимый инвентарь для приемки, хранения, обработки и продажи товаров. Договор комиссии содержит ряд положений:

- 1) верхний и нижний уровни цен для реализации товаров;
- 2) четкие сроки поставки товаров по заказам клиентов;
- 3) гарантийные сроки товара, период времени для удовлетворения претензий;
- 4) размер и условия выплаты комиссионного вознаграждения.

По договорам комиссии комиссионер осуществляет реализацию товаров, принадлежащих фирме-клиенту, или, наоборот, закупает товары для комитента, а при необходимости – делает и то, и другое.

Комиссионные отношения в основном возникают тогда, когда дилерские отношения невыгодны, а агентские соглашения сильно ограничивают полномочия посредников и мешают работе при заключении сделок купли-продажи.

При совершении комиссионной сделки вознаграждение в большинстве стран небольшое (не более 4 %), а при розничной продаже, с предоставлением гарантий выполнения операции, размер его может увеличиваться до 10–15 %.

Комиссионер для повышения дохода может предоставлять дополнительные услуги: проводить оценку качества товара, осуществлять рекламу, определять размер оптимальной цены и др. При оказании комиссионных услуг также существует коммерческий риск.

Разновидностью таких агентов являются **коммивояжеры** – предприниматели-посредники, которые ищут, подбирают свободные ресурсы в различных регионах, взаимодействующих по товарообменным операциям, вовлекают в оборот отходы производства и вторичные ресурсы. Коммивояжер, как правило, является представителем предприятия, но может осуществлять свою деятельность свободно от кого бы то ни было, его гонорар зависит от совершения торговой сделки по определенному виду товара. Коммивояжеры занимаются не только продажей, но и доставкой до клиента. К коммивояжерам относятся разъездные представители торговых фирм. Они предлагают покупателям товары по образцам и каталогам, обеспечивают довольно эффективную и навязчивую рекламу товаров и услуг, используют ранее сложившиеся прочные каналы сбыта продукции.

Брокеры непосредственно с товаром не работают. Они четко выполняют все инструкции и указания клиента, располагают меньшими возможностями в ходе работы. Спекуля-

тивные посредники покупают и продают товары с одной целью – получить прибыль за счет изменения цены, очень часто затормаживают сделки и торговые операции с целью увеличения дохода из-за постоянно происходящих изменений уровня инфляции. На сельскохозяйственных рынках наиболее известны участники, относящиеся к перерабатывающим предприятиям и производителям основных продуктов питания. Существуют также вспомогательные организации, которые содействуют остальным группам посредников в реализации их задач. Они не участвуют в процессах товароведения, но осуществляют содействие: предоставляют помещения, оборудование, оказывают различного рода услуги, проводят исследования для различных групп посредников.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.