

Тема 1. Сущность и организация бизнеса

Основные вопросы:

1. Сущность бизнеса
2. Типы и виды предпринимательства
3. Объекты бизнеса
4. Субъекты бизнеса
5. Цели предпринимательской деятельности.

1. Сущность бизнеса

Наиболее четко сущность бизнеса отражена в Гражданском кодексе Российской Федерации (ГК РФ). В части первой ГК РФ сказано, что гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность или с их участием.

ГК РФ комплексно определяет сущность бизнеса: это самостоятельная, осуществляемая на свой страх и 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.

Приведенная трактовка понятия бизнеса, установленная в ГК РФ, позволяет выделить несколько характерных черт и особенностей бизнеса:

– это самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений. Никто не может кого-нибудь принудительно заставить заниматься этой деятельностью;

– это не просто самостоятельная, но и инициативная деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества в целом;

– это деятельность, связанная с риском. Будущий бизнесмен должен помнить, что он будет рисковать и преодолевать сопротивление среды в одиночку, т.к. государство не берет на себя ответственности за его возможные неудачи;

– предпринимательство – это не разовая сделка, а процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли (дохода) законным путем, таким образом, это регулярная профессиональная деятельность, так как систематическое получение прибыли требует профессиональной компетенции в течение всего времени занятия предпринимательством;

– это деятельность, осуществляемая законно юридическими и физическими лицами в соответствии с правовыми законодательными актами;

– гражданским законодательством установлен основной мотив осуществления предпринимательской деятельности – получение прибыли, которая формируется в процессе производства и реализации потребителям товаров, работ и услуг;

– законодательством определены способы получения прибыли: путем пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг.

Наиболее полно сущность предпринимательства дается в определении академика Л. И. Абалкина: предпринимательство – инициативная, самостоятельная деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на получение прибыли, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица. Предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами.

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Предпринимательство всегда связано с нововведениями. На эту сторону экономической деятельности обратили внимание Й. Шумпетер и А. Маршалл. Шумпетер показал тождественность предпринимательства и нововведений; Маршалл утверждал, что роль предпринимателей (или изобретателей) в жизни общества состоит в том, что своим новшеством они не только создают новый порядок, но, что очень важно, ускоряют процессы, уже конструктивно созревающие в обществе. По мнению Шумпетера, предприниматель постоянно осуществляет «созидательное разрушение», являясь главной фигурой в экономическом развитии общества.

2. Типы и виды бизнеса

Российское общество уже достигло этапа, когда реальным фактом стало существование двух типов предпринимательской активности – государственное и частное предпринимательство. Каждый из этих типов предпринимательства имеет отличительные признаки, но основные принципы их осуществления во многом совпадают. И в том и в другом

случае осуществление такой деятельности предполагает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли.

Государственное предпринимательство – форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного: а) государственными органами управления, которые уполномочены в соответствии с действующим законодательством управлять имуществом (государственное предприятие) или б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие). Собственность такого 45

рода предприятий – это обособленная часть государственного или муниципального имущества, бюджетных средств и других источников. Важная особенность таких предприятий состоит в том, что они отвечают по своим обязательствам только имуществом, находящимся в их собственности (ни государство не отвечает по их обязательствам, ни они сами не отвечают по обязательствам государства).

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

Частное предпринимательство осуществляется более эффективно, чем государственное, так как частный бизнес ведут обеспокоенные за дело, талантливые, быстро реагирующие на любое изменение люди, которые занимаются тем, что привлекательно для них. В государственном секторе за осуществление предпринимательских функций принимаются люди назначенные, формально исполняющие свои обязанности. Они не обладают теми качествами, какими обладают занятые в частном секторе.

С учетом направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов выделяются следующие виды предпринимательства.

Производственное предпринимательство. Это процесс производства конкретных товаров, осуществления работ и оказания услуг для их реализации (продажи) потребителям (покупателям). Поскольку производственное предпринимательство осуществляется в форме материального производства, оно делится в зависимости от отрасли народного хозяйства на промышленное, сельскохозяйственное, строительное, транспортное и др. Соответственно выделяют предпринимательство по отраслям, например в промышленности предпринимательская деятельность

организуется в машиностроении, станкостроении, химической промышленности и т.д.

Коммерческо-торговое предпринимательство. Эта деятельность мобильна, т.к. непосредственно связана с потребителями и быстро приспосабливается к их потребностям. Основное содержание коммерческо-торгового предпринимательства составляют операции и сделки по купле-продаже, другими словами, перепродажа товаров и услуг. Полем деятельности данного вида предпринимательства служат товарные и торговые организации. Считается, что для развития торгового предпринимательства необходимы два условия: относительно устойчивый спрос на продаваемые продукты (поэтому обязательно хорошее знание рынка) и более низкая закупочная цена товаров у производителей, что позволяет торговцам возместить торговые издержки и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования. Полем деятельности коммерческого предпринимательства служат товарные биржи и торговые организации.

Финансово-кредитное предпринимательство. Основным полем деятельности финансово-кредитного предпринимательства являются коммерческие банки, финансово-кредитные компании, фондовые, валютные биржи и другие специализированные организации. Эта специализированная область предпринимательства, характерной особенностью которой является то, что предметом купли-продажи выступают ценные бумаги (акции, облигации, векселя, чеки и др.), валютные ценности и национальные деньги. Предпринимательская деятельность банков и других финансово-кредитных организаций (инвестиционные компании и фонды, аудиторство и др.) регулируется как общими законодательными актами (Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Уголовный кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ и др.), так и специальными законами (О Центральном банке РФ (Банке России) и др.) и нормативными актами Центрального банка РФ и Министерства финансов РФ. В соответствии с законодательством предпринимательская деятельность в финансово-кредитной сфере должна осуществляться профессиональными участниками. На рынке ценных бумаг государство также выступает предпринимателем в лице Минфина РФ. В целом финансовое предпринимательство осуществляется на рынках: а) банковских услуг, б) ценных бумаг, в) страховых услуг, г) иных финансовых услуг.

3. Объекты бизнеса

Бизнесмен всегда субъект хозяйственных связей или экономических отношений. Объект его деятельности – производимый им товар, продукт или услуга. В условиях смешанной экономики (государственный и рыночный секторы) эти три разновидности объекта предпринимательской деятельности следует называть товаром, таким образом, объектом деятельности бизнесмена служит товар.

Товар – продукт труда, удовлетворяющий определенную потребность человека и изготовленный для обмена.

Товар и все, что с ним связано, – основа бизнес - идей и планов.

Товар обладает потребительской стоимостью, которая фокусируется в категории «качество продукции».

Качество товара определяется следующими основными характеристиками: 1) экономическими, 2) технико-экономическими, 3) социальными, 4) экологическими, 5) эстетическими, 6) эргономическими.

Экономические характеристики качества товара – его трудо-, материал-, энерго- и фондоемкость, рентабельность производства, себестоимость продукции и др.

К технико-экономическим характеристикам относят: надежность, гарантийный срок, долговечность товара.

Социальной характеристикой качества товара является его направленность на удовлетворение потребностей всего общества или отдельных социальных слоев и групп.

Экологическая характеристика качества товара – его неспособность наносить вред окружающей среде, в том числе человеку, растительному и животному миру.

Эстетическими характеристиками товара выступают его форма, привлекательность, внешний вид, соответствие требованиям моды и др.

Эргономическая характеристика качества товара – способность создать максимальное удобство и комфортные условия для человека с тем, чтобы способствовать росту производительности труда, уменьшению затрат умственной, физической и нервной энергии.

Качественные характеристики, соответствующие запросам потребителя, создание новых товаров, оптимизацию их ассортимента, удлинение жизненного цикла товаров изучает товарная политика.

Под товарным ассортиментом понимают группу товаров, которые связаны между собой или одним функциональным назначением, или тем, что

их продают одним и тем же покупателям, или тем, что продают через одно торговое заведение, или в рамках одного и того же диапазона цен. Товарный ассортимент включает все ассортиментальные группы, которые предлагает фирма.

Товарная номенклатура – это совокупность всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц, предлагаемых покупателям конкретным продавцом.

Товарами являются: изделия и услуги (для покупателя услуг, сопутствующие товару упаковка, маркировка); выгоды, которые получает покупатель благодаря покупке.

Все товары можно объединить в две большие группы: 1) материально-вещественные (физические товары); 2) неведественные (неосязаемые) – различные услуги, консультации.

У каждого товара есть свой жизненный цикл и этапы его прохождения. Жизненный цикл товара – это определенный период времени, на протяжении которого товар имеет жизнеспособность на рынке, т.е. пользуется спросом, находится в обороте и приносит доход товаропроизводителям и продавцам. Он может длиться от нескольких часов до нескольких десятков лет и состоит из следующих основных этапов: 1) поступление товара на рынок; 2) рост объема продаж; 3) этап зрелости; 4) этап насыщения рынка товаром; 5) этап спада. Жизненный цикл товара может быть представлен графически и выражен основными стадиями: внедрение, рост, зрелость, насыщение и спад.

Для того чтобы предприятие могло успешно конкурировать с другими, бизнесмен и менеджер еще к началу четвертого этапа, то есть насыщения рынка одним товаром, должны начать производство и вывод на рынок нового товара. Это один из законов деятельности бизнесмена.

Новый товар – это товар, который по своим качественным характеристикам принципиально отличается от известных ранее на рынке товаров или имеет существенные качественные усовершенствования по сравнению с товарами-аналогами: дополнительные функциональные возможности, новые потребительские свойства, форму, дизайн.

Мировая практика внедрения в производство новых товаров показывает, что таких товаров – меньше 10 %, т.к. из 90 идей новых товаров реализуется приблизительно 1 – 2. Поэтому большинство новых товаров, поступающих на рынки развитых стран, не является принципиально новыми. Это товары, которые были усовершенствованы, и их качественные характеристики при этом существенно не изменились. Для менее развитых

стран новыми товарами могут быть товары, которые длительное время продавались на рынках передовых государств мира.

Для успешного продвижения нового товара на рынках большое значение имеет товарно-знаковая символика.

Рыночная символика товара – это комплекс элементов товарно-знаковой символики, с помощью которых можно различать однотипные товары или товары конкурирующих предприятий.

К основным элементам рыночной символики следует отнести товарный знак, торговую марку и фирменное имя.

Фирменное имя – название фирмы (предприятия) как юридического лица, его организационно-правовой формы, а также отображение основного содержания его деятельности, которая дает возможность узнать это предприятие и отличить его от других. Например: немецкая фирма «BMW», акционерное общество «Сибсельмаш».

Товарный знак – зарегистрированный в установленном порядке символ, рисунок или другое обозначение, которое проставляется на товаре или его упаковке и дает возможность различать товары разных предприятий. Товарный знак – объект промышленной собственности, т.е. является специфическим товаром, имеющим стоимость (товарный знак напитка «кока-кола» оценен фирмой в 3 млн \$) Товарный знак является частью торговой марки.

Торговая марка (фирменный знак) – символ (имя, рисунок, символ или их объединение) для обозначения не одного товара, а всех товаров данной фирмы (предприятия).

На основании этих знаний о товаре как объекте предпринимательского процесса можно сделать вывод о том, что предприниматель, осмысливая идею, на стадии делового проектирования стремится как можно более точно определить, какая группа людей будет его потребителем, с тем чтобы не допустить перепроизводства, затоваривания рынка или собственных складов.

4. Субъекты бизнеса

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации субъектами предпринимательской деятельности могут быть дееспособные физические лица, юридические лица (коммерческие организации, иностранные граждане, лица без гражданства, иностранные организации). Некоммерческие организации, выполняя свои уставные положения, могут также заниматься предпринимательской деятельностью.

Предприниматели полностью отвечают за результаты своей деятельности, поэтому основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель. Его деятельность неразрывно связана со сложными экономическими отношениями и с другими субъектами – государством, потребителем, наемными работниками. Предпринимательство – это совокупность отношений между всеми его участниками.

Роль государства как субъекта бизнес-процесса может быть различной и зависит от общественных условий, ситуации, складывающейся в сфере деловой активности, и тех целей, какие государство ставит перед собой.

Государство и местные органы власти участвуют в предпринимательской деятельности путем выполнения приоритетных общегосударственных (региональных) научно-технических, научно-производственных или иных программ, а также проведения приватизации (денационализации, разгосударствления) предприятий и сделок с земельными участками, находящимися в государственной собственности. Главная же задача государства заключается в создании благоприятной среды для развития эффективного и социально ориентированного бизнеса.

В зависимости от конкретной ситуации государство может выступать:

- а) тормозом в развитии бизнеса, когда оно создает крайне неблагоприятную обстановку для развития предпринимательства или запрещает его;
- б) посторонним наблюдателем, когда оно прямо не противодействует развитию бизнес процесса, но в то же время и не способствует этому развитию;
- в) ускорителем бизнес процесса, когда ведет активный поиск мер по вовлечению в бизнес процесс новых экономических агентов (нередко подобная целенаправленная деятельность государства приводит к повышенной бизнес активности в стране).

Одной из основных целей предпринимателя является «завоевание» потребителя, создание круга собственных потребителей. Потребители – неотъемлемая и равноправная группа субъектов (участников) предпринимательской деятельности. Они могут быть индивидуальными (граждане) или коллективными (организации, предприятия, учреждения).

Если для бизнесмена деловой интерес заключается в получении прибыли (дохода), то для потребителя интерес представляет выбор товара, способного удовлетворить его потребности. Индивидуальными потребителями этот процесс реализуется с помощью прямых контактов с продавцами товаров и производителями услуг; коллективными

потребителями наряду с прямыми контактами широко применяются связи с посредниками.

Бизнесмен воздействует на потребителя следующими факторами: новизной товара и его соответствием интересам потребителя; качеством; ценой, доступностью товара; степенью универсальности товара, внешним видом и упаковкой; послепродажным сервисом; привлекательностью рекламы товара.

К числу субъектов бизнес процесса относится и наемный работник как непосредственный реализатор идей бизнесмена. Именно от него зависит эффективность и качество реализации бизнес - идеи. Наемные работники реализуют свой экономический интерес в процессе работы в коммерческих организациях на контрактной или договорной основе, получая вознаграждение за труд в виде заработной платы.

Известно, что часть интересов бизнесмена и наемного работника совпадает (чем выше прибыль, тем выше заработная плата), а часть нет, т.к. бизнесмен не заинтересован в высокой оплате труда, а наемный работник заинтересован. В таких случаях стороны вынуждены идти на поиск компромиссных вариантов, что, в общем-то, и составляет основу их взаимоотношений как субъектов бизнес процесса.

Физическое лицо – это гражданин, который занимается предпринимательской деятельностью единолично, не принимая статуса юридического лица.

В соответствии со ст. 34 Конституции РФ каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом, экономической деятельности. Однако для осуществления некоторых видов предпринимательской деятельности гражданин должен иметь специальное или высшее образование, а в отдельных видах деятельности – и необходимый уровень физического здоровья.

Право заниматься предпринимательской деятельностью наступает с момента государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя и получения свидетельства (статуса) индивидуального предпринимателя. В соответствии с гражданским законодательством для отдельных категорий дееспособных граждан существуют ограничения права заниматься предпринимательской деятельностью (для государственных служащих например).

Юридическое лицо – предприятие, организация, учреждение, которое выступает единым самостоятельным носителем прав и обязательств. Согласно ст. 48 ГК РФ 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. Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс и смету. Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации в установленном порядке.

Юридические лица могут быть двух типов:

- коммерческие, преследующие в качестве основной цели извлечение прибыли из своей деятельности;
- некоммерческие, не преследующие в качестве основной цели извлечение прибыли из своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками.

5. Цели предпринимательской деятельности

Цели и задачи предпринимательской деятельности зависят от этапа функционирования предприятия, стратегических интересов предпринимательства (самих предпринимателей, наемных работников, государственных и муниципальных органов), а также от условий внешней среды.

Главная цель предпринимательской деятельности состоит в получении прибыли, представляющей собой разницу между ценой, которую покупатель платит за соответствующие товары (услуги), и затратами на удовлетворение предъявленного спроса, т.е. в превышении выручки от реализации товаров (услуг) над расходами на их производство, поставку на рынок и продажу. Максимальная прибыль предполагает успешную работу организации и тем самым обеспечивает дополнительный доход ее участникам (акционерам, вкладчикам и т.д.) и является реальным источником финансирования воспроизводства или увеличения активов предприятия, что привлекательно для потенциальных инвесторов. Складываются предпосылки для модернизации производства и повышения эффективности производства.

Вместе с тем предприниматель, стремясь получить наивысшую выручку, должен выставить на рынок такой товар, который пользуется максимальным спросом. Следовательно, цель предпринимательства

двуединая – получить максимальную прибыль в результате наилучшего удовлетворения определенных общественных потребностей. Выигрывает тот, кто быстрее реагирует на запросы потребителей, внедряет новые технологии в производство товара, пользующегося спросом.

К наиболее важным целям предпринимателя относят производство товаров и услуг, доход, престиж, развитие бизнеса. Все эти цели взаимосвязаны.

Реализация предпринимательской цели происходит путем последовательного или одновременного решения различных задач. Важнейшей задачей предпринимателя является изучение рынка, в том числе спроса, а также оценка возможностей и потенциала конкурента.