

1 СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 1.1 Сущность предпринимательской деятельности
- 1.2 Объекты и субъекты предпринимательской деятельности
- 1.3 Цели и задачи предпринимательской деятельности
- 1.4 Внутренняя и внешняя предпринимательская среда
- 1.5 Рынок – среда существования предпринимателей

1.1 Сущность предпринимательской деятельности

Желая извлечь наибольшую выгоду, предприниматель стремится максимально удовлетворить определенные общественные потребности, предъявив рынку товар (услугу), пользующийся спросом.

Велико значение предпринимательства и в морально-психологическом плане, поскольку продуктивно деятельные люди (каковыми, несомненно, являются предприниматели) призывают общество к активной жизни, выступают против настроений иждивенчества, безысходности и безволия.

Одно из первых определений предпринимателя принадлежит Ричарду Кантильону, который рассматривал его как хозяйствующего субъекта, добровольно принимающего на себя обязанность несения различных рисков в процессе экономической деятельности

Позднее сформировалось несколько принципиально различных трактовок понятия «предпринимательская деятельность», которые систематизировал В.В. Радаев. Первая трактовка – видение предпринимательства как накопления капитала.

Так, Адам Смит определял предпринимателя как собственника капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идет на экономический риск. Фактически в определении А. Смита мы видим все три основные составляющие деятельности предпринимателя: прибыль (как цель деятельности), коммерческая идея (как способ ее достижения) и риск (как неизбежное негативное условие всего процесса).

В теории Д. Риккардо под предпринимателем подразумевается владелец фирмы, управляющий этой фирмой и получающий как

положительный процент, так и прибыль без каких-либо дополнительных ограничений.

В свою очередь, по мнению Б. Гильдебранда, В. Рошера, Ж. Тюрго, предприниматель не только управляет своим капиталом, но и совмещает собственнические функции с производительным трудом.

Со временем предпринимательство реже отождествляется с капиталом. Во второй трактовке оно рассматривается как организация производства, не отягощенного правами собственности. В частности, французский экономист Жан Батист Сей в отличие от А. Смита полагал, что не предприниматели-землевладельцы, а промышленные и финансовые предприниматели являются основной движущей силой развития экономики страны. По мнению Ж.Б. Сея, предприниматель – это экономический агент, который комбинирует факторы производства, перемещая ресурсы из сферы низкой производительности и прибыльности в области, где они могут принести максимальный доход.

Джон Стюарт Милль понимал предпринимателя как любого капиталиста. Он убедительно показал, что сама сущность капитала есть «предпринимательская сущность», воспроизводящая себя как некий фактор производства и приносящая чистую прибыль на основе введения новых мощностей. Величина прибыли капиталиста, по Миллю, складывается из следующих компонентов: «платы за риск», «вознаграждения за воздержание от немедленного расточения своего капитала» и «платы за труд и искусство, необходимое для осуществления контроля за производством».

В конце XIX века возникла субъективно-психологическая концепция экономических отношений, в основе которой лежит стремление человека удовлетворить свои потребности (К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер и др.). Согласно мнению этих экономистов, предпринимательская деятельность инициируется отдельными личностями, которые открывают для себя выгоду каких-то видов деятельности или экономических операций, после чего остальные участники экономического процесса имитируют успешные действия предпринимателей, которые затем подкрепляются силами привычки и законодательными актами. Таким образом, в рамках данной концепции, основную роль в предпринимательской деятельности играет творческий элемент сознания, позволяющий некоторым

личностям открывать для себя наиболее выгодные способы получения прибыли.

Третья трактовка предпринимательской деятельности связана с несением риска и неопределенности в процессе экономического развития (Р. Кантильон, Г. Мангольт, Ф. Найт, Д. Трэси, Дж. Тюнен). Предприниматели, берущие на себя бремя просчитываемого риска и непросчитываемой неопределенности, а также гарантирующие работникам заработную плату, получают право управлять деятельностью этих людей и присваивать соответствующую часть дохода.

Остановимся подробнее на концепции Ф. Найта, согласно которой в повседневной жизни решения принимаются на основе приближенных оценок. Это вызвано огромным количеством фактов и их взаимосвязей, влияющих на параметры ситуации. Решение принимается подсознательно, затем оно рационализируется (представляется в логическом виде). Ф. Найт называл ситуацию рискованной, если ее исход был неопределен, но при этом был известен набор возможных исходов и их вероятности. В этом случае можно определить рациональный способ поведения. Вероятности же, по его мнению, можно попытаться вычислить путем создания однородных групп случаев (этим сегодня пользуются страховые компании, но в бизнесе этим способом воспользоваться невозможно, во всяком случае, в бизнесе инновационном, в предпринимательстве). Данные положения исчерпывающе изложены в книге Ф. Найта «Риск, неопределенность, прибыль», вышедшей в свет в 1921 году.

В четвертой трактовке (О. Уильямсон, Р. Коуз) предприниматель становится субъектом, совершающим выбор между конкретными отношениями свободного рынка и организацией фирмы в целях экономии трансакционных издержек. Предпринимательство является регулирующим механизмом, отличным от ценового механизма и механизма государственного регулирования, в чем-то альтернативным им обоим.

В пятой трактовке подчеркивается активный, инновационный характер предпринимательства не только в выборе альтернатив распределения ресурсов, но и в создании новых рыночных возможностей. Нейтральность по отношению к обладанию собственностью становится элементом большинства теорий предпринимательства — классических и современных.

Предпринимательство служит встроенным элементом саморегулирующегося механизма цен.

К числу сторонников такого подхода принадлежал американский экономист Й. Шумпетер, в трудах которого наиболее полно разработана экономическая сторона деятельности предпринимателя. Он отмечал, что предпринимательство не является профессией, а скорее отражает некоторое состояние, через которое проходит начинающий бизнесмен, создающий свое дело. К категории предпринимателей Й. Шумпетер относил «хозяйствующих субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций и которые выступают как их активный элемент». Согласно его мнению, особенностью предпринимателей является новаторство (производство ими нового, неизвестного потребителям блага или создание его нового качества, внедрение инновационных технологий, освоение новых рынков сбыта и источников сырья, проведение организационных изменений хозяйственных форм и т.д.), а также преодоление сопротивления социальной среды, препятствующей различного рода нововведениям. В этом определении мы видим скорее психологический подход, нежели экономический, поскольку отсюда с неизбежностью вытекают такие качества предпринимателей, как креативность, целеустремленность, сильная воля, индивидуализм и лидерские качества. В своей книге «Теория экономического развития» Й. Шумпетер отмечал, что предприниматель – это вовлеченный в экономический процесс человек, который делает не то, что делают другие, и не так, как они. Таким образом, по мнению этого ученого, отличие термина «предприниматель» от близких к нему терминов «капиталист» и «бизнесмен» состоит в том, что для первого из них в обязательном порядке должны быть присущи атрибуты «инициативности», «дара предвидения» и «авторитета», что вовсе не обязательно для двух других социально-экономических групп людей.

В дополнение отметим, что Й. Шумпетер выделял два вида экономического риска: риск возможного технического провала производства (включая стихийные бедствия) и риск коммерческой неудачи. Субъект экономического поведения может реализовать в отношении риска одну из трех стратегий: включение в свои расчеты премии за риск, осуществление затрат для снижения риска, отказ от деятельности в наиболее рискованных отраслях производства до тех

пор, пока увеличившийся возможный доход не явится для него соответствующей компенсацией риска. Ни один из этих способов не является источником прибыли, поэтому Й. Шумпетер не приписывает риску самостоятельной роли в экономике. Но дело обстоит иначе, если риски не учитываются заранее: в этом случае они могут разорить или обогатить кого-нибудь.

Идея инновационного характера предпринимательства лежит также в основе взглядов одного из крупнейших теоретиков предпринимательства нашего времени, основателя современного менеджмента Питера Друкера (Дракера). В своих работах он подчеркивал практический и интуитивный характер предпринимательской деятельности, полагая, что «науку предпринимательства» создать невозможно, ибо каждый предприниматель сталкивается с уникальным набором экономических и психологических факторов. По его мнению, принципиальное отличие предпринимательства от других форм малого бизнеса состоит в том, что предприниматель создает новый продукт и находит новых покупателей, формируя, таким образом, новый сегмент рынка. Главным инструментом предпринимателя являются нововведения, и от того, насколько грамотно и продуманно применяет инновации предприниматель, зависит успех его начинания.

Однако эта точка зрения многими экономистами не разделяется, так как сужает круг предпринимателей: ни антикварный магазин, ни аптека, ни булочная в этом случае не относятся к предпринимательской деятельности.

Кроме того, даже не входя вглубь теоретической аргументации, следует обратить внимание на чисто практический аспект. Когда в практике социального управления разрабатываются и принимаются какие-то акты, требования (например: формы статистического учета, законы, регулирующие предпринимательскую деятельность, налоги на нее и т.п.), в них имеются в виду не какие-то отдельные «новаторы», а все, кто занимается самостоятельной хозяйственной деятельностью, используя собственные (в т.ч. являющиеся таковыми временно, т.е. заемные) средства, на собственный риск и под собственную имущественную ответственность. Следовательно, всех таких лиц и следует считать предпринимателями, а новаторство – это скорее одно из условий успешной предпринимательской деятельности, а не определяющая черта.

Специфически рассматривал сущность предпринимательства и английский экономист-рыночник, лауреат Нобелевской премии Ф. Хайек, определяя его как поиск новых экономических возможностей для достижения максимальной прибыли, как особую характеристику поведения, но не вид деятельности.

В настоящее время некоторые зарубежные экономисты и социологи понимают предпринимателя как любого собственника капитала, использующего этот капитал в бизнесе. Этой точки зрения придерживаются И. Кирцнер и А. Коул. Последний определяет предпринимательство как деятельность, направленную на «создание и сохранение, увеличение прибыли, ориентированной на ее получение организационной единицей, занимающейся производством или распределением хозяйственных благ, с целью получения денежной или иной выгоды, которая является мерой ее успеха...».

В отечественной экономической литературе мнения о характере предпринимательской деятельности в целом совпадают с западными. Российские экономисты XIX-XX вв. (А. Каминка, А. Петражицкий), давая свои определения понятию «предприниматель», подчеркивали цель деятельности – получение прибыли, и особенности ведения экономических операций – за счет собственных средств и на свой риск. В работах современных отечественных авторов встречаются различные определения рассматриваемого экономического явления (от кратких до весьма обстоятельных), однако ни одно из них не может считаться исчерпывающим с точки зрения экономической психологии. Например, авторы учебника «Психология предпринимательства» И.Г. Акперов и Ж.В. Масликова определяют предпринимательство как «особую деятельность, ставящую перед собой создание предприятия, которое ориентировано на получение прибыли», что относится ко всем видам бизнеса. В учебнике «Предпринимательство» под ред. М.Л. Лапуста дается более расширенное определение, которое носит экономический характер и слабо отражает психологические особенности данного явления: «Предпринимательство представляет собой свободное экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности (кроме запрещенных законодательством), осуществляемое субъектами рыночных отношений в целях удовлетворения потребностей конкретных потребителей и общества в товарах

(работах, услугах) и получения прибыли (дохода), необходимых для саморазвития собственного дела (предприятия) и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими хозяйствующими субъектами». В свою очередь, Л.И. Абалкин выделяет ряд непереносимых условий и требований, которые лежат в основе предпринимательства. Во-первых, непереносимым условием и признаком предпринимательской деятельности является свобода в выборе направлений и методов деятельности, самостоятельность принятия решений. Во-вторых, предпринимательство предполагает ответственность за принимаемые решения и их последствия и связанный с этим риск. В-третьих, признаком предпринимательской деятельности является ориентация на достижение коммерческого успеха, получение прибыли, что связано с рыночной структурой экономики. В то же время Т.И. Заславская рассматривает предпринимательство как деятельность, являющуюся базой возникновения и развития соответствующего социального слоя. Констатирующими признаками выступают также: целевая установка на получение прибыли; свобода и автономность принятия экономических решений; самостоятельность, выражающаяся в риске и ответственности. Автор известного отечественного учебника А.В. Бусыгин, учитывая многогранность предпринимательства, рассматривает его одновременно как искусство деловой активности (со всеми субъективными окрасками) и как сложный мыслительный процесс. При этом с философской точки зрения предпринимательство характеризуется как особый настрой души, форма деловой романтики и средство реализации человеком присущих ему возможностей, а с профессионально-практической – как умение организовать собственное дело и успешно осуществлять связанные с ним функции.

Чтобы составить полное определение предпринимателя, включающее как экономические, так и психологические составляющие, следует определить ключевые и дополнительные атрибуты предпринимателя.

Ключевые атрибуты предпринимателя:

1)· стремление к коммерческому успеху и получению прибыли (А. Смит, Ж.Б. Сей, А. Каминка, Ф. Хайек, П. Друкер, Л.И. Абалкин и др.);

2)· действие в условиях риска (Р. Кантильон, А. Смит, А. Петражицкий, Л.Абалкин);

- 3) совмещение функции собственника капитала, наемного управляющего и работника (Ж. Бодо);
- 4) наличие коммерческой идеи (А. Смит, П. Друкер);
- 5) комбинирование ресурсами и перемещение капитала в зону максимальной прибыльности (Ж.Б. Сей, Й. Шумпетер, П. Друкер);
- 6) определенный набор личностных качеств (Й. Шумпетер, И.Акперов, Ж. Масликова);
- 7) свобода в выборе направлений и методов деятельности (Л.Абалкин, И.Акперов, Ж. Масликова).

К возможным (дополнительным) атрибутам предпринимателя можно отнести:

- 1) наличие собственного капитала (А. Смит);
- 2) генерация новой идеи или технологии (П. Друкер);
- 3) предложение новой услуги или товара, освоение нового сегмента рынка (П. Друкер).

Эти свойства предпринимателя не являются ключевыми, так как предпринимательство возможно и без наличия собственного капитала (например, с использованием заемных средств или за счет государственных субсидий), с использованием чужих идей или уже существующих технологий и т.д. Конечно, наличие этих дополнительных преимуществ повышает шансы предпринимателя на успех, но они не являются ограничивающими.

Ст. 2 Гражданского законодательства регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

В отношении отдельных видов предпринимательской деятельности законом могут быть предусмотрены условия осуществления гражданами такой деятельности без государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (п. 1 в ред. Федерального закона от 26.07.2017 N 199-ФЗ).

К предпринимательской деятельности граждан, осуществляемой без образования юридического лица, соответственно применяются правила Гражданского Кодекса, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения.

Гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица с нарушением требований пункта 1 статьи 23 ГК РФ, не вправе ссылаться в отношении заключенных им при этом сделок на то, что он не является предпринимателем.

Граждане вправе заниматься производственной или иной хозяйственной деятельностью в области сельского хозяйства без образования юридического лица на основе соглашения о создании крестьянского (фермерского) хозяйства, заключенного в соответствии с законом о крестьянском (фермерском) хозяйстве.

Главой крестьянского (фермерского) хозяйства может быть гражданин, зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя (п. 5 введен Федеральным законом от 30.12.2012 N 302-ФЗ).

1.2 Объекты и субъекты предпринимательской деятельности

Предпринимательство как процесс непосредственно связано с личностными качествами предпринимателя как основного субъекта этих действий. Поэтому предпринимательство – это и экономическая идеология, которой придерживается определенная категория субъектов экономических отношений – предпринимателей.

Если целью предпринимательской деятельности выступает извлечение прибыли, то средством достижения этой цели служит производство товара, а основным объектом предпринимательства является товар. Товар – это экономический продукт, являющийся объектом купли-продажи, подлежащий обмену на другой товар или деньги с условием возмещения усилий и затрат на его производство. Товаром могут быть различные экономические продукты:

- продукция – материально-вещественный, информационный, интеллектуальный экономический продукт, созданный в процессе производства;

- выполненные работы – трудовая деятельность людей по созданию, переработке, перемещению экономического продукта (строительные, ремонтные и другие работы);

- услуги – виды работ и действия людей, в которых основным полезным результатом служит сама деятельность, изменяющая качество уже имеющихся продуктов, объектов (ремонт, обучение людей, доставка товаров и др.).

Эти три разновидности объекта предпринимательской деятельности принято именовать единым термином – товар. С товаром предприниматель выходит на рынок в качестве производителя (или продавца), ради производства товара (с целью приобретения всего необходимого для организации процесса производства) он выходит на рынок в качестве потребителя (или покупателя).

В обладании этим товаром заинтересован потребитель. Он (товар) должен вызывать интерес покупателя и в конечном итоге позволять ему удовлетворить свои потребности. Отсюда следует, что товар обладает потребительской стоимостью (полезностью).

Товары подразделяют на две большие группы: материально-вещественные и невещественные (неосязаемые). Первую группу товаров по их предназначению и характеру использования подразделяют на потребительские товары и товары производственного назначения.

Потребительские товары – это предметы потребления, которые покупатель использует для удовлетворения своих личных (семейных) нужд и запросов. По виду удовлетворяемых потребностей среди них выделяют продовольственные товары (продукты питания) и непродовольственные товары (одежда, обувь, бытовые приборы, товары культурного обихода и т.д.).

Товары производственного назначения приобретает не население, а предприниматели для использования в качестве основных или оборотных средств производства. В зависимости от назначения среди них выделяют капитальное имущество (в сельскохозяйственных организациях – тракторы, автомобили, стационарные сооружения, рабочий и продуктивный скот и т.д.) и

сырье и материалы (в сельскохозяйственных организациях – нефтепродукты, семена, удобрения, корма, запасные части и др.).

Товары в невещественной (неосязаемой) форме подразделяются на три группы:

1) наличные и безналичные деньги, валюта и ценные бумаги (акции, облигации и др.). Главная особенность этих товаров заключается в возможности быстрого изменения их курса в зависимости от многих условий;

2) информация (сведения о чем-то), которая нередко становится востребованным и дорогим товаром;

3) различные услуги, которые представляют собой оказание одной стороной другой стороне полезных действий, выгод или удовлетворений. Специфика этого товара заключается в неосязаемости услуги (ее невозможно увидеть до момента приобретения), ее неотделимости от источника (человека или машины), в непостоянстве ее качества и несохраняемости (услуга не хранится как вещественные товары).

Субъектами предпринимательской деятельности являются:

- собственно предприниматели, их объединения и ассоциации;
- индивидуальные и коллективные потребители товаров, а также ассоциации и союзы потребителей;

- участники (учредители), а также наемные работники, работающие на контрактной или иной договорной основе, а также их профессиональные союзы;

- государственные и муниципальные органы власти и управления, когда они выступают непосредственными участниками сделок. Главное, что отличает предпринимателя от других субъектов рыночной экономики – это прибыль (предпринимательский доход), получаемая им как разница между ценой, которую покупатель уплачивает за соответствующие товары и услуги, и затратами предпринимателя на удовлетворение предъявляемого спроса. Если для предпринимателей деловым интересом является получение прибыли, то для потребителей таким интересом является приобретение товара (услуги), наилучшим образом удовлетворяющего их потребности.

Наемные работники как равноправные участники предпринимательской деятельности реализуют свой экономический интерес через работу в предпринимательских структурах на

контрактной или иной договорной основе. Выгодой в таких сделках для них является их личный доход.

Государственные и муниципальные органы участвуют в предпринимательской деятельности через осуществление приоритетных общегосударственных научно-технических, научно-производственных и иных программ, проводимых в интересах всего общества. Основная же роль государства заключается в том, чтобы помогать предпринимателям, направлять их деловую инициативу в нужное русло в интересах всего общества.

1.3 Цели и задачи предпринимательской деятельности

Предпринимательство в агропромышленном комплексе направлено на производство, переработку и заготовку продукции, на оказание различных услуг, связанных с сельскохозяйственным производством. Агробизнес в этой сфере имеет свои особенности, которые определяются значением сельского хозяйства и АПК в целом в обеспечении населения страны продовольствием и специфическими условиями производства. Условия производства включают в себя природно-биологические и социально-экономические факторы. Эти условия предприниматель должен чаще учитывать и предусматривать в целях сокращения рисков, чем воздействовать на них (неблагоприятные погодные условия, сезонность производства и цены, условия хранения и реализации, сочетание растениеводства и животноводства и др.). Кроме того, сельское хозяйство требует особой аграрной политики в части финансирования и льготного кредитования, налоговых воздействий и субсидий на развитие фермерского хозяйства и сельского хозяйства в целом.

Важнейшие стимулы развития предпринимательства – стремление к максимизации получаемого дохода, конкуренция, признание приоритета потребителя над производителем. Отсюда основная цель предпринимательской деятельности – получение (извлечение) определенной выгоды (прибыли, дохода) путем предложения на рынке товара. Прибыль обеспечивает доход участникам, является одним из важных факторов стабильности организации. Но получение прибыли является не единственной целью предпринимательской деятельности на селе. Цель обусловлена взаимными интересами участников деятельности и

представителей разных сторон. Например, акционеров интересует не общая сумма прибыли, а как растет цена акций, размер выплат на 1 акцию или на единицу доли вложенного капитала (пая). Наемных работников интересует рост заработной платы и сумма прибыли, расходуемая на материальное поощрение. При этом, получая прибыль, предприниматель предъявляет рынку такой товар, который удовлетворяет потребителя и пользуется спросом. Таким образом, цель предпринимательства двуединая: получение прибыли и удовлетворение общественных потребностей. Японский предприниматель Кадзума Татеиси охарактеризовал эту ситуацию следующим образом: «Пчела собирает нектар отнюдь не для того, чтобы опылять цветы. Она желает получить мед. Тем не менее, в конечном счете, она служит цветам. То же самое происходит с предприятием, которое, стремясь к получению прибыли, служит интересам общества».

Для достижения поставленной цели в предпринимательстве необходимо решить целый ряд задач, которые в зависимости от конкретных условий и ситуации, могут сильно различаться. Это обусловлено этапом функционирования организации (начальный или получивший достаточное развитие), общности интересов субъектов предпринимательской деятельности (предприятия, государства, работников, партнеров и пр.). К основным задачам относятся:

1) удовлетворение потребностей (запросов) потребителей. Предприниматель успешно функционирует в условиях рынка, только если продукция отвечает запросам покупателей;

2) обеспечение выживания. Это особенно важно на начальном этапе деятельности предпринимателя, когда его продукция только выводится на рынок, организационная структура организации находится в стадии формирования, а реклама еще дает незначительный эффект. На данном этапе часто из-за малого объема производства продукции, больших капитальных затрат и трудностей в получении кредитов возникают финансовые проблемы.

1.4 Внутренняя и внешняя предпринимательская среда

Предпринимательская среда – это определенная территориальная и содержательная целостность. Она может как благоприятствовать, так и препятствовать развитию предпринимательской деятельности.

Предпринимательская среда включает внутреннюю среду организации и внешнюю среду (условия).

К элементам внутренней среды относятся: миссия, цели, задачи предприятия, технология производства, состав и взаимоотношения персонала и т.д.

Внешняя среда включает в себя условия и факторы, действующие на предпринимателя на уровне экономики страны. Выделяют макро-, медиа- и микросреду.

Макросреда предпринимательства, в свою очередь, включает в себя ряд условий:

1) правовые условия (законы, регулирующие предпринимательство; соблюдение договорных обязательств; обеспечение правопорядка в стране; защита от государственной бюрократии);

2) экономические условия (условия конкуренции, покупательная способность населения, доступность кредитования, инфляция, безработица, соотношение спроса и предложения);

3) технологические условия (автоматизация; уровень научно-технического процесса в стране);

4) географические условия (климат, наличие и доступность сырья, транспортные магистрали);

5) политические условия (политический курс, легитимность власти);

6) демографические условия (численность населения по половозрастным группам);

7) социальные и культурно-психологические условия (нравственные и этические нормы общества, религиозные нормы, образовательный и профессиональный уровень населения, наличие учебных заведений).

Медiasреда предпринимательства представляет собой условия, оказывающие воздействие на предпринимательскую деятельность на региональном уровне.

Микросреда предпринимательства включает в себя поставщиков ресурсов, потребителей продукции, конкурентов, посредников предпринимателя

1.5 Рынок – среда существования предпринимателей

Рынок – форма взаимоотношений между отдельными самостоятельными, принимающими решения хозяйствующими субъектами, а также сложное и многостороннее явление. Это соединение спроса и предложения и форма общественно-экономических связей между предпринимателями и потребителями, основанных на взаимной купле-продаже товаров (работ, услуг). Только на рынке проверяется истинная ценность (стоимость) произведенных товаров, ведь если они не будут проданы, предприниматель не получит планируемый объем прибыли. Следовательно, 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 представляет собой организованную и относительно сбалансированную систему, обеспечивающую предпринимателям свободу при выборе способов производства и продажи различных видов и объемов товаров (работ, услуг), а всем потребителям гарантирует независимость при их приобретении. Никто не может административно (юридически) заставить кого-либо что-то производить, что-то приобретать. Рынок есть сообщество самостоятельных, независимых хозяйствующих субъектов, а предприниматель – самостоятельно хозяйствующий субъект.

Свободного рынка ни в одной стране нет, так как нет для него определенных экономических условий, а действует конкурентный рынок при наличии различных форм собственности, но преобладающей является негосударственная собственность при существовании развитой рыночной инфраструктуры, включающей три основных элемента: рынок товаров и услуг, рынок факторов производства, финансовый рынок – и соответствующие им развитые системы рыночных институтов.

Развитый конкурентный рынок характеризуется сложной структурой, сложной системой соответствующих институтов (бирж, коммерческих банков, аудиторских организаций, страховых компаний, рекламных компаний, ассоциаций (союзов) предпринимателей и пр.).

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.

Преимущества рынка:

Во-первых, посредством рынка осуществляется эффективное распределение всех видов ресурсов. Рынок «направляет» ресурсы на производство только необходимых потребителям товаров (работ, услуг).

Во-вторых, рынок функционирует при наличии относительно ограниченной экономической информации: данных о ценах, конкурентах, издержках производства, количестве производства.

В-третьих, преимуществом рынка является высокая гибкость, адаптивность к изменяющимся условиям производства и потребления.

В-четвертых, участники рынка оптимально используют результаты научно-технического прогресса. Чтобы получить максимальную прибыль, предприниматели-производители идут на риск, разрабатывая новые товары, совершенствуя технологию, что позволяет им иметь временное преимущество перед конкурентами.

В-пятых, предприниматель и потребители обладают свободой выбора и действий. Они независимы в принятии решений, заключении различных сделок (договоров), найме рабочей силы и т.д.

В-шестых, рынок обеспечивает удовлетворение самых разных потребностей.

Недостатки рынка:

а) рынок не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов;

б) рынок не имеет действенной экономической защиты окружающей среды; только государство может заставить предпринимателей вкладывать средства в создание экологически чистых производств;

в) рынок не может регулировать правильное использование ресурсов, принадлежащих всему государству (обществу);

г) в рынке не создаются стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования;

д) рынок не гарантирует право всех граждан на труд и доходы;

е) рынок не обеспечивает развитие фундаментальных исследований в науке;

ж) рынок не ориентирован на производство социально необходимых товаров, а направлен на удовлетворение в основном запросов тех лиц, которые имеют большие деньги;

з) рынок подвержен нестабильному развитию в связи с инфляционными процессами. Поэтому часть функций, которые не может выполнить рыночный механизм, берет на себя государство.

Как уже говорилось, рынок есть сфера существования предпринимателей, без него не будет миллионов предпринимателей, а без предпринимателей, как самостоятельно хозяйствующих субъектов, не может быть развитого рынка. Поэтому все условия и факторы становления цивилизованного развитого рынка являются и условиями становления развитого предпринимательства.

Важнейшим обязательным признаком рынка является его конкурентный характер. Конкуренция – это механизм функционирования предпринимателей, которые конкурируют между собой, а также с покупателями. Конкуренция – это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения на соответствующем товарном рынке. Поэтому действующим законодательством запрещается прибегать к недобросовестной конкуренции на рынке, занимать доминирующее положение, осуществлять монополистическую деятельность, устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены.

Предприниматель может добиться успеха, если сумеет своевременно и правильно оценить рыночные возможности с точки зрения целей и ресурсов своей фирмы, производить только необходимые субъектам рынка товары и услуги с меньшими издержками, и необходимого качества.

Контрольные вопросы

1. В чем сущность предпринимательской деятельности?
2. Перечислите объекты и субъекты предпринимательской деятельности.
3. Перечислите цели и задачи предпринимательской деятельности.
4. Что представляет собой внутренняя и внешняя предпринимательская среда?
5. Раскройте сущность рынка как среды существования предпринимателей.