

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Волгоградский государственный технический университет»

Шевченко С.А.

Краткий курс лекций по дисциплине
«Организация предпринимательской деятельности»
Направление подготовки 080100.62 «Экономика»
Профиль подготовки «Экономика предприятий и организаций»
Заочная форма обучения (2 высшее)

Волгоград 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

Цели и задачи учебной дисциплины

- Лекция 1 Понятие и особенности предпринимательской
Лекция 2 деятельностиПредпринимательская среда
Лекция 3 Классификация предпринимательской деятельности
Лекция 4 Предпринимательская идея
Лекция 5 Нормативно-правовая база предпринимательства
Лекция 6 Этапы создания собственного дела
Лекция 7. Понятие и сущность государственного
регулирующаяпредпринимательской деятельности
Лекция8. Культура предпринимательства
Список рекомендуемойлитературы.

Цели и задачи учебной дисциплины

Основная цель дисциплины - освоение теоретических знаний и практических навыков по разработке различных видов планов предприятия

Задачами дисциплины являются обеспечение студента теоретическими знаниями в области методологии и методики планирования деятельности предприятия; сформировать практические навыки по технологии внутрифирменного планирования.

Лекция 1. Понятие и особенности предпринимательской деятельности

Предпринимательство- инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица (Энциклопедический словарь предпринимателя./ составитель С.М. Синельников, 1992 с 137-138).

Предпринимательская деятельность - это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке(Гражданский кодекс РФ).

Характерные особенности предпринимательства:

- инициативная деятельность,
- самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений;
- деятельность, связанная с риском;
- это деятельность, осуществляемая лицами (физическими или юридическими), зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей или юридических лиц;
- деятельность, направленная на получение прибыли или личного дохода законным путем;
- пути получения прибыли путем продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Функции предпринимательской деятельности:

-*Общеэкономическая функция*проявляется в том, что предприниматели – субъекты рынка, а предпринимательская деятельность направлена на производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и доведение их до конкретных потребителей. Выражается в увеличении объемов валового внутреннего продукта и национального дохода.

-*Ресурсная функция* предполагает эффективное использование различных ресурсов (трудовых, природных ресурсов и др.) при осуществлении предпринимательской деятельности.

-*Творческо-поисковая функция* проявляется в использовании в процессе предпринимательской деятельности новых идей, а также выработкой новых средств и факторов для достижения целей.

-*Социальная функция* проявляется в возможности каждого дееспособного гражданина быть собственником дела, что способствует поступлению их средств в бюджеты различных уровней; сокращению уровня безработицы, повышению уровня социального положения наемных работников.

-*Организаторская функция* проявляется в том, что каждый предприниматель самостоятельно принимает решение об организации собственного дела, в формировании предпринимательского управления.

Главная цель предпринимательской деятельности -получение прибыли от вложенного в тот или иной объект предпринимательства капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств. Н менее важной целью является - удовлетворение

спроса общества на конкретные потребности его членов или страны, региона.

Задачи предпринимательской деятельности осуществляются в двух направлениях. Первое направление - это комплекс задач, решение которых обеспечивает успех инновационной деятельности предпринимателя;

Второе направление - это комплекс задач, решение которых формирует эффективность процесса производства или посреднической деятельности, которые осуществлялись или же только стали осуществляться.

Предпринимательская деятельность как система.

Элементы системы: объекты предпринимательства; субъекты предпринимательства; предпринимательская среда.

Объектами предпринимательской деятельности являются изготовленная продукция, выполненная работа или оказанная услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

Субъекты предпринимательской деятельности: предприниматели (физические или юридические лица, которые осуществляют самостоятельную, связанную с риском деятельность, направленную на получение прибыли и удовлетворяющую определенную потребность в каком-либо товаре); потребители (граждане или организации, учреждения); наемные работники; государственные и муниципальные органы (задача государства заключается в формировании благоприятной среды для развития эффективного и социально ориентированного предпринимательства).

Предпринимательская среда - совокупность условий и факторов, воздействующих на предпринимательскую деятельность и требующих принятия управленческих решений для их устранения или приспособления.

Предпринимательская среда включает: внешнюю среду и внутреннюю среду организации.

Внешняя среда включает: 1) микросреду (элементы внешней среды, поддающиеся косвенному воздействию со стороны системы предпринимательства: совокупность поставщиков ресурсов, инвесторов, потребителей продукции, работ, услуг; конкурентов и посредников, с которыми предприниматель вступает в те или иные отношения) и 2) макросреду (совокупность элементов: природных, демографических, экономических, научно-технических, законодательных).

Внутренняя среда – включает широкий круг элементов, представляющих совокупность условий функционирования предпринимательской организации. Элементы внутренней среды: миссия организации; цели и задачи деятельности; выбор направления предпринимательской деятельности; выбор организационно-правовой формы хозяйственной деятельности; персонал.

Предпринимательская деятельность как процесс.

Предпринимательская деятельность - последовательная смена различных состояний или стадий. Выделение стадий необходимо в связи с определением действий, которые должен предпринять предприниматель в целях обеспечения безопасности деятельности.

Первая стадия – подготовительная. Она включает в себя поиск партнеров, подготовку учредительных документов, поиск необходимых ресурсов, разработку бизнес-плана, государственную регистрацию организации.

Вторая стадия – функционирования организации. В зависимости от вида предпринимательской деятельности содержание деятельности на этой стадии в разных организациях различное. Например, для производственного предприятия она включает: предпроизводственный этап (период подготовки производства: закупки и доставки сырья, материалов, топлива, то есть осуществление операций по снабжению производства); собственно производственный этап (использование всех производственных ресурсов и создание готового продукта); послепроизводственный этап (связан с реализацией изготовленной продукции, сбытом).

Третья стадия - прекращение предпринимательской деятельности. Ликвидация фирмы может быть произведена по инициативе учредителей, либо по решению суда.

Лекция2. Предпринимательская среда

Рыночная экономика характеризуется большой неопределенностью, что связано с существующими рисками предпринимательской деятельности, которые зависят от внешних и внутренних факторов, напрямую влияющие на предпринимательскую деятельность. Любая организация существует в тесном единстве с внешним окружением, которое играет большую роль в ее жизни, так как служит источником ресурсов, необходимых для поддержания деятельности. Организация получает сырье, энергию, информацию, человеческие и другие ресурсы из внешней среды, преобразует их в продукты или услуги и передает во внешнюю среду. Она находится в процессе постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность существования и развития.

К основным факторам **среды прямого воздействия** (микросреда) на предпринимательскую организацию относятся: поставщики; потребители; конкуренты; контактные аудитории.

Поставщиками для фирмы являются организации или другие фирмы, обеспечивающие ее различными ресурсами.

В зависимости от вида ресурса можно выделить поставщиков:

- сырья и материалов, оборудования, энергии;
- капитала;
- трудовых ресурсов.

Потребители формируют рынок сбыта. Существует широко распространенная точка зрения, что подлинная цель предпринимательства - создавать потребителей. Под этим понимается следующее: само выживание и оправдание существования фирмы зависит от ее способности находить потребителей своих продукции и услуг и удовлетворять их запросы. Важно понимать, что потребители — не единственный объект соперничества фирм. Последние могут также вести конкурентную борьбу за материальные и трудовые ресурсы, капитал и право использовать определенные технические нововведения. От реакции на конкуренцию во многом зависят такие внутренние факторы, как условия работы, оплата труда и характер отношений руководителей с подчиненными.

Конкуренты — один из наиболее динамичных внешних факторов, влияние которого, невозможно оспаривать. В условиях рынка руководители фирм осознают, что если не удовлетворять нужды потребителей столь же эффективно, как это делают конкуренты, то результаты их деятельности могут быть весьма плачевны. Во многих случаях не потребители, а именно конкуренты определяют, какого рода продукцию, можно продать и какую цену за нее запросить. Выделяют: конкуренцию среди продавцов; конкуренция между товарами; конкуренция среди поставщиков; конкуренция между покупателями.

Контактные аудитории — это внешние силы, которые оказывают непосредственное воздействие на принятие решений фирмы из-за различного рода интересов к ее деятельности. Категорию «контактные аудитории» можно классифицировать следующим образом: государственные учреждения надзора и регулирования предпринимательской деятельности; средства массовой информации; общественные организации; местные контактные аудитории; персонал фирмы.

Важнейшую роль играют государственные институты, регламентирующие деятельность фирм. Так, установление правового статуса фирмы влечет за собой определенный порядок уплаты налогов. Различные органы государственного регулирования уполномочены устанавливать порядок ведения финансовой отчетности,

выдавать лицензии, устанавливать таможенные пошлины, режим труда и т.д. Многие фирмы, особенно крупные, создают специальные подразделения по связям с общественностью.

Сотрудники фирмы оказывают непосредственное влияние на ее деятельность и могут как позитивно, так и негативно влиять на достижение поставленных фирмой целей. Поэтому важно обеспечить благоприятные условия для работы персонала фирмы.

Среда косвенного воздействия на предпринимательскую организацию включает в себя факторы, которые могут не оказывать немедленного воздействия на функционирование фирмы, но тем не менее сказываются на ее результатах. Эти факторы можно подразделить на: государственно-политические; экономические; социально-демографические; международные; научно-технологические; правовые; экологические.

Политическая ситуация в стране оказывает влияние на экономическую обстановку в целом, так как в известной степени способы управления экономикой есть результат реализации политических целей и задач находящегося у власти правительства. Фактор политической стабильности играет весьма существенную роль как для зарубежных, так и для отечественных фирм.

Не менее существенным является и *фактор государственного регулирования предпринимательской деятельности*. С одной стороны, государственная поддержка может стимулировать деятельность фирмы (всевозможные виды субсидий, налоговых льгот, кредитов, различных видов юридических услуг), с другой — действия государства могут быть ограничивающими, запрещающими (этими мерами государство обеспечивает производственную безопасность, качество товаров и др.). Это особенно важно подчеркнуть для преодоления сложившегося стереотипа о том, что "рынок сам все расставит по местам". Рыночная экономика использует различные формы и методы регулирования деятельности фирм.

Число *экономических факторов*, оказывающих влияние на деятельность фирм, столь велико и многообразно, что их невозможно перечислить в полном объеме. Экономическая составляющая макросреды определяет общий уровень экономического развития, рыночных отношений, конкуренции, т. е. экономические условия, в которых работают организации. Ее основные параметры: размер ВВП; темпы инфляции; размер процентной ставки; валютный курс; дефицит бюджета; уровень безработицы; - нормы налогообложения; производительность труда; величина заработной платы.

Изменения этих макроэкономических показателей влияют на уровень жизни населения, платежеспособность потребителей, колебания спроса, определяют инвестиционную политику, уровень цен, прибыльность.

Социально-демографическая среда включает в себя две группы факторов, оказывающих наибольшее воздействие на производственно-хозяйственную деятельность фирм: социокультурные и демографические.

Социокультурная среда, отражающая уровень жизни различных групп населения, включает в себя также стиль жизни, привычки, нравственные и этические нормы, религиозные основы общества. Все эти факторы социально-культурной среды влияют на поведение покупателей и соответственно могут вносить изменения на рынке товаров и услуг за счет роста или снижения спроса на отдельные товары и услуги. Например, пропаганда здорового образа жизни создала большие возможности для фирм, производящих и продающих спортивное снаряжение, одежду для отдыха, но при этом пострадали фирмы, предлагающие табачные изделия.

Особое влияние на деятельность фирм оказывают демографические факторы, хотя они не всегда принимаются во внимание. Любая хозяйственная система должна учитывать структурные изменения демографического развития отдельных регионов и страны в целом.

Среди демографических факторов наиболее важными являются две группы, связанные с изменениями в обществе:

- Изменения численности населения (рост, снижение рождаемости, смертность).

- Изменения в возрастном и половозрастном структурном составе населения.

Тенденции в возрастной и половозрастной структуре должны учитывать предприниматели, производящие и реализующие новые виды (марки) изделий. Темпы рождаемости и связанные с этим социальные меры по защите материнства также могут повлиять на рынок товаров и услуг. Рост численности пенсионеров, одиноких людей ведет к появлению многочисленных фирм, занимающих определенные ниши на рынках оказания услуг бытового обслуживания, оздоровительных мероприятий, отдыха.

Фирмы, стремящиеся к успеху, должны эффективно приспосабливаться к технологическим изменениям и возможно быстрее использовать их для получения преимуществ на конкурентном рынке. Технологическая среда отражает уровень научно-технического развития, который активно воздействует на предпринимательство, например, в области компьютеризации, информационных технологий и т.д. Причем, новые технологии могут привести как к повышению конкурентоспособности, так и ее снижению, если большего успеха в их разработке и применении добился конкурент.

Правовая составляющая включает законы и правовые акты, устанавливающие допустимые нормы взаимоотношений, права, ответственность, обязанности организаций, регулирующие деятельность, включая ограничения на отдельные ее виды, определяющие формы и методы защиты интересов.

От знания и соблюдения принятых законов и правовых норм зависит правильность заключения и выполнения контрактов, законность деловых операций, возможность решения спорных и других вопросов, связанных с деятельностью организации, которая осуществляется в рамках существующего законодательства. Особая роль в регулировании предпринимательской деятельности принадлежит федеральным законам, на основе которых осуществляется не только косвенное, но и прямое регулирование. Важная роль в регулировании и поддержке предпринимательства принадлежит таким высшим государственным органам, как Президент РФ, Федеральное собрание РФ, Правительство РФ, а также Конституционный, Арбитражный и Верховный суды РФ, Генеральная прокуратура РФ и ее органы в субъектах РФ, другим правоохранительным органам, а также Федеральным министерствам: по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства, финансов, экономического развития и торговли, юстиции и др.

Основные характеристики факторов внешней среды. Независимо от того, к какому уровню внешней среды - прямого или косвенного воздействия - относится тот или иной фактор внешней среды, можно выделить четыре основные сущностные их характеристики:

- 1) взаимосвязанность;
- 2) сложность;
- 3) подвижность;
- 4) неопределенность;
- 5) экологичность.

Взаимосвязанность факторов внешней среды - это взаимовлияние различных факторов в процессе функционирования фирмы. В качестве примера этого взаимовлияния можно назвать рост таможенных пошлин, который влечет за собой рост цен; рост цен на нефть, газ, электричество влечет за собой повышение цен почти на все товары и т.д.

Под сложностью внешней среды понимается число факторов, которые могут оказать существенное влияние на хозяйственную деятельность фирмы и на которые фирма обязана реагировать. Если, например, фирма имеет многочисленных конкурентов, сложную систему поставок и ускоренно проводит технологические изменения, можно утверждать, что эта фирма находится в более сложном положении, чем фирма, имеющая лишь нескольких поставщиков, нескольких конкурентов и работающая при замедленном изменении технологии.

Подвижность внешней среды - это скорость, с которой происходят изменения в

окружении фирмы. Многие исследователи указывают, что окружение современных предприятий и фирм изменяется с нарастающей скоростью. Однако при том, что эта тенденция является общей, есть фирмы, вокруг которых внешняя среда особенно подвижна. Быстрые изменения происходят, например, в авиационно-космической промышленности, производстве компьютеров, биотехнологии и сфере телекоммуникаций. Менее заметные относительные изменения затрагивают мебельную промышленность, производство традиционных строительных материалов, первичную переработку продукции сельского хозяйства. Кроме того, подвижность внешнего окружения может быть выше для одних подразделений фирмы и ниже для других. К примеру, во многих фирмах отдел исследований и разработок сталкивается с высокой подвижностью среды, поскольку он должен отслеживать все технологические нововведения; с другой стороны, производственный отдел может функционировать в относительно медленно изменяющейся среде, характеризующейся стабильным движением материалов и трудовых ресурсов. Учитывая сложность функционирования в условиях высоко-подвижной среды, фирмы и их подразделения должны опираться на весьма разнообразную информацию, чтобы принимать эффективные решения.

Экологичность внешней среды определяется:

– во-первых, переход к измерению бытия человека не с точки зрения лишь удовлетворения его возрастающих материальных потребностей, а с точки зрения «природного» бытия. То есть исходным моментом для начала любой хозяйственной деятельности организации должно стать обращение к своему ноосферному окружению с задачей сохранения равновесия биосферы как необходимого и достаточного условия выживания человека.;

– во-вторых, предстоит переход от свободного к более управляемому рыночному механизму хозяйствования. Суть данного признака состоит не в том, чтобы отказываться от права частной инициативы, а в том, чтобы перейти к таким рыночным отношениям, когда наравне со свободой в производственно-хозяйственной деятельности товаропроизводителей действуют рыночные механизмы, учитывающие природный фактор;

– в-третьих, внешняя среда предприятия должна рассматриваться не только как источник ресурсов для поколения людей, сегодня живущих на Земле, но и как природно-ресурсный потенциал для будущих поколений.

– *Неопределенность внешней среды* определяется количеством информации, которой располагает фирма по поводу конкретного фактора, а также уверенностью в достоверности этой информации. Если информации мало или есть сомнения в ее точности, внешняя среда становится более неопределенной, чем в ситуации, когда есть основания считать информацию высоконадежной. Поскольку сфера предпринимательства, товарные рынки становятся все более глобальными и требуется больше и больше разнообразной информации, то уверенность в ее точности снижается. Чем неопределеннее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения.

Обстановка, с которой сталкиваются организации, не одинакова, поэтому ей соответствуют различные уровни неопределенности, которые могут быть классифицированы на основе анализа двух характеристик:

– степени простоты или сложности обстановки;

– степени стабильности или нестабильности (динамичности) событий.

Неопределенность внешней обстановки возрастает с увеличением динамичности или же с усложнением ее условий. Степень динамичности внешней среды определяется темпом и частотой изменений.

Типы внешней среды по степени присущей им неопределенности.

Неопределенность представляется такими полярными характеристиками, как «простая—сложная» среда, «стабильная—нестабильная». Эти характеристики могут различным образом сочетаться.

Измерение неопределенности внешней среды по принципу «простая— сложная» имеет отношение к количеству и несхожести внешних элементов, связанных с деятельностью организации: в сложной внешней среде взаимодействует множество различных внешних элементов, оказывающих влияние на организацию.

Сложность может возникать из различий в элементах внешней среды, с которыми сталкивается организация (например, международная организация, работающая во многих странах), а также быть результатом суммы знаний, необходимых для того, чтобы справиться с воздействием обстановки (например, требование к аэрокосмической компании).

Примеры организаций, действующих в простой среде. Это может быть, например, продовольственный магазин или курсы обучения иностранному языку. В подобных случаях единственными действительно важными внешними элементами являются несколько конкурентов, поставщики и потребители. Государственное регулирование минимальное, изменения в культуре имеют незначительное воздействие.

В сложной среде действуют университеты или районные управы. В университетах пересекается целый спектр наук. Они являются местными центрами культурного обмена и обмена научными ценностями. Университеты вступают во взаимодействие с правительством и фондовыми учреждениями, профессиональными и научными ассоциациями, выпускниками, корпорациями. Это формирует большее количество внешних элементов и сложную внешнюю обстановку. Районные управы выполняют разнообразные хозяйственные и социально-политические функции, направленные, прежде всего, на удовлетворение потребностей населения и организаций, действующих на территории района. Их работа определяется постановлениями префекта и мэрии, запросами и жалобами населения, необходимостью обеспечения успешной работы в районе городских служб и многими другими факторами.

Измерение неопределенности внешней среды по принципу «стабильная-нестабильная». Данная характеристика имеет отношение к темпам изменения внешней среды. Организации могут действовать там, где изменения одного или многих факторов происходят медленно или очень быстро. Например, компании по производству электронно-вычислительной техники действуют в очень нестабильных или динамичных внешних условиях, в то время как многие муниципальные учреждения (например, общеобразовательные школы или службы по уборке территории) работают в стабильной обстановке.

Лекция 3. Классификация предпринимательской деятельности

Классифицируют предпринимательскую деятельность по ряду признаков.

1. Виды предпринимательства по субъектам предпринимательской деятельности:

- Предпринимательская деятельность физических лиц
- Предпринимательская деятельность юридических лиц.

Предпринимательская деятельность физических лиц- деятельность гражданина от своего имени и под личную ответственность. В соответствии с действующим законодательством ст.23 ГК РФ: гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Статус индивидуального предпринимателя он приобретает с момента государственной регистрации в этом качестве и внесения в соответствующий реестр.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Отдельными видами деятельности, перечень которых

определяется законом, юридическое лицо может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

2. Виды предпринимательства по сфере деятельности:

- производственное предпринимательство;
- коммерческое предпринимательство;
- финансовое предпринимательство;
- консультативное предпринимательство.

Производственное предпринимательство - процесс производства конкретных товаров, осуществления работ, оказания услуг для их реализации (продажи) потребителям (покупателям).

Производственное предпринимательство - ведущий вид предпринимательства, включает выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции производственно-технического назначения, потребительских товаров, строительных работ, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет.

Сильные стороны производственного предпринимательства: имеет наибольшее общественное значение, пользуется значительной государственной поддержкой, необходимой для своего развития.

Слабые стороны производственного предпринимательства: зависит от уровня развития рыночной экономики; подвергается значительному государственному регулированию в форме лицензирования деятельности, стандартизации, ограничения или полного запрета заниматься отдельными видами производственной деятельности и т.д.; высокий риск; невысокий уровень рентабельности; значительная величина первоначального капитала.

Коммерческое предпринимательство – вид предпринимательства, включающий операции и сделки по купле-продаже товаров (перепродаже товаров и услуг).

Этапы коммерческого предпринимательства:

- наём работников для выполнения торгово-посреднических услуг (закупка товара);
- приобретение или наём помещений, складов для хранения и реализации товара;
- закупка товаров для последующей продажи;
- привлечение кредитов для финансирования сделок;
- получение и оплата услуг сторонних организаций;
- получение или приобретения информации, которая требуется для планирования, оформления и регулирования сделок;
- реализация товаров и получение выручки.

Сильные стороны коммерческого предпринимательства: высокая рентабельность; быстрота создания, незначительная величина первоначального капитала; относительно невысокий риск; относительная простота самих операций.

Слабые стороны коммерческого предпринимательства: высокая зависимость от уровня развития производства и профессиональных качеств персонала; незначительная государственная регламентация.

Финансовое предпринимательство – разновидность коммерческого предпринимательства, но объектом купли-продажи выступает специфический товар: деньги, валюта, ценные бумаги (акции, облигации, векселя, ваучеры и т.д.), т.е. происходит продажа одних ценных бумаг на другие по ценам, обеспечивающим получение прибыли. Сфера деятельности денежное обращение и кредит.

Сильные стороны финансового предпринимательства: гибкость и мобильность; быстрота создания, способность быстро аккумулировать ресурсы; относительная простота самих операций.

Слабые стороны финансового предпринимательства: высокая зависимость от состояния национальной экономики и профессиональных качеств персонала;

значительная государственная регламентация; невысокий уровень рентабельности; необходимость большого первоначального капитала для начала деятельности.

Консультационное предпринимательство – предпринимательство в сфере деловых услуг. Сущность данного вида предпринимательства заключается в том, что определенные лица – консультанты, являющиеся квалифицированными специалистами в какой-либо области, дают на платной основе советы и рекомендации другим предпринимателям или гражданам по вопросам своей компетентности.

3. Виды предпринимательства по формам собственности

-Частное предпринимательство (негосударственное) - имуществом пользуются и распоряжаются отдельные граждане (физические лица) или группы граждан (юридические лица).

-Государственное предпринимательство - имущество, принадлежащее РФ, а также субъектам РФ,. Складывается из 2 частей: одна закрепляется за гос. предприятиями и учреждениями; 2 часть- нераспределённое имущество или казна (основной частью казны являются средства бюджета РФ).

-Муниципальное предпринимательство - имущество городов, посёлков. Представлено объектами, обеспечивающим и повседневную жизнь местного населения, которую по разным причинам решено не передавать в частную собственность(школы, системы энерго- и водоснабжения, коммунальные службы, социальные объекты).

-Другие виды (предприятие общественной организации религиозной организации, различных объединений и фондов). Главная особенность этой формы-собственники могут использовать приобретённое ими имущество лишь для достижения целей, предусмотренных их учредительными документами.

4. Виды предпринимательства по масштабам производства и численности:

- Малое предпринимательство
- Среднее предпринимательство
- Крупное предпринимательство

Для современной рыночной экономики характерна сложная комбинация различных по масштабам производств - крупных, с тенденцией к монополизации экономики и средних и малых предприятий, которые возникают в отраслях, где не требуется значительных капиталов, объемов оборудования и кооперации множества работников. Размеры предприятий зависят от специфики отраслей, их технологических особенностей, от действия эффекта масштаба деятельности.

Малое предпринимательство - сектор экономики, включающий в себя индивидуальное и малое предпринимательство, условное название совокупности малых и средних предприятий, ограниченных определенными правовыми нормами. Сильные стороны: гибкость, быстрое реагирование на изменение рыночной конъюнктуры; более высокая рентабельность по сравнению с крупным предпринимательством; государственная поддержка. Слабые стороны: высокорискованный характер; интуитивный характер и неспециализированное управление; недостаток финансовых ресурсов, сложный доступ к информации и достижениям научно-технического прогресса.

Среднее предпринимательство занимает промежуточное положение между малым и крупным предпринимательством, находящимися на разных полюсах экономики и играет чрезвычайно важную роль. Небольшой размер малых предприятий, *неустойчивость и высокая рискованность* не позволяют им устанавливать устойчивые связи с крупным предпринимательством напрямую. Среднее предпринимательство выполняет роль посредника и связующего звена между крупным и малым предпринимательством, между малым предпринимательством и государством.

Крупное предпринимательство – составляет основу производственного потенциала экономически развитых стран и создаёт большую часть их ВВП. Благодаря большим предприятиям идет развитие бизнеса, в основе которого лежат механизмы снижения издержек производства. Сильные стороны крупных предприятий: способны активно

изменять внешнюю среду предпринимательства; являются носителями НТП; накапливают, а затем внедряют методы рационального предпринимательства; обеспечивают устойчивость рыночной экономики и ее основных составляющих: цен, структуры производства; достаточно устойчивы. Слабые стороны: снижение стимулов к росту эффективности производства; возможность для ограничения доступа других фирм к достижениям НТП; падение эффективности управления с ростом объема предприятия; негибкость, возможность потери контакта с потребителем.

5. *Виды предпринимательства в зависимости от основной цели:*

- коммерческое предпринимательство;
- некоммерческое предпринимательство.

Коммерческое предпринимательство осуществляют организации преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности.

Некоммерческое предпринимательство осуществляют организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками.

Лекция 4. Предпринимательская идея

Предпринимательская идея – продуманное, проанализированное, четко просчитанное, включающее в себя момент новизны представление о том, как может быть удовлетворена потребность потенциального потребителя, путем каких конкретных действий и затрат.

Источники формирования новых предпринимательских идей:

- товарный рынок;
- географический или структурный «разрывы» в системе общественного производства;
- достижения науки и техники;
- новые возможности применения уже производимого товара или продукта;
- неосознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы, угадываемые предпринимателем.

Анализируя *товарный рынок*, предприниматель выявляет существующий на рынке дефицит товара и определяет прибыльность своих усилий по возможной ликвидации такого дефицита. Обычно к этому источнику прибегают начинающие предприниматели, имеющие малый опыт. Опытный предприниматель тоже анализирует товарный рынок, но обычно имеет другие цели. Пример: работающий в составе юридической конторы юрист, решает, что можно из неё уйти и завести свою собственную. Ибо услуги подобного рода ценятся и потребность в них высока. К тому же уровень его квалификации и деловых качеств, по его мнению, достаточный.

Предприниматель формирует идею посредством обнаружения *географических* (производится в нашей стране или ввозится из-за рубежа) или *структурных* (производится или не производится товар) «разрывов» в системе общественного производства (определённого товара). Предприниматель анализирует: процесс производства товара, его отдельных компонентов или даже целой товарной группы; источник и «маршрут» продвижения товара от производителя к потребителю; форму предложения товара потребителю. Пример: В 16 веке голландские купцы, ввозившие в Россию каждую весну изразцовую плитку, заметили, что поток потребителей исчез. А исчез потому, что русские стали сами производить эту плитку.

Достижения науки и техники в качестве источника идей требуют хорошей информированности в этой области и значительного интеллектуального труда. Предприниматель осуществляет поиск форм совмещения: производство *новых* товаров (с одной стороны) и достижения науки, техники и технологии. Объектом внимания может быть не только собственно товар, но и технология его производства, производственный

процесс.

Новые возможности применения уже производимого товара или продукта - это специфический источник идей, так как в значительной степени появление идей на базе этого источника носит случайный характер. Однако целенаправленный поиск в этом направлении, основанный на творческом подходе, тоже эффективный метод. Пример: приборы ночного видения, ранее используемые только в военной технике, стали широко применяться для гражданских целей (в охранных системах).

Неосознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы, угадываемые предпринимателем - неисчерпаемый источник идей. Метод связан со стремлением предпринимателя производить и поставлять на рынок новый товар. Пример: появление на рынке видеоманитофона-товара не знакомого потребителю.

Критерии отбора накопленных предпринимательских идей

-эффективность идеи (например, реализация идеи А обещает чистую прибыль в размере 1 млн р., а идеи Б – 2 млн р. в месяц);

-перспектива завоевания рынка (допустим, с товаром А можно завоевать 10% рыночного сегмента, а с товаром Б – 25%);

-время, необходимое для реализации идеи (от начала воплощения предпринимательской идеи до момента передачи потребителю товара, составляющего предмет этой идеи).

-размер капитала, необходимого для реализации идеи

- степень доступности оборудования, требуемого для организации производства – доступность требуемого сырья в необходимых количествах;

- наличие рабочей силы требуемого профиля и достаточного уровня квалификации.

Лекция5. Нормативно-правовая база предпринимательства

Н о р м а т и в н о – п р а в о в а я б а з а п р е д п р и н и м а т е л ь с т в а :

-Конституционное законодательство

-Гражданское законодательство

-Трудовое законодательство

-Налоговое законодательство

-Федеральные законы

-Подзаконные акты Российской Федерации

-Законы и правовые акты субъектов Российской Федерации

-Хозяйственно-правовые акты органов местного самоуправления

-Локальные нормативные акты хозяйствующих субъектов.

Конституционное законодательство представлено Конституцией Российской Федерации, в которой заложены конституционные основы предпринимательства, как и всей системы рыночной экономики. Конституция Российской Федерации имеет высшую юридическую силу, прямое действие и применяется на всей территории Российской Федерации. Законы и иные правовые акты, принимаемые в Российской Федерации, не должны противоречить Конституции Российской Федерации.

Непосредственное отношение к регулированию рынка имеет ряд статей Конституции, которые устанавливают правовые основы единого пространства России: 1) статья 8 - о единстве экономического и правового пространства России; о многообразии форм собственности; 2) Статья 9 - о частной собственности на землю; 3) Статья 15 - о соответствии национального законодательства общепринятым принципам и нормам международного права; 4) Статья 74 - о свободном перемещении товаров, услуг и финансовых средств на территории РФ.

Гражданское законодательство представлено Гражданским Кодексом РФ, основополагающим сводом законов о формах и условиях предпринимательства. Гражданский кодекс закрепляет право граждан и их объединений на занятие

предпринимательством в качестве их абсолютного частного права; гарантирует каждому субъекту права подлинные имущественные и личные права, не подверженные вторжению в эту сферу государства; предоставляет право обладания любым имуществом без ограничения его состава, количества и стоимости, а ограничения в отношении отдельных объектов могут быть лишь по соображениям общественной пользы и безопасности; наконец, предусматривает защиту среди других личных благ деловой репутации и предпринимательской тайны.

Трудовое законодательство представлено Трудовым Кодексом РФ. Трудовой Кодекс - основной систематизированный законодательный акт, регулирующий трудовые отношения в РФ, содержит нормы, цель которых — создать благоприятные условия труда, обеспечить защиту прав и интересов работников и работодателей, а также необходимую правовую базу для изменения правового характера трудовых отношений.

Налоговое законодательство представлено Налоговым Кодексом РФ. Налоговый Кодекс - свод законодательных актов о налогообложении, объединенных в один целостный документ. На основе этого документа устанавливаются принципы построения и функционирования налоговой системы РФ. А также, с помощью налогового кодекса урегулируются порядки установления, изменения и отмены федеральных налогов, общие принципы налогообложения и сборов.

Федеральные законы, регулирующие предпринимательскую деятельность можно разделить на группы: 1) законы, регулирующие общее состояние определенного вида рынка (пример: «О рынке ценных бумаг»); 2) законы, устанавливающие правовое положение субъектов, действующих на рынке (пример: «Об акционерных обществах»); 3) законы, регулирующие отдельные виды предпринимательской деятельности (пример: «О рекламе»); 4) законы, совмещающие в себе сферы регулирования второй и третьей группы, то есть устанавливающие правовое положение субъектов, занимающихся каким-либо видом предпринимательства (пример: «О банках и банковской деятельности»); 5) законы, устанавливающие требования к предпринимательской деятельности (пример: «О лицензировании отдельных видов деятельности»).

Подзаконные акты РФ играют большую роль в деле регулирования предпринимательской деятельности и включают: указы Президента РФ; постановления Правительства РФ; нормативные акты федеральных органов исполнительной власти.

Законы и правовые акты субъектов Российской Федерации - нормативные правовые акты, принимаемые законодательным (представительным) органом субъекта Российской Федерации в соответствии с Конституцией РФ и федеральными законами, конституцией или уставом субъекта Российской Федерации и регулирующие основные вопросы государственного, экономического и социального развития, находящиеся в ведении субъекта Федерации и в совместном ведении.

Хозяйственно-правовые акты органов местного самоуправления издаются на основе: главы 8 Конституции РФ «Местное самоуправление», Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Локальные нормативные акты хозяйствующих субъектов издаются с целью регулирования собственной предпринимательской деятельности.

Лекция 6. Этапы создания собственного дела

Предпосылки создания собственного дела:

- наличие имущества для формирования первоначального капитала;
- наличие определенного объема финансовых средств, необходимых для формирования минимального размера уставного (складочного) капитала;
- наличие нежилых помещений, необходимых для размещения будущей организации и осуществления намеченных видов деятельности, или наличие возможностей для заключения договора аренды нежилых помещений;

- предварительное изучение предполагаемого рынка, на который предприниматель будет предлагать для реализации результаты предпринимательской деятельности;
- формирование команды квалифицированных учредителей (партнеров) собственного дела, хорошо знающих технологию осуществления определенных видов предпринимательской деятельности, ведение бухгалтерского и финансового учета и др.;
- объективная оценка предпринимателем самого себя (личных и профессиональных качеств).

Этапы создания собственного дела:

1. Возникновение и обоснование идеи о занятии определенным видом предпринимательской деятельности.
2. Постановка ближайших и перспективных целей осуществления своей предпринимательской идеи.
3. Формирование конкретного решения об открытии своего дела в определенной организационно-правовой форме.
4. Подбор квалифицированных и надежных соучредителей нового дела.
5. Определение финансовых источников, необходимых для ведения предпринимательской деятельности на первом этапе функционирования организации.
6. Разработка учредительных документов.
7. Проведение комплекса организационных мероприятий по созданию собственного дела.
8. Разработка бизнес-плана.
9. Государственная регистрация организации.
10. Постановка организации на учет в налоговом органе.
11. Регистрация организации в различных фондах.
12. Открытие в банках расчетных счетов организации.
13. Заключение договоров (контрактов) на поставку сырья, материалов, изделий и других факторов производства, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности.
14. Проведение маркетинговых исследований рынка, выбор способов продвижения товаров на рынок, определение путей сбыта продукции потребителям; определение методов формирования цен на продукцию или услуги.
15. Заключение договоров поставки, купли-продажи товаров (услуг) с потребителями.
16. Проведение необходимой рекламной кампании товаров (услуг).
17. Организация учета доходов и расходов в соответствии с нормативными документами Минфина РФ и другие.

Несомненно, все этапы создания дела крайне важны, но решающий – это *обоснование предпринимательских идей*, поскольку именно на этом этапе выявляется экономический интерес (мотивы) предпринимателей в осуществлении конкретных видов деятельности (конкретных товаров, работ, услуг, информации, технологий и др.), но главное — идея должна быть реализована в те результаты, которые будут признаны рынком.

При постановке *ближайших и перспективных целей осуществления своей предпринимательской идеи* следует помнить следующее: к цели ведут только ясные цели; чем ближе цель, тем больше она мобилизует, иначе говоря, краткосрочные цели в большей степени, чем долгосрочные, способствуют внутренней мобилизации, но при этом нельзя упускать из виду решение долгосрочной цели; цель организации должна быть сконцентрирована на самом важном; цели нужно соизмерять с возможностями фирмы, с ее техническим, интеллектуальным, кадровым, финансовым уровнем и сырьевыми возможностями; цели необходимо конкретизировать в мероприятиях, при этом должно быть понимание целей и мероприятий другими сотрудниками, т.е. они должны быть убеждены к целесообразности достижения этой цели.

В экономической литературе представлены следующие *качества соучредителей нового дела*: честность; надёжность; обладание достаточными финансовыми ресурсами; энтузиазм; упорство; терпение; приверженность делу.

Важным этапом создания собственного дела является *этап решения вопросов о финансовых возможностях* предпринимателя, которые необходимы при формировании уставного (складочного) капитала. Источниками средств могут быть собственные накопления, средства, взятые в долг у родственников, знакомых, полученные ссуды в банках, у будущих потребителей, или средства, полученные от выпуска и реализации ценных бумаг, а также помощь государственных органов, занимающихся поддержкой предпринимательства.

Важную роль в процессе создания собственного дела играет *разработка учредительных документов* организации, устанавливающих фактически весь механизм функционирования организации. Будущий предприниматель при разработке устава и (или) учредительного договора должен руководствоваться положениями Гражданского кодекса РФ, положениями федеральных законов об отдельных организационно-правовых формах предпринимательства и другими нормативными актами. Устав организации – свод правил, регулирующих деятельность предприятий, организаций, учреждений, их взаимоотношения с другими организациями и гражданами, их права и обязанности в определенной сфере хозяйственной деятельности.

Проведение комплекса организационных мероприятий по созданию собственного дела включает: проведение первого собрания учредителей, выбор фирменного наименования, подбор квалифицированных сотрудников, изготовление печати, штампов, выбор товарного знака и др. На первом собрании учредители принимают решение о создании юридического лица в определенной организационно-правовой форме. Решение оформляется «Протоколом № 1» о создании организации. В нем, с согласия всех присутствующих, назначается генеральный директор и главный бухгалтер. Их подписи будут внесены в банковскую карточку, они будут правомочны подписывать все документы организации.

Бизнес-план вошёл в практику российского предпринимательства как инструмент стратегического планирования, а также как необходимый документ для ведения деловых переговоров с инвесторами, кредиторами. Структура бизнес-плана не имеет строгой регламентации и зависит от: поставленных целей; видов предпринимательской деятельности; временного масштаба; размера предполагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив роста создаваемого предприятия. Какой бы формы бизнес – план ни был, важно, чтобы он как можно более четко отвечал решению ключевых проблем организации, определял роль и место её в рыночных отношениях.

Примерная структура бизнес-плана:

- Вводная часть или резюме (сжатая характеристика проекта будущей организации, цель которой привлечь внимание к бизнес-плану потенциальных инвесторов). Включает: информацию о предприятии; цели и задачи; перечень мероприятий и сроки их выполнения; прогнозируемые объёмы продаж; планируемые затраты на производство товаров; потребность в инвестициях; прогнозируемые финансовые результаты; возможные риски и система страховок.

- Описание продукции, работ или услуг (четкое определение и описание товаров, работ или услуг, которые будут предложены покупателям; оценка потребительских свойств товара).

- Анализ рынка и конкурентов.

- План маркетинга (цели и стратегии маркетинга; ценообразование; технология распространения товаров; методы стимулирования продаж; организация послепродажного обслуживания; реклама).

- Производственный план (описание производственных процессов; характеристика поставщиков сырья; смета затрат).

-Организационный план (организационная структура предприятия; кадровая политика предприятия).

-Оценка риска и страхование (определение возможных рисков, их оценка и разработка мероприятий направленная на их снижение или устранение).

-Финансовый план (планирование финансового обеспечения деятельности предприятия с целью наиболее эффективного использования имеющихся денежных средств).

-Приложения (документы, которые могут служить подтверждением или более подробным объяснением сведений, представленных в бизнес-плане).

Государственная регистрация организации осуществляется в соответствии с Федеральным законом №129-ФЗ от 08.08.2001г. «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем пять рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган. Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения указанного учредителями в заявлении о государственной регистрации постоянно действующего исполнительного органа, в случае отсутствия такого исполнительного органа - по месту нахождения иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя осуществляется по месту его жительства. Моментом государственной регистрации признается внесение регистрирующим органом соответствующей записи в соответствующий государственный реестр.

Отказ в государственной регистрации допускается в случаях: а) непредставления определенных настоящим Федеральным законом необходимых для государственной регистрации документов; б) представления документов в ненадлежащий регистрирующий орган; в) если юридическое лицо находится в процессе ликвидации; г) если не утратила силу государственная регистрация физического лица в таком качестве, либо не истек год со дня принятия судом решения о признании его несостоятельным(банкротом) в связи с невозможностью удовлетворить требования кредиторов, связанные с ранее осуществляемой им предпринимательской деятельностью; д) несоблюдения нотариальной формы представляемых документов в случаях, если такая форма обязательна в соответствии с федеральными законами; е) подписания неуполномоченным лицом заявления о государственной регистрации или заявления о внесении изменений в сведения о юридическом лице, содержащиеся в едином государственном реестре юридических лиц; ж) выхода участников общества с ограниченной ответственностью из общества, в результате которого в обществе не остается ни одного участника, а также выхода единственного участника общества с ограниченной ответственностью из общества.

В целях проведения налогового контроля организации и физические лица *подлежат постановке на учет в налоговых органах* соответственно по месту нахождения организации, месту нахождения ее обособленных подразделений, месту жительства физического лица, а также по месту нахождения принадлежащего им недвижимого имущества и транспортных средств и по иным основаниям, предусмотренным Налоговым Кодексом.

В течение 10 дней со дня государственной регистрации организация должна встать на учет в налоговом органе по месту ее нахождения.

Налоговый орган обязан поставить организацию на учет в течение 5 дней со дня подачи ею необходимых документов и в тот же срок выдать соответствующее свидетельство, форма которого устанавливается Министерством РФ по налогам и сборам. Налоговый орган присваивает организации идентификационный налоговый номер, который организация обязана указывать во всех документах. Организация-налогоплательщик включается в Единый государственный реестр налогоплательщиков.

Организации по действующему законодательству РФ имеют право на *открытие*

одного или нескольких счетов как в одном банке, так и в нескольких банках, в том числе для проведения безналичных расчетов. В соответствии с законодательством расчеты между юридическими лицами, а также между индивидуальными предпринимателями производятся в безналичном порядке. Расчеты между этими лицами производятся также наличными деньгами, но в ограниченном размере (не более 10 тыс., руб. в сутки). Безналичные расчеты осуществляются через банки, иные кредитные организации, в которых предприниматели открывают соответствующие счета.

Организация может открывать в коммерческих банках следующие счета:

1. *Расчетный счет* (предназначены для осуществления текущих платежей по распоряжению организации и зачисления поступлений денежных средств в ее адрес). Количество расчетных счетов, открываемых организацией коммерческими банками, законодательством не ограничено.

2. *Текущий счет* (открываются для некоммерческих учреждений и коммерческих организаций, не являющихся юридическими лицами, например филиалов). Перечень операции по текущему счету ограничен, а распоряжаться средствами можно лишь в строгом соответствии с утвержденной сметой.

3. *Специальный счет* (для хранения средств строго целевого назначения).

4. *Валютный счет* (для осуществления расчетов в иностранной валюте).

5. *Временный расчетный счет* (для проведения операций по зачислению первоначальных взносов учредителей организации в уставный капитал и лиц, участвующих в подписке на акции).

Предпринимательские организации вправе открывать счета в любом банке по месту их регистрации или в банке вне места своей регистрации с согласия последнего. Набор счетов определяется самой организацией в зависимости от решаемых ею задач.

Лекция 7. Понятие и сущность государственного регулирования предпринимательской деятельности

Государственное регулирование предпринимательской деятельности - комплекс мер законодательных, исполнительных и судебных органов власти, а также контрольных функций, осуществляемых на основе нормативных правовых актов государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации существующей социально-экономической системы предпринимательства.

Вмешательство государства в экономику обусловлено:

1) негативными условиями, т.е. появлением всякого рода отрицательных явлений и тенденций в различных сферах экономики, которые могут негативно повлиять на предпринимательскую деятельность и экономику страны в целом. Эти тенденции и явления очень разнообразны как по сущности, так и по силе негативного их влияния на экономику. Роль государства заключается в своевременном выявлении этих тенденций и явлений, причин их возникновения и в принятии соответствующих мер по их устранению.

2) различными предпосылками, т.е. еще не явным проявлением негативных условий и тенденций в экономике и других сферах человеческой деятельности. Роль государства заключается в своевременном выявлении и устранении этих предпосылок, т.е. государство еще в «зародыше» и с наименьшими усилиями и средствами устраняет возможность появления негативных явлений для развития предпринимательства и экономики страны.

3) позитивными условиями, т.е. появлением всякого рода положительных явлений и тенденций в различных сферах экономики. Роль государства заключается в своевременном их выявлении и принятии определенных мер по их поддержанию.

Функции государственного регулирования предпринимательской деятельности:

- функция организации;

- функция контроля;
- функция координации;
- функция защиты рыночных основ хозяйствования;
- функция руководства макроэкономикой;
- функция содействия развитию предпринимательства.

Функция организации обеспечивает правовую основу предпринимательской деятельности (принятие законов); создаёт условия для функционирования рыночных механизмов; организует борьбу с коррупцией, незаконным предпринимательством.

Функция контроля обеспечивает контроль за соблюдением законодательства предпринимателями; контроль за исполнительными органами власти - госаппаратом.

Функция координации позволяет согласовать направления деятельности частных структур (рыночной политики ценообразования, политики раздела рынка и сфер влияния); координирует инициативную деятельность в предпринимательстве.

Функция защиты рыночных основ хозяйствования осуществляет защиту рыночного механизма хозяйствования путём применения антимонопольного регулирования предпринимательской деятельности.

Функция руководства макроэкономикой позволяет обеспечить макроэкономическую стабильность путём предотвращения социальных последствий кризисов, стимулирования инициативы предпринимателей через льготы, субсидии.

Функция содействия развитию предпринимательства проявляется в финансовом содействии (предоставлении субсидий, льготных кредитов); организационном содействии (содействие развитию малому бизнесу путём разработки программ поддержки малого предпринимательства, помощь в организации международных ярмарок и выставок).

Методы государственного регулирования предпринимательской деятельности:

- административные (прямое или директивное регулирование);
- экономические (косвенное регулирование);
- морально-политические.

Административные методы - установление требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности; установление запретов на те или иные проявления при ее осуществлении; применение государством санкций и мер ответственности.

Экономические методы - применение различных экономических рычагов и стимулов. Инструменты: нормы, нормативы (например, нормы амортизационных отчислений); лимиты (например, лимиты выбросов загрязняющих веществ в природную среду); размеры ставок налогов, пошлин, иных обязательных платежей; квоты (например, при экспорте товаров); размеры капиталов и фондов (например, установление минимального размера уставного капитала).

Морально-политические методы - убеждение, массовая информация.

Саморегулирование предпринимательской деятельности

На современном этапе для предпринимательской деятельности актуальны два вида регулирования: государственное регулирование и саморегулирование. Вопросы саморегулирования регламентируются Федеральным законом N 315-ФЗ от 1 декабря 2007 «О саморегулируемых организациях».

Саморегулируемые организации - некоммерческие организации, созданные в целях саморегулирования, основанные на членстве, объединяющие субъектов предпринимательской деятельности исходя из единства отрасли производства товаров (работ, услуг) или рынка произведенных товаров (работ, услуг) либо объединяющие субъектов профессиональной деятельности определенного вида.

Цель создания саморегулируемых организаций: принятие на себя миссии государственных органов в сфере контроля и надзора за предпринимательской деятельностью.

Задачи саморегулируемых организаций:

-формировать стандарты деятельности для участников рынка (однако стандарты не должны быть настолько жесткими, чтобы препятствовать появлению новых участников рынка);

-организовывать профессиональное обучение, аттестацию работников членов саморегулируемой организации или сертификацию произведенных членами саморегулируемой организации товаров (работ, услуг), если иное не установлено федеральными законами;

-осуществлять контроль за предпринимательской или профессиональной деятельностью своих членов в части соблюдения ими требований стандартов и правил саморегулируемой организации, условий членства в саморегулируемой организации.

Преимущества перехода предпринимательских организаций к саморегулированию:

- установление прозрачных отношений между участниками рынка и повышение качества продукции;

- более прогрессивный путь развития экономики, чем прямое и постоянное вмешательство государства, так как предприниматели лучше всех знают реальные проблемы своей отрасли и могут предложить наиболее эффективные и безболезненные пути выхода из кризиса, на что вряд ли это способны сделать чиновники, тем более в одиночку;

- сокращение затрат на содержание штата чиновников из регулирующего ведомства, так как саморегулируемая организация обеспечивает себя сама за счет членских взносов;

-сокращение времени на решение вопросов, связанных с предпринимательской деятельностью (саморегулируемая организация решает все свои внутренние вопросы сама, без постороннего вмешательства и в досудебном порядке, что быстрее, проще и выгоднее всем участникам рынка и даже государству);

-более конструктивное решение вопросов предпринимательской деятельности (руководство саморегулируемой организации более тесно связано с самими предпринимателями, а их влияние на регулятора — выше; руководителей саморегулируемой организации могут выбрать сами предприниматели, а вот чиновников назначают сверху, поэтому влиять на них значительно сложнее).

Возможные риски при переходе предпринимательских организаций к саморегулированию:

-риск установления монополии (крупнейшие участники отрасли, объединившись, могут установить слишком жесткий порог вступления в свою организацию), что в результате приведёт к снижению качества продукции;

- риск отсутствия места для малого бизнеса, который далеко не всегда способен платить членские взносы и поддерживать те же стандарты работы, что и крупные участники рынка;

- риск создания большого количества саморегулируемых организаций, возможна ситуация, когда сразу несколько компаний не попали ни в одну саморегулируемых организаций, так как качество их работы не соответствует стандартам, установленным участниками рынка и если в законе не будет четких ограничений, то они смогут просто-напросто объединиться, создать свою, «карманную» саморегулируемую организацию и продолжить работать на рынке;

-риск искусственного увеличения количественного состава саморегулируемых организаций до установленной в законе планки, возможна ситуация, когда исполнительному комитету саморегулируемой организации удалось собрать меньшее количество организаций, значит, существует риск, что оставшееся количество организаций компаний будут приняты в организацию на «льготных» условиях, а на недостатки в их работе просто закроют глаза в надежде на «исправление в процессе».

Возможные пути снижения рисков: чёткая и правильная

законодательная база; создание инструментов, позволяющих предпринимателям обжаловать решение саморегулируемых организаций через суд; учёт особенностей предпринимательских организаций при разработке стандартов.

Лекция 8. Культура предпринимательства

Неотъемлемым элементом организации предпринимательской деятельности является культура предпринимательства.

Культура предпринимательства - это определенная, сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законами, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованной предпринимательской деятельности.

Доктор экономических наук, профессор Козлов В.Д. в понятие «культура предпринимательства» включает: систему формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций; индивидуальные и групповые интересы; особенности поведения работников организации; стиль руководства; удовлетворённость работников условиями труда; уровень взаимного сотрудничества.

Основные функции культуры предпринимательства

- *Консервативная* создаёт силы внутренней устойчивости и сопротивляемости внешним воздействиям за счёт традиций организации;

- *Инновационная* - продвигает новые образцы, более приспособленные к изменившимся обстоятельствам.

- *Коммуникативно-интегративная*-обеспечивает устойчивость и стабильность, выживаемость в данной социально-экономической среде;

- *Трансляционная* передаёт информацию об организации.

- *Целеполагания* формирует эталоны, ценности.

- *Оценочная* создаёт методы и оценки критерии оценки действий.

Главная функция-сохранять и воспроизводить ценности различных типов и форм и передавать их будущим поколениям.

Факторы, влияющие на культуру предпринимательства:

- *Общечеловеческие ценности* (долг, стремление к справедливости), общие представления о смысле жизни;

- нормы и правила поведения;

- *ценностно-мотивационное отношение к труду, богатству;*

- *национально-культурные и религиозно-культурные стереотипы образа жизни в стране;*

- *культурные образцы хозяйственного поведения;*

- *особенности климата, месторасположения страны;*

Культура предпринимательства как система включает следующие элементы:

- *законность предпринимательской деятельности;*

- *строгое выполнение обязательств и обязанностей, вытекающих из правовых актов, договорных отношений и совершаемых законных сделок, из обычаев делового оборота;*

- *честное ведение предпринимательской деятельности: честное отношение к людям, потребителям, партнерам, государству;*

- *соблюдение предпринимателями общих этических норм (включающих профессиональную этику, этические кодексы организации и т.д.);*

- *соблюдение обычаев и нравов, действующих в обществе;*

- *уровень знаний, необходимый для осуществления законной предпринимательской деятельности.*

Культура организации проявляется через представления о ценностях, из которых выводятся нормы и правила поведения, складывается конъюнктура сил, влияющих на конкретное поведение. Как правило, культура предпринимательской структуры

определяется действием следующих внутренних факторов:

- объектом предпринимательской деятельности, т. е. осуществляемым бизнесом;
- организацией процесса предпринимательской деятельности;
- мотивацией собственника фирмы и работников (создание таких условий, которые способствуют взаимодействию всех сотрудников, преследующих общие предпринимательские цели: они реальны, понятны каждому и отражают основной характер деятельности фирмы);
- наличием особого стиля управления, который способствует достижению ведущих позиций на рынке, максимального использования конкурентной среды;
- высоким профессионализмом руководителей фирмы, менеджеров и сотрудников, возможностью их роста и мастерства, оплаты творческих достижений;
- высокой культурой производства, внедрением новых технологий и форм организации труда, обеспечивающих необходимый уровень качества товаров (услуг, работ);
- соответствующим материальным вознаграждением за труд, его качество и производительность, участием исполнителей в прибылях фирмы;
- ориентацией на человека как главную ценность фирмы, соблюдение этических норм поведения, духа товарищества, взаимного доверия, традиций коллектива;
- поддержанием необходимых санитарно-гигиенических и безопасных условий труда, обеспечение социальных гарантий;
- обеспечением здорового морального климата в коллективе фирмы, действия сотрудников как единой сплоченной команды;
- уважительным отношением к партнерам по бизнесу, клиентам, потребителям, государственным органам.

Основные признаки наличия культуры в предпринимательской организации (выделены шведским экономистом-практиком Б. Карлофом):

- социальна (на её формирование влияют все или большинство работников организации);
- регулирует поведение членов коллектива;
- создаётся людьми;
- осознанно или неосознанно принимается всеми работниками;
- основана на соблюдении традиций;
- динамична (т.е. способна изменяться);
- познаваема;
- многогранна (т.е. её нельзя постичь с помощью одного какого-либо подхода).

Основные признаки слабой предпринимательской культуры организации:

- отсутствие ясного представления о системе ценностей и средствах достижения целей;
- отсутствие стратегических и тактических целей организации;
- существование в организации различных точек зрения;
- игнорирование руководителями вопросов общего понимания сотрудниками ценностей организации, общих убеждений.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

- 1 Организация предпринимательской деятельности: учебник/А.И. Базилевич [и др.]; под.ред. В.Я.Горфинкеля.- М.: Проспект, 2010.-544с.
- 2 Арустамов, Э.А. Организация предпринимательской деятельности. Основы бизнеса: практикум/ Э.А. Арустамов, Р.С. Андреева.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. -144с.

- 3 Самарина, В.П. Основы предпринимательства: учебное пособие /В.П. Самарина. - М.: КНОРУС,2009. -224с.
- 4 Пелих, А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / А.С. Пелих, А.А.Чумаков, М.М.Баранников, И.И.Боков, Г.А.Дреев, А.Г.Пронченко, Г.Г. Попета /Под ред.А.С. Пелиха. Изд.3-е, исп. и доп. – Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004.-384 с.
- 5 Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности/ А.Н. Асаул. – СПб.: Питер, 2005.-368с.
- 6 Предпринимательство. Бусыгин А.В. Учебник для вузов. МГУ, 2003.

Дополнительная литература

- 1 Лапуста, М.Г. Предпринимательство.-М.: ИНФРА –М, 2008.-607 с.
- 2 Валдайцев, С.В. Антикризисное управление на основе инновации: учебник/ С.В. Валдайцев.-М.: ТК Велби,Изд-во Проспект,2007.-312 с.
- 3 Региональные аспекты функционирования и развития малого предпринимательства в России / Под редакцией д. э. н., проф. В. А. Гневко. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2010. — 192 с.
- 4 Кретов, С.И. Предпринимательство: сущность, директивы и перспективы/ С.И. Кретов – М.: Знание, 2007г. – 112с.
- 5 Конституция Российской Федерации: принята 12 дек. 1993 г. : с изм. на 25 июля 2003 г. – М. : Юрист, 2005. – 56 с.
- 6 Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 N 51-ФЗ часть первая [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
- 7 Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
- 8 Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
- 9 Федеральный закон от 08.05.96 № 41-ФЗ «О производственных кооперативах» [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
- 10 Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ «О защите конкуренции» [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
- 11 Федеральный закон от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».
- 12 Официальный сайт Национального института системных исследований проблем предпринимательства:Бизнес в России. Исследования и аналитика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.nisse.ru>.
- 13 Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [Электронный ресурс]: Предпринимательство. Режим доступа: <http://www.gks.ru>.