



РГСУ

**МОДУЛЬ 1:
Организация предпринимательской
деятельности
Раздел 1. Сущность
предпринимательской деятельности**

Содержание

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Тема 1. Предпринимательская деятельность.

1.1. Понятие предпринимательской деятельности

1.2. Виды предпринимательства

1.3. Среда предпринимательства

***1.4. Организационно-правовые формы
предпринимательства***

- **Предпринимательская деятельность** – это самостоятельная, осуществляемая, 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.

- **Предпринимательство** – самостоятельное организационно-хозяйственное новаторство на основе использования различных возможностей для выпуска новых товаров, открытия новых источников сырья, рынков сбыта, что ведет к постоянному обновлению хозяйственной системы для получения прибылей и реализации собственных целей предпринимателя.

- **Субъекты предпринимательской деятельности** – *физические и юридические лица, граждане РФ и иностранных государств.*
- **Объекты предпринимательской деятельности** – *товар, продукты, услуги и т. п.*

- ▣ **Признаки предпринимательства:**
- ▣ *Самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов;*
- ▣ *Экономическая заинтересованность;*
- ▣ *Хозяйственный риск и ответственность.*

- В рыночной экономике предпринимательство выполняет ряд **функций**:
- *Общеэкономическая;*
- *Ресурсная;*
- *Социальная;*
- *Новаторская;*
- *Организаторская;*
- *Хозяйственная;*
- *Личностная.*

- *ПРИНЦИПЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:*
- *- самокупаемость;*
- *- самофинансирование;*
- *- материальная заинтересованность;*
- *- экономическая ответственность;*
- *- хозяйственная самостоятельность в пределах действующего законодательства в сочетании с контролем государственных органов за его соблюдением и др.*

УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:

В экономической сфере:

1. *- реальный плюрализм форм собственности;*
2. *- развитая инфраструктура поддержки предпринимательства;*
3. *- стабильная, научно обоснованная экономическая политика государства;*
4. *- государственное регулирование экономики, прежде всего с помощью экономических рычагов;*
5. *- рациональная экономическая, внешнеэкономическая политика.*

В сфере права:

1. - эффективная и стабильная законодательная база относительно предпринимательства;
2. - развитое антимонопольное законодательство и наличие достаточных механизмов его реализации;
3. - эффективная система защиты интеллектуальной собственности;
4. - простая процедура регистрации предприятий;
5. - льготное налоговое законодательство.

В условиях действующего законодательства предприниматели имеют право:

- - заниматься любым видом деятельности (бизнеса), разрешенных законами;*
- - создавать собственное дело в любой организационно-правовой форме;*
- - иметь в собственности (хозяйственном ведении) любое имущество, необходимое для осуществления предпринимательской деятельности.*
- - самостоятельно планировать свою деятельность, разрабатывать бизнес-план и другие формы и виды планирования; выбирать потребителей продукции, поставщиков всех факторов производства, заключать в соответствии с законодательством предпринимательские договоры;*
- - самостоятельно устанавливать формы и системы оплаты труда наемных работников, различные дополнительные формы материального поощрения;*

- - заниматься внешнеэкономической, внешнеторговой деятельностью в соответствии с установленным порядком;
- - пользоваться финансово-кредитной, имущественно-материальной поддержкой и другими формами государственной поддержки;
- - получать государственный заказ на изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг; на пенсионное, медицинское и социальное страхование; на защиту своих законных интересов (прав) от неправомερных решений органов государственной власти и должностных лиц и т.д.

В соответствии со ст. 21 первой части Налогового кодекса РФ предприниматели как налогоплательщики имеют право:

- - получать от налоговых органов по месту учета бесплатную информацию о действующих налогах и сборах, законодательстве о налогах и сборах;*
- - использовать налоговые льготы при наличии оснований и в порядке, установленном законодательством о налогах и сборах;*
- - получать отсрочку, рассрочку, налоговый кредит или инвестиционный налоговый кредит в установленном порядке;*
- - на своевременный зачет или возврат сумм излишне уплаченных либо излишне взысканных налогов;*
- - требовать от должностных лиц налоговых органов соблюдения законодательства о налогах и сборах;*
- - требовать соблюдения налоговой тайны;*
- - требовать в установленном порядке возмещения в полном объеме убытков, причиненных незаконными решениями налоговых органов или незаконными действиями (бездействием) их должностных лиц и т.д.*

- **ОБЯЗАННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ:**
- - в установленные сроки стать на учет (переучет) в налоговом органе и зарегистрироваться в уполномоченных органах государственных внебюджетных социальных фондов;
- - самостоятельно исполнять обязанности по уплате налогов и других платежей в сроки и в размере, установленном законодательством;
- - вести бухгалтерский учет, составлять отчеты о финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с законодательством и нормативными актами, обеспечивая их сохранность в течение четырех лет;
- - получать лицензии на те виды деятельности, осуществление которых возможно только при получении лицензии в соответствии с федеральным законом;

■ ***ОБЯЗАННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ:***

- *- выпускать продукцию, выполнять работы, оказывать услуги в соответствии с действующими стандартами и (или) сертифицированную;*
- *- создавать необходимые санитарно-гигиенические и безопасные условия труда для наемных работников;*
- *- не допускать монополистической деятельности на товарных рынках, недобросовестной конкуренции;*
- *- вести учет доходов и расходов, затрат на производство и реализацию товаров (работ, услуг);*
- *- совершать сделки, заключать и исполнять предпринимательские договоры в соответствии с гражданским законодательством;*
- *- не допускать ненадлежащей рекламы своих товаров (недобросовестной, недостоверной, неэтичной, заведомо ложной, скрытой) и др.*

- **ВИДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА:**
- **По формам собственности** в рыночной экономике предпринимательство развивается как частная и государственная собственность.
- **По признакам законности:** законное, незаконное, лжепредпринимательство.
- **По распространению деятельности** на различных территориях: местное, региональное, национальное, международное и мировое.
- **По темпам роста, уровню прибыльности и доходности:** быстрорастущие, медленно наращивающие темпы развития, высокоприбыльные и низкорентабельные, осуществляющие низкорисковые и очень рискованные виды бизнеса.
- **По количеству участников (учредителей):** индивидуальное и коллективное (партнерское).
- **По формам ответственности участников (учредителей):** с полной ответственностью, а также с солидарной и субсидиарной ответственностью.

- *С учетом направленности предпринимательской деятельности, объекта капитала и получения конкретных результатов:*
 - Производственное;
 - Коммерческое;
 - Финансово-кредитное;
 - Консультативное.

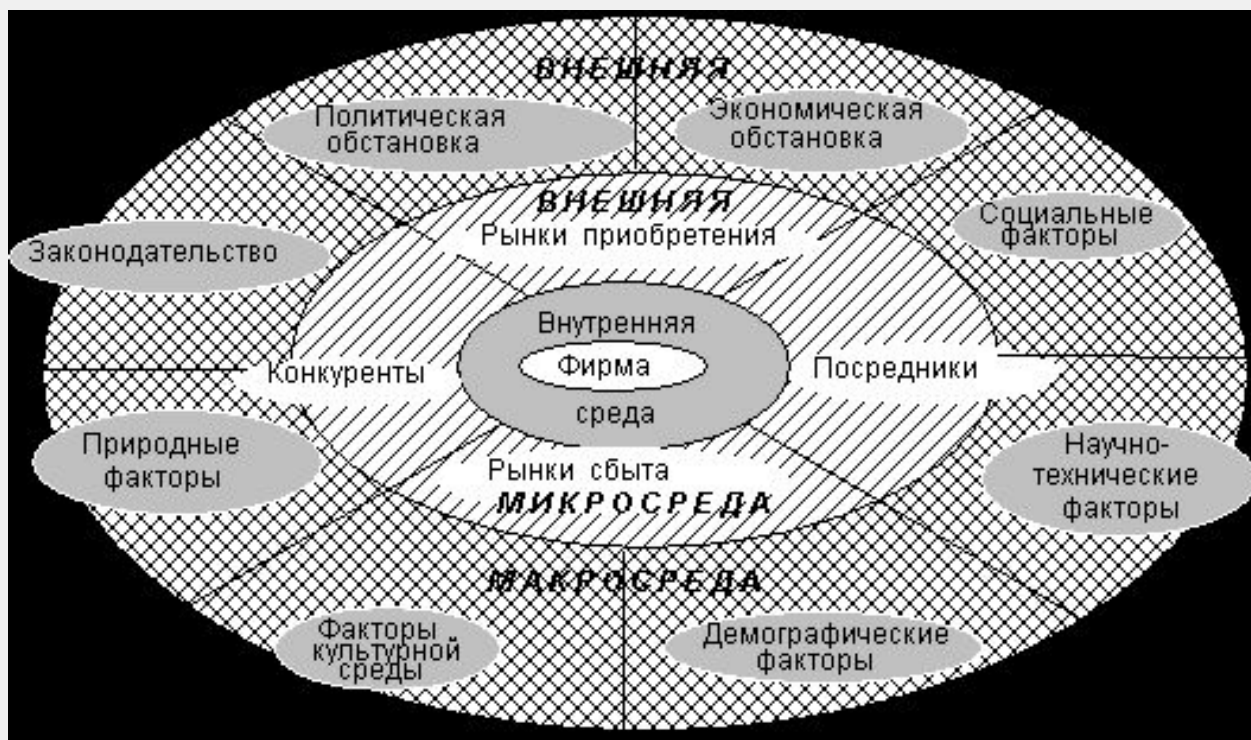
- ***Производственное предпринимательство:***
- Производство товаров;
- Оказание услуг;
- Инновационное;
- Научно-техническое;
- Информационное;
- Производственное потребление товаров и услуг;

- ***Коммерческое предпринимательство:***
- Торговое;
- Торгово-закупочное;
- Торгово-посредническое;
- Товарные биржи.

- **Финансово-кредитное:**
- Банковское;
- Лизинговое;
- Факторинг;
- Страхование;
- Аудиторское;
- Фондовые биржи.

- **Консультативное:**
- Общее управление;
- Администрирование;
- Финансовое управление;
- Управление кадрами;
- Маркетинг;
- Информационная технология.

Предпринимательская деятельность в любой ее форме осуществляется при взаимодействии с различными организациями, учреждениями, институтами, в определенных условиях, т.е. в окружении микро- и макросреды.



- **Под предпринимательской средой следует понимать сложившуюся в стране 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**
характеризуется сложившейся экономической и политической обстановкой, правовой, социально-культурной, технологической, географической средой, экологической ситуацией, а также состоянием институциональной и информационной систем.

- К элементам **внутренней среды** относятся:
- - цели,
- - задачи,
- - финансы,
- - люди,
- - технологии,
- - информация,
- - организационная структура,
- - организационная культура,
- - материалы производства и другие составляющие.



- **Цели** - это конечные состояния или желаемый результат, к которому стремится организация в данный отрезок времени. Все цели разрабатываются руководителем по ходу процесса планирования.



Характеристики целей:

- Конкретность и измеримость;
- Ориентация во времени, очередность установления целей от долгосрочных к краткосрочным;
- Достижимость;
- Взаимосвязь, отсутствие противоречия в нескольких целях.

- **Цели** – множество конечных результатов, возникающих при соединении работников, рынков, руководства, технических и административных систем в единое производительное целое;

Задачей установления целей организации является конкретизация ее миссии в форме, доступной для управления.


- **Цель** – это конечное состояние, желаемый результат, которого стремится достичь организация. Для правильной постановки целей необходимы:
- **Четкая ориентация на определенный интервал времени;**
- **Конкретность и измеримость;**
- **Непротиворечивость и согласованность с прочими целями и ресурсами;**

- **Виды целей:**
- по периоду установления:
- - тактические

 **Оперативные**

- **2. По содержанию:**
- - экономические;
- - инновационные;
- - кадровые;
- - производственные;
- - финансовые;
- - административные.

- 2. По приоритетности:
 - - особо приоритетные;
 - - приоритетные;
 - - прочие
- 3. по измеримости:
 - - количественные;
 - - качественные

- ▣ 4. По повторяемости:
 - ▣ - постоянные (повторяющиеся);
 - ▣ - разовые
- ▣ 5. По иерархии:
 - ▣ - организация;
 - ▣ - подразделение;
 - ▣ - рабочее место.
- ▣ 6. По стадии жизненного цикла:
 - ▣ - проектирование и создание организации;
 - ▣ - рост организации;
 - ▣ - зрелость организации;
 - ▣ - завершение жизненного цикла;
- ▣  переход на другой уровень развития.

- **Корпоративная политика** – официально установленные долгосрочные руководства к действию и каналы, задающие направление деятельности работников организации;
- **Корпоративная культура** – система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, традиций, норм поведения, заметно влияющих на поведение отдельных работников и групп;

- На формирование организационной культуры влияют:
- - **культура общества** (народа), внутри которого организация функционирует;
- - **культура представителей высшего звена управления** организацией;
- - **напористость руководства** во внедрении новых норм поведения, идей, взглядов, идеологии.

- Выделились четыре **подхода к трактовке** этих терминов:
- Корпоративная и организационная культуры - самостоятельные феномены, имеющие пересечение в своих элементах. (Т.Ю. Базаров, А. А. Максименко, Е.А. Черных и др.).
- Корпоративная культура - часть организационной культуры (Л. Колесникова, Ю.Д. Красовский, Е.Г. Молл, В. Перекрестов, Т.О. Соломанидина, В.В. Щербина).
- Организационная культура - часть корпоративной культуры. В данном контексте понятие «корпоративная культура» охватывает организационные культуры отдельных компаний, занятых в определенном бизнесе. (А.И. Пригожин и др.).
- Корпоративная культура тождественна организационной культуре. (О.С. Виханский, С.В. Иванова, Л.В. Карташова, Е.Д. Малинин, В.Л. Михельсон-Ткач, В.А. Спивак).
- Уместно употребление термина «организационная культура» применительно ко всем видам хозяйствующих субъектов.
- Организационная культура складывается при формировании предприятия, учреждения.

- Организационная культура поддерживается:
- - системой оценки и контроля за деятельностью членов организации;
- - способами реагирования на ситуации через установление ролей и обучение персонала;
- - кадровой работой (наем, обучение, переобучение, отбор, оценка деятельности, повышение квалификации и т.д.);
- - соблюдением ритуалов, обрядов, традиций.

- **Функции** – структурирование в организации схожих должностей, формирование подразделений организации;
- **Структура** – состав и соотношение входящих в организацию подсистем. В первую очередь структуру производства (производство товара или услуги, ради которой создана организация) и управления, т.е. отображение тех управленческих процессов, которые дают возможность производственной системе оптимально работать;

- **Регламентирование** – требуемые модели поведения применительно к работникам, функциям и информации, позволяющие применять те или иные способы действия или переработки материалов, информации, к которым прибегают работники организации. Включает правила, нормативные процедуры и положения, которые приводят к определенному организационному поведению.

Любую организацию вне зависимости от ее конкретного назначения можно описать с помощью характеризующих ее внутреннюю среду параметров:

- **Миссия** – причины существования организации;
- Структура миссии:
 - - правовой статус предприятия;
 - - статус предприятия на четко очерченном сегменте рынка;
 - - принципы его работы;
 - - важнейшие характеристики организации.

- **Стратегия** – выбор направления для достижения конечных результатов деятельности организации;
- **Стратегия организации** - это определение направлений деятельности организации, связанной со своевременной реакцией на изменение внешней среды в условиях неопределенности, позволяющей минимизировать негативные воздействия и максимизировать позитивные возможности. Выбор стратегии зависит от нестабильности среды, в которой действует организация, сложности и новизны задач, возникающих из

- Организации образуют огромное количество комбинаций стратегий, которые основаны на нескольких базовых стратегиях:
- **Ограниченный рост;**
- **Рост;**
- **Сокращение;**
- **Комбинированная стратегия.**

- Для внутренней среды организации в первую очередь характерны:
- - **системность** – взаимосвязь составляющих организацию элементов, которые называются подсистемами;
- - **комплексность** – дифференциация в рамках организации, которая включает уровень специализации или разделения труда, количество уровней управления и степень территориального распределения подразделений организации;
- - **формализация** – разработка и установление правил и процедур, определяющих поведение работников. Одни организации минимально оперируют стандартными директивами. Другие имеют все типы правил, инструктирующих работников по поводу того, что они могут, и чего не могут делать.
- - **определенное соотношение централизации и децентрализации**
- –

- **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;
- - государственное регулирование и поддержка предпринимательства;
- - социально-экономическая обстановка, связанная с уровнем платежного спроса населения (потребителей), уровнем безработицы;
- -

- 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;
- - физическая среда, связанная с климатическими (погодными) условиями, влияющими на процесс функционирования предпринимательских организаций;
- - отсутствие проявления природных катаклизмов;
- - институционально-организационная среда.

- **Микровнешняя среда (среда прямого воздействия)** *включает совокупность субъектов и факторов, непосредственно влияющих на возможность организации обслуживать своих потребителей (сама организация, поставщики, маркетинговые посредники, клиенты, конкуренты, банки, средства массовой информации, правительственные организации и др.).*

- **Микросреда фирмы представлена:**
- *Поставщиками*
- *Маркетинговыми посредниками*
- *Клиентурой*
- *Конкурентами*
- *Контактной аудиторией*

- РЫНОК есть 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; рынок промежуточных товаров; рынок ноу-хау; 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, компьютерный, нефтяной, газовый и др.;
- д) по *характеру продаж* – оптовый, розничный. Разумеется, любая классификация рынка носит ограниченный характер, каждая из них имеет существенное значение для понимания необходимости изменения функций государства и развития предпринимательства в различных организационно-правовых формах и сферах функционирования.

- Руководители в состоянии уменьшить непредсказуемость внешних влияний за счет:
- Создания олигополии;
- Устранения конкуренции посредством скупки организаций или создания совместных предприятий;
- Отраслевых ассоциаций;
- Использования долговременных контрактов;
- Политики слияния;
- Овладения поставками;
- Поиска защиты у государства.

- Когда внешние давления опознаны, возможны различные реакции организации на внешнюю среду:
- **Избегания** – руководство организации решает, что оно не в состоянии предвидеть скорость и направления изменения и сохраняет пассивность даже в состоянии шока;
- **Реактивность** – руководство организации реагирует на любую поступающую информацию;
- **Активность** – руководство организации собирает информацию и занимается планированием;
- **Интерактивность** – руководство организации собирает информацию, устанавливает взаимосвязи с внешним окружением, пытаясь уменьшить неопределенность путем влияния на внешнюю среду.

- Экономика и управление на предприятии. Учебник для бакалавров / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е. А. Ерохина; под ред. А.П. Агарков, А.Е. Илларионова, Р.С. Голов. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 400 с. - («Учебные издания для бакалавров»). - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135035> (09.03.2016).
- Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации). Учебник для бакалавров / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М. : Дашков и Ко, 2012. - 370 с. - (Учебные издания для бакалавров). - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114137> (09.03.2016).
- Володько, О.В. Экономика организации: учебное пособие / О. В. Володько, Р.Н. Грабар, Т.В. Зглюй ; под ред. О.В. Володько. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 400 с. - [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143824> (09.03.2016).