

Тема 2 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ВИДЫ, ФОРМЫ, УСЛОВИЯ

2.1 Виды предпринимательства

2.2 Организационно-правовая форма предприятий

2.3 Экономические, социальные и правовые условия предпринимательства

2.1 Виды предпринимательства

По виду или назначению предпринимательская деятельность может быть производственной, коммерческой, финансовой, консультационной (консалтинговой) и др. Все эти виды могут функционировать отдельно или вместе. Классификация предпринимательства по видам деятельности представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Классификация предпринимательства по видам деятельности

В зависимости от содержания деятельности различают следующие виды предпринимательства:

Производственное

К этому виду предпринимательства относится деятельность, направленная на производство товаров, подлежащих последующей реализации потребителям, выполнение работ, оказание услуг, предоставление информации. Производственную деятельность можно назвать ведущим видом предпринимательства. Функция производства при этом является основной в отличие от сопровождающих функций: хранения, транспортировки, сбыта, которые играют вторичную роль.

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

Основные производственные фонды (орудия труда) — это здания и сооружения, передаточные устройства, силовые машины и оборудование, рабочие машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, лабораторное оборудование, вычислительная техника, транспортные средства, инструмент и приспособления, производственный инвентарь, прочие основные фонды.

К **оборотным производственным фондам** (предметам труда) относятся сырье, основные и вспомогательные материалы, топливные и энергетические ресурсы, тара и тарные материалы, малоценный и быстроизнашивающийся инструмент и производственный инвентарь, запасные части для ремонта. Сюда же относятся покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты, незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления, расходы будущих периодов.

Коммерческое

Основное содержание коммерческой деятельности составляют операции и сделки по купле-продаже, другими словами, по перепродаже товаров и услуг. В отличие от производственной предпринимательской деятельности вместо материальных ресурсов приобретается готовый товар, который затем реализуется потребителю.

Поле деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные биржи и торговые организации. Товарная биржа — это разновидность оптового товарного рынка, где добровольно объединяются коммерческие посредники и их служащие для проведения торговых операций по совместно разработанным и соблюдаемым правилам. Цель такой биржи — создать механизм управления свободной конкуренцией и с его помощью (с учетом изменений спроса и предложения) выявить реальные рыночные цены.

Финансовое

Площадкой деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.

Коммерческий банк — это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе преимущественно

коммерческие организации, осуществляющее прием денежных вкладов (депозитов) и другие расчетные операции по поручению клиентов. Источником доходов коммерческого банка является разница между процентными ставками привлеченных денежных средств и ссуд.

Под фондовой биржей понимается организационно оформленный регулярно функционирующий рынок ценных бумаг, способствующий повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов. Принцип функционирования фондовой биржи базируется на оперативном регулировании спроса и предложения.

Объектами купли-продажи при финансовом предпринимательстве являются ценные бумаги, валюта, деньги. Первичным обладателем финансового товара может быть сам предприниматель.

Специфичным видом финансового предпринимательства является выпуск ценных бумаг, когда предприниматель официально осуществляет эмиссию таких ценных бумаг, как собственные акции, облигации, денежные обязательства, векселя.

Консультационное (консалтинговое)

Консалтинг включает непосредственно управленческие и другие формы консультирования, а также аудит. Вложения средств в интеллектуальный капитал в форме консультационных услуг считаются не менее эффективными, чем вложения в новое оборудование или передовую технологию.

Консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем и (или) возможностей, рекомендацию соответствующих мер и помощь в их реализации.

2.2 Организационно-правовая форма предприятий

Предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определенной организационно-правовой формы хозяйствования. Выбор формы определяется самим предпринимателем.

В настоящее время существуют две формы хозяйствования:

- индивидуально-трудовая деятельность;
- деятельность с образованием юридического лица.

Индивидуально-трудовая деятельность оформляется соответствующим свидетельством и имеет упрощенную систему отчета перед налоговыми органами.

Юридические лица могут представлять организации коммерческого и некоммерческого типа. Предприниматели обычно используют одну из форм коммерческих организаций, а именно: производственные кооперативы, общества и товарищества (рис. 2).



Рисунок 2 – Классификация организационно-правовых форм предприятий

2.3 Экономические, социальные и правовые условия предпринимательства

Предпринимательство может развиваться при наличии в стране определенных внешних и внутренних факторов (условий), в совокупности обеспечивающих благоприятные возможности для развития цивилизованного преуспевающего предпринимательства, т.е. если сформирована определенная *предпринимательская среда*.

Под *предпринимательской средой* следует понимать сложившуюся в стране благоприятную социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую экономическую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью, направленной на удовлетворение потребностей всех субъектов рыночной экономики.

Предпринимательская среда представляет собой интегрированную совокупность различных (объективных и субъективных) факторов, позволяющих предпринимателям добиваться успехов в реализации поставленных целей, в осуществлении предпринимательских проектов и договоров и получении прибыли (дохода).

Предпринимательская среда складывается на основе:

- развития производительных сил;
- совершенствования производственных (экономических) отношений;
- создания благоприятного общественного и государственного климата;
- формирования рынка как среды существования (деятельности) предпринимателей и других важнейших условий.

Эффективная предпринимательская среда должна обеспечивать цивилизованным и законопослушным предпринимателям необходимые *экономические свободы* как первое и определяющее условие становления

предпринимательства, а как второе условие — **организационно-хозяйственное новаторство**.

Эти два важнейших составных элемента предпринимательской среды зафиксированы в Конституции страны.

В Конституции записано, что:

- каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности;
- никто не может быть лишен своего имущества иначе как по суду;
- владение, пользование и распоряжение землей и другими природными ресурсами осуществляется их собственниками свободно.

В Российской Федерации гарантируются:

- единство экономического пространства;
- свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств;
- поддержка конкуренции;
- свобода экономической деятельности.

Признаются и равным образом защищаются:

- частная;
- государственная;
- муниципальная;
- иные формы собственности.

Сущность **экономической свободы** состоит в установлении гарантий со стороны государства на разных уровнях управления экономикой дееспособным гражданам и их объединениям (юридическим лицам) на осуществление законной предпринимательской деятельности.

Как интегрированная сложная система предпринимательская среда подразделяется на *внешнюю*, независимую от самих предпринимателей, и *внутреннюю*, которая формируется непосредственно самими предпринимателями.

Под **внешней предпринимательской средой** понимается совокупность внешних факторов и условий, прямо или косвенно влияющих на становление и развитие предпринимательства.

Внешняя среда по отношению к предпринимателям является средой объективной и действует независимо от их желания. Чтобы добиться успехов, предприниматели должны хорошо знать все внешние факторы и условия, чтобы в своей деятельности предвидеть их влияние на конечные результаты своего бизнеса.

Внешняя предпринимательская среда включает следующие подсистемы:

- экономическое положение в стране и регионах;
- политическая ситуация, характеризующаяся стабильностью развития общества и государства;
- правовая среда, четко устанавливающая права, обязанности, ответственность предпринимателей и других субъектов рыночной экономики;

- социально-экономическая обстановка, связанная с уровнем платежного спроса населения (потребителей), уровнем безработицы;
- государственное регулирование и поддержка предпринимательства;
- культурная среда, обусловленная уровнем образования населения, обеспечивающая возможность заниматься определенными видами предпринимательского бизнеса;
- научно-техническая, технологическая среда;
- наличие в достаточном количестве природных факторов производства, необходимых для развития определенных видов деятельности;
- отсутствие природных катаклизмов;
- физическая среда, связанная с климатическими (погодными) условиями, влияющими на процесс функционирования предпринимательских организаций;
- институционально-организационная среда, свидетельствующая о наличии достаточного числа организаций, обеспечивающих возможность осуществления коммерческих операций, деловых связей и т.д.

Внутренняя предпринимательская среда – это определенная совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации.

В значительной мере внутренняя предпринимательская среда носит субъективный характер: она напрямую зависит от самого предпринимателя, его компетентности, силы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса.

К внутренней предпринимательской среде относятся следующие подсистемы (факторы):

- наличие необходимого объема собственного капитала;
- правильный выбор организационно-правовой формы предприятия;
- выбор предмета деятельности;
- подбор команды партнеров;
- знание рынка и квалифицированное проведение маркетинговых исследований;
- подбор кадров и управление персоналом, его мотивированное материальное стимулирование;
- механизм сохранения предпринимательской тайны и др.

Особое значение для успешной предпринимательской деятельности имеют:

- разработка обоснованного бизнес-плана;
- предвидение и расчет последствий наступления предполагаемых рисков;
- внедрение новых технологий;
- диверсификация деятельности;
- разработка и внедрение обоснованной стратегии развития организации.

К факторам внутренней среды следует также отнести четкое соблюдение предпринимателями и наемными менеджерами законов и нормативных актов, регулирующих деятельность данного вида бизнеса или соответствующей организационно-правовой формы предпринимательской организации.

Рынок – среда существования предпринимателей

Рынок – это сложное и многостороннее экономическое явление, соединение спроса и предложения, форма общественно-экономических связей между предпринимателями и потребителями, основанных на взаимной купле-продаже товаров (работ, услуг).

Только на рынке проверяется истинная ценность (стоимость) произведенных товаров: если они не будут проданы, предприниматель не получит планируемый объем прибыли.

Следовательно, рынок – это не только среда (сфера) функционирования предпринимателей, но и важнейший фактор развития предпринимательства в стране при условии, что существуют и развиваются рынки всех факторов производства.

Современный рынок классифицируется по различным категориям:

а) по экономическому назначению объектов рыночных отношений:

- рынок потребительских товаров и услуг;
- рынок средств производства;
- сырьевой рынок;
- рынок труда;
- рынок ценных бумаг;
- рынок вторсырья;
- рынок информационных технологий и др.;

б) по географическому положению:

- местный;
- региональный;
- национальный;
- мировой.

в) по степени ограничения конкуренции:

- монополистический;
- олигополистический;
- монополистический;
- свободный;
- смешанный.

г) по отраслям:

- автомобильный;
- IT технологии;
- нефтяной;
- газовый и др.

д) по характеру продаж:

- оптовый;
- розничный.