

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

шпаргалки



*Используй сам,
передай 5 одноклассникам,
и будет вам счастье
во время сессии.*

Коммерческая деятельность

Серия «Шпаргалки»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=179743

Коммерческая деятельность: ЭКСМО; Москва; 2007

ISBN 978-5-699-24063-0

Аннотация

Информативные ответы на все вопросы курса «Коммерческая деятельность» в соответствии с Государственным образовательным стандартом.

Содержание

1. Бизнес и предпринимательство. Понятие и сущность	4
2. Основные признаки и черты предпринимательства	7
3. Факторы предпринимательской деятельности	10
4. Формы предпринимательства	13
5. История российского предпринимательства	15
6. Ресурсы, факторы и результаты бизнеса	18
7. Новые подходы к проблеме повышения эффективности предпринимательства	21
8. Виртуальный бизнес	24
9. Частное, коллективное, государственное предпринимательство	27
10. Производственнопредпринимательство	30
11. Торговое предпринимательство	33
12. Финансовое предпринимательство	36
13. Страхование предпринимательства	39
14. Посредническое предпринимательство	42
Конец ознакомительного фрагмента.	45

Е. Н. Егорова, Е. Ю. Логинова Коммерческая деятельность

1. Бизнес и предпринимательство. Понятие и сущность

Бизнес и предпринимательство – одни из главных элементов рыночной экономики, без них государство не может интенсивно развиваться. Бизнес и предпринимательство влияют на темпы экономического роста государства, структуру, объем и качество валового национального продукта.

В последнее время такие понятия, как «бизнес» и «предпринимательство», стали смешиваться и утрачивать свой первоначальный смысл.

Одно из самых распространенных на сегодняшний день определений говорит, что бизнес – это любая деятельность, направленная на получение прибыли, осуществляемая путем реализации пользующихся спросом товаров и услуг.

Однако существуют и другие определения, более адаптированные к реальным условиям, например: бизнес – это

предпринимательская деятельность, которая ведется субъектами рыночной экономики и государственными органами за счет собственных или заемных средств под свою ответственность и главными целями которой являются получение прибыли и развитие собственного предприятия.

Предпринимательство или предпринимательская деятельность – самостоятельная деятельность граждан и их коопераций, связанная с риском, осуществляемая под свою ответственность, направленная на получение дохода от использования имущества, реализации товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, в соответствии с законом.

Разделить эти понятия сложно, поскольку они равнозначны, однако, безусловно, имеются отличия.

Бизнес, как и предпринимательская деятельность, делится по размерам своей реализации на крупный, средний и малый.

Они отличаются существенно и в объемах производства, и в размерах основных фондов, и в трудовых и финансовых ресурсах. Крупный бизнес – это одна из основ современной экономики, а мелкое и среднее предпринимательство – важный показатель ее состояния и развития.

Предпринимательство как основа бизнеса предполагает собственное дело, что всегда связано с опасностью потерять его и лишиться затраченных материальных и интеллектуальных ресурсов.

Для интенсивного развития бизнеса и предприниматель-

ства необходимы определенные условия и факторы:

- 1) предпринимательская способность, личные интересы, созидательные идеи, выгоды;
- 2) существование свободного места на рынке или вероятность расширения рынка;
- 3) возможность увеличения прибыли;
- 4) способность экономно использовать ресурсы, введение новшеств;
- 5) возможность предсказания кризисных ситуаций и путей их разрешения.

2. Основные признаки черты предпринимательства

Предпринимательство играет ключевую роль в становлении и развитии рыночных отношений. Мировой опыт показывает, что чем больше возможностей для своей деятельности у отдельных предпринимателей, тем более высоки темпы развития экономики страны. Поэтому очень важно формирование благоприятных условий в стране для развития предпринимательской деятельности.

Предприниматели сталкиваются в своей практической деятельности как с экономическими, так и с организационно-правовыми трудностями. Предпринимательская деятельность имеет две стороны – экономическую и правовую.

С экономической точки зрения предпринимательство играет определенную роль в развитии экономики любой страны. Предприниматели по Шумпетеру – это «хозяйственные субъекты, осуществляющие новые комбинации в своей деятельности». Функция предпринимателей состоит в реализации нововведений, играющих значительную роль в развитии экономики.

Новшества включают внедрение прогрессивных технологий, новых продуктов, освоение новых источников энергии и сырья, поиск рынков сбыта с дефицитом товаров, примене-

ние современной кадровой политики и систем оплаты труда, введение организационных новшеств и т. п.

Следовательно, в экономическом аспекте предпринимательство – это инновационная деятельность, а самого предпринимателя можно рассматривать как носителя новаторской идеи.

Содержание сущности предпринимателя и предпринимательской деятельности менялось с историей становления товарно-рыночных отношений, развитием обмена, производством новых видов товаров и распределением товаров и услуг; важное значение имеет также развитие научно-технического прогресса.

Предприниматель, помимо желания получить максимально возможную прибыль, своей целью также ставит налаживание производственного процесса, постоянное возобновление производственных циклов. Поэтому для достижения поставленных целей необходимо быстро реагировать на все, даже незначительные изменения на рынке, и следить за настроениями потребителя. Предпринимательство – это не всякий бизнес, это особая форма хозяйствования, которой присуще все новое, в то время как бизнес – это деятельность в сфере производства товаров и услуг, распределения и реализации товаров и услуг без инноваций, без инициативы содействия применению новых научно-технических разработок. Таким образом из года в год производится один и тот же продукт, его сбыт осуществляется на тех же самых рынках, несмотря

на то, что спрос падает, а интерес к продукту угасает, реализация происходит по классической установившейся схеме.

Выделяют 4 главные сферы предпринимательства:

- 1) производственную;
- 2) коммерческую;
- 3) финансовую;
- 4) сферу потребления.

3. Факторы предпринимательской деятельности

Предпринимательством в принципе может заниматься каждый, так как это общедоступный вид деятельности, однако не у каждого человека есть возможности и способности к предпринимательству. По российскому законодательству предпринимателем может быть любой гражданин, способный действовать.

Предпринимательская деятельность может идти в двух направлениях:

- 1) непосредственное производство какого-либо товара, продукта или услуги;
- 2) осуществление посреднических функций по продвижению товара от производителя к потребителю.

Факторы предпринимательской деятельности – это все то, что использует предприниматель в своей деятельности, сюда относятся и средства производства, и обращение товаров в виде людских ресурсов, материальных средств, информации и финансов, задействованных в производстве, требующих транспортировки.

Частично эти факторы имеются у самого предпринимателя.

Если же у предпринимателя такие факторы отсутствуют,

то есть возможность приобрести эти факторы у их правообладателей (собственников) за определенную стоимость; с их помощью предприниматель производит и продает товар потребителю.

Если факторы и есть необходимые потребителю товары, то предприниматель выступает в роли посредника-перекупщика.

В результате предпринимательской деятельности осуществляются поставленные предпринимателем цели. Основными целями предпринимательской деятельности являются:

- 1) получение прибыли от затраченных на ту или иную деятельность за определенный период времени капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств;
- 2) удовлетворение потребительского спроса, его конкретных потребностей.

Безусловно, целей гораздо больше и в широком смысле можно говорить о следующих целях:

- 1) накопление денежных средств для расширения производства, для завоевания новых рынков сбыта и увеличения капитала;
- 2) стимулирование мотивации сотрудников, увеличение заинтересованности, повышение производительности труда;
- 3) ориентирование спроса покупателей на данную продукцию.

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в соот-

ветствии с политикой предприятия. Цель организации формирует направление и методы предпринимательской деятельности. Задачи предпринимательской деятельности и их решение, которые ведут к достижению поставленных целей, можно разделить на два направления:

1) комплекс задач, осуществление которых положительно влияет на успех новаторской деятельности предпринимателя;

2) комплекс мер по увеличению эффективности процессов производства или посреднической деятельности.

4. Формы предпринимательства

Успех предпринимательской деятельности связан с правильным выбором ее формы, особенно организационно-правовой, поскольку это напрямую влияет на эффективность предприятия. На современном этапе в России этот вопрос стоит довольно остро при переходе к предпринимательскому типу хозяйствования. Существенным недостатком, который сильно затормаживает создание и развитие предпринимательства, является слабая законодательно-нормативная база. Малым и впервые создаваемым организациям в этом плане легче; сложнее складывается ситуация с крупными, особенно приватизированными предприятиями. Разрастающийся бюрократический аппарат ставит все новые и новые преграды на пути предпринимателей. Выбор формы предпринимательства в любом случае будет стоять перед конкретным управленцем. Эффективны те формы предпринимательства, которые в определенных условиях позволяют максимально выгодно использовать финансовые и материальные ресурсы, производственную и социальную инфраструктуру, трудовые, интеллектуальные и природные ресурсы, существующие экономические и рыночные отношения.

По форме собственности бывают личные, частные (в том числе частно-коллективные), государственные, муниципальные и смешанные предприятия. Различают еще и несколь-

ко видов предпринимательства, единой классификации нет. Также предпринимательство делят по масштабам на малое, среднее и крупное (корпоративное); рассматривают по широте территориального охвата (местное, региональное, общегосударственное и межгосударственное) и по отраслевой направленности (промышленное, аграрное, строительное, транспортное, торговое и т. д.).

Краеугольный камень – организационно-правовые стороны предпринимательства. В последнее время в классической структуре произошли некоторые изменения – она расширилась.

Выбор формы хозяйственной деятельности определяется размерами капитала и ответственностью предпринимателя за результаты своей деятельности.

Большое значение здесь имеют такие факторы, как масштаб предполагаемой деятельности, ее виды, отраслевая направленность, экономическая ситуация в стране и в данном регионе, политика государства и социальная структура общества.

Все это необходимо учитывать и просчитывать при составлении бизнес-плана. Только комплексный учет всех факторов и условий помогает дать ответ на вопрос, какая из организационно-правовых форм будет максимально эффективной для данной организации.

5. История российского предпринимательства

Российское предпринимательство в своем развитии за последние 10 лет уже прошло два этапа и находится накануне вхождения в новый, третий, этап. Первый (наиболее яркий) происходил еще в условиях бывшего СССР в конце 1980-х гг. Выделялись огромные льготы всех видов, различные субсидии, в том числе за счет средств госбюджета. Так как условия были созданы довольно благоприятные, шло очень быстрое и легкое накопление капиталов, стали развиваться производство дефицитных товаров широкого потребления и сфера всевозможных и столь же дефицитных тогда бытовых услуг, розничной торговли, общественного питания и т. д.

Второй этап условно начинается в 1992 г., году шоковой терапии, который характеризовался самыми высокими с середины 1980-х гг. темпами роста числа малых предприятий (в 2,1 раза) и численности работников этих организаций. Такой факт носит феноменальный характер, поскольку осуществленная тогда либерализация цен и введение налогового прессинга сильно подорвали финансовую базу малого предпринимательства. Огромные темпы роста инфляции привели к обесцениванию сбережений населения и, как

следствие, снижению покупательной способности и резкому увеличению процентных ставок банковского кредита. Инвестиционная деятельность находилась в ступоре, эта задача не теряет актуальности до сих пор.

Активный рост частного предпринимательства в 1992 г. обусловлен бурным развитием именно торгово-посреднического бизнеса, что в свою очередь стало ответной реакцией на подрыв первоначальной финансовой базы.

Только к 1995 г. все четче стали проявляться закономерности цивилизованной рыночной экономики. В экономической жизни России стала прослеживаться тенденция к началу рыночной концентрации капиталов, что было ново для того времени. Набирает обороты процесс поглощения предприятий, часто наиболее рентабельных. В этом смысле на данном этапе российских реформ также происходит снижение численности предпринимательских проектов.

Замедление создания и развития новых предприятий объясняется еще и тем, что вступил в силу в экономическом и социальном плане такой негативный мощный фактор, влияющий на увеличение числа предприятий, как рост безработицы, особенно по неофициальным данным.

Можно констатировать, что в 1994–1995 гг. проводимая российским правительством политика умеренно мягкой финансовой стабилизации, с одной стороны, сопровождалась значительным замедлением темпов роста количества частных предприятий, но, с другой стороны, хорошо просмат-

ривался санацион-ный эффект. В России стала зарождаться совершенно иная экономическая ситуация, в которой част-ный сектор начал играть роль, характерную для предприни-мательства в нормальной рыночной экономике.

6. Ресурсы, факторы и результаты бизнеса

В бизнесе скрыт огромный потенциал для интенсивного развития экономики и общества в целом. Характерной особенностью бизнеса является высокая экономичность в использовании всех видов ресурсов и постоянное стремление к минимизации потерь, обеспечению их наиболее рациональных для данных условий пропорций – ведь предприятие не располагает лишним оборудованием, избыточными запасами сырья и материалов, лишней рабочей силой. Данный фактор – одно из важнейших обстоятельств достижения динамичных показателей экономики в целом.

Таким образом, в целом для экономики страны значение бизнеса невозможно переоценить, а его влияние на различные стороны общественного воспроизводства очень весомо.

Особую роль для отдельно взятой страны играет малый бизнес как ведущий сектор, который определяет темпы экономического роста, структуру и качественный состав валового национального продукта. Однако значение имеют не только количественные показатели; этот фактор, в принципе, является типично рыночным и лежит в основе современной рыночной инфраструктуры.

Основные преимущества и характерные черты малого

бизнеса:

- 1) мобильность, возможность принятия более гибких, своевременных и оперативных решений;
- 2) ориентация производителей в основном на региональные и местные рынки;
- 3) поддержание уровня занятости населения и создание новых рабочих мест;
- 4) выполнение вспомогательных функций по отношению к крупным предприятиям; 5) малый первоначальный объем инвестиций.

Большую активность в области инноваций проявляют венчурные фирмы, которые довольно успешно могут создавать конкуренцию крупным, добиваясь ускоренных темпов внедрения научно-технических новшеств. Мелкие фирмы с их мобильностью и новаторскими решениями в условиях конкуренции новых товаров нашли свое место в системе хозяйствования.

Они занимаются разработками нововведений, отводя крупным фирмам лишь капиталоемкие стадии промышленного производства. Используемые достижения научно-технического прогресса позволяют быстро подключиться к наукоемким отраслям при отсутствии большого капитала.

Мелким фирмам приходится работать в условиях сильной рыночной конкуренции, с которой не все способны справиться. В большинстве случаев (около 90 %) фирмы разоряются не из-за нехватки финансов или нерациональной тех-

нологии, а из-за отсутствия управленческих знаний, которые необходимы для принятия грамотных решений в рыночных условиях. Причинами неудачи могут стать: некомпетентность или нехватка опыта в области коммерции и финансовых операций, в поставках, производстве и управлении, малые объемы продаж, жесткая конкуренция, слишком большие издержки производства.

7. Новые подходы к проблеме повышения эффективности предпринимательства

Эффективность предпринимательства характеризуется полным и грамотным использованием ресурсов для достижения поставленных целей.

Проблема эффективности предпринимательства существует как на уровне отдельно взятого предприятия, так и в рамках всей хозяйственной системы, когда можно говорить и об эффективности экономики в целом.

Здесь речь идет о снижении издержек производства и максимальной в таких условиях прибыли.

При оценке эффективности рыночной экономики важную специфику ей придает инфляция, которая приводит предприятия к кризисным ситуациям, искажая все данные об их состоянии, что грозит неверными управленческими решениями.

В итоге повышение эффективности сводится к максимизации прибыли при снижении издержек на фоне повышения производительности труда с использованием достижений научно-технического прогресса.

Важную роль в повышении эффективности предпринимательства играет исследование рынка. Подобные данные при-

нимаются за основу при выборе стратегии и и деятельности предпринимателей. Чтобы выйти победителем в конкурентной борьбе, обеспечить конкурентоспособность производимой продукции и снизить предпринимательские риски, сегодня недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос.

Необходимо подстраиваться под постоянно меняющиеся вкусы потребителя.

Оценка функционирования фирмы проводится по показателям эффективности и зависит от целей анализа:

- 1) стратегические цели;
- 2) тактические цели;
- 3) задачи планирования;
- 4) прочие цели руководства.

На этапах инвестирования производства, разработки бизнес-плана и реализации продукции предприятия существуют различные аспекты применения факторов производства и поэтому система показателей эффективности их использования сложна и многостороння.

Обобщающие показатели эффективности производственной деятельности фирмы в целом определяются сопоставлением объема всех материальных ресурсов и конечного результата ее деятельности: рентабельность капитала (активов) организации, оборачиваемость всего капитала, издержки на единицу готовой продукции, рентабельность производства и среднегодовая стоимость основных и оборотных

фондов. Наиболее обобщающим показателем является рентабельность всего капитала.

Она отражает прибыль организации на один рубль затраченных средств. Этот показатель наиболее объективен, его также называют нормой прибыли или показателем окупаемости средств. Отслеживание изменения данного показателя и причин, вызывающих подобные перемены, является главной задачей работы администрации предприятия.

8. Виртуальный бизнес

Современный бизнес не может успешно развиваться без информации, используется огромное количество средств связи. От офиса любой организации тянется множество проводов, по которым осуществляется передача самой разнообразной информации, как правило, в цифровом и голосовом виде.

Internet— одна из популярнейших систем для продажи информации и рекламы. Распространенность и интерес к ней с каждым годом только увеличиваются, причем огромными темпами. Эта система позволяет устраивать прибыльный бизнес, открывает новые возможности получения дохода.

Большинство экспертов соглашаются: Internet – бизнес XXI в.; но в России он пока только набирает обороты. Особой популярностью на сегодняшний день пользуются информационные брокеры, Web-ди-зайнеры и другие направления. Именно сейчас появляются шансы для многих организаций, чтобы воспользоваться открывающимися возможностями.

Еще год назад в ряде передовых российских компаний начали обсуждаться чисто теоретически вопросы о том, является ли электронная торговля жизнеспособной коммерческой средой. Нельзя сказать, что за последние несколько лет произошли какие-то глобальные изменения. Хотя числен-

ность Интернет-магазинов и различного рода фирм, торгующих в Интернете, увеличилась, недоверие большего числа пользователей к их деятельности осталось. Это в свою очередь является существенной проблемой и тормозит развитие данной отрасли.

На сегодняшний день в России электронный магазин – не слишком прибыльное предприятие. Его вернее рассматривать как рекламу, имиджевое дополнение к «физически» существующим магазинам, т. е. привлечение внимания потенциальных потребителей, заказчиков, партнеров, спонсоров и демонстрация компетентности фирмы в своей области. Когда потенциальный покупатель заинтересован, к работе с ним подключаются менеджеры, в компетенцию которых и входит продажа товара конкретному человеку. Цены и новинки являются важнейшими элементами движущей силы покупательского спроса. Реклама сегодня – довольно долгий и дорогой процесс, который не всегда окупает затраты. На сегодняшний день многие организации стали делать упор не на классическую навязчивую рекламу, а на маленькие частые напоминания даже не о товаре, а о своей фирме. В этом плане Интернет незаменим для любой организации. Причем эта информация на виду у пользователя круглосуточно. Для компаний (как мелких, так и крупных) важное значение имеет работа по формированию постоянной клиентской базы. В любое время без проволочек потенциальный покупатель может:

1) связаться с фирмой;

2) получить консультацию по интересующим его вопросам или информацию о наличии товара;

3) сделать заказ и получить счет.

При обеспечении подобных условий вероятность того, что его покупка состоится именно здесь, повышается.

В таком аспекте роль круглосуточно доступного виртуального магазина увеличивается.

9. Частное, коллективное, государственное предпринимательство

Предпринимательская деятельность классифицируется по различным признакам: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым и экономическим формам, степени использования наемного труда и другим показателям.

В условиях монополистической конкуренции при сложном, требующем вливаний огромных капиталов и энергоемком производстве сами монополии заинтересовались в усилении регулирующей роли государства, в поддержке с его стороны, обеспечении с его помощью выхода на новые внутренние и внешние рынки. Рыночный механизм не в силах решить все трудности, связанные с обороной, наукой, экологией, воспроизводством рабочей силы и, в конечном счете, с общим экономическим ростом страны.

Государственное предпринимательство берет на себя управление в тех случаях, когда требуются огромные капитальные вложения средств, срок отдачи велик и риски высоки. Здесь и выплывает основное отличие от частного предпринимательства: первоочередная цель государственного предпринимательства – не получение прибыли, а реше-

ние социально-экономических задач.

Однако **частное предпринимательство** по объективным причинам развивается более быстрыми темпами, чем государственное.

Государство может регулировать рыночные отношения только тогда, когда в его руках находятся мощные экономические рычаги управления.

Государство влияет на рыночный механизм через:

- 1) свои расходы;
- 2) налогообложение;
- 3) регулирование; 4) государственное предпринимательство.

Государственные расходы представляют собой государственные закупки и трансфертные платежи. Такие расходы вносят вклад в национальный доход и непосредственно используют ресурсы.

Налогообложение – незаменимый элемент государственной политики. Налоги составляют 75–85 % бюджетных средств. Государство взимает различные виды налогов.

При высоких налоговых ставках начинается массовое уклонение от уплаты налогов, пополнение бюджета снижается. Это замкнутый круг.

Законодательная форма регулирования формирует деятельность предпринимателей (антимонопольные законы).

Налоговая и кредитная формы воздействуют на национальный объем производства, изменяя объемы и направле-

ния производства, влияя на частное и коллективное предпринимательство.

Коллективное предприятие выступает в двух ипостасях: с одной стороны, нанимает рабочую силу, с другой, — члены трудового коллектива живут за счет продажи собственной рабочей силы. Эта особенность определяет специфику экономического поведения подобного предприятия.

Функция полезности коллективного предприятия сравнима с функцией полезности семейного предприятия и включает совокупный денежный доход и совокупное свободное время трудового коллектива. Каждый его член сталкивается с противоречием в желании получить максимальный доход и свободное время. Оценка ценности в данном случае будет субъективна.

Производственное предпринимательство

Производственное предпринимательство является одним из ведущих видов предпринимательства. Здесь осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказываются услуги, создаются определенные ценности. Функция производства в этом виде предпринимательства является основной, определяющей, а сопровождающие функции имеют дополняющее значение (хранение, транспортировка, сбыт и др.). К производственному предпринимательству относятся инновационная и научно-техническая деятельность, непосредственное производство товаров и услуг, использование их в дальнейшем производстве. Каждый предприниматель, готовый заняться производственной деятельностью, сначала должен определить, что конкретно он будет производить. Затем предприниматель ведет маркетинговую деятельность, занимается исследованием рынка и потребительского спроса.

Следующий этап деятельности производственного предпринимательства – приобретение или аренда факторов производства.

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

Основные производственные фонды – здания, сооруже-

ния, передаточные устройства, силовые машины и оборудование, рабочие машины и оборудование и т. п.

Оборотные производственные фонды включают сырье, основные и вспомогательные материалы, топливные и энергетические ресурсы, тару.

Рабочую силу предприниматель нанимает путем объявлений, через биржи труда, агентства по трудоустройству, с помощью друзей и знакомых.

Далее предприниматель приобретает всю необходимую ему информацию о возможности привлечения ресурсов: материальных, финансовых и трудовых, о рынке сбыта намечаемой к изготовлению продукции или услуги и т. д.

Факторы, влияющие на предпринимательство, особенно производственное, можно разделить на экономические, технологические, политико-правовые, институциональные, социокультурные, демографические и природные.

К многочисленным экономическим факторам можно отнести: масштаб рынков и уровень их развития, доходы населения, размер платежеспособного спроса и конкуренцию в разных отраслях, курс национальной валюты и т. д. Все это влияет на отраслевой бизнес и предпринимательскую инициативу.

Технологические факторы говорят об уровне научно-технического прогресса и материально-технической базы.

Политические и правовые факторы определяют отношения общества и государства, механизмы государственного

влияния и процессы принятия важных решений, развитость
нормативно-правовой базы и правосознания в стране.

11. Торговое предпринимательство

Характерной чертой **торгового предпринимательства** служат тесные экономические связи с оптовиками и розничными торговцами, потребителями товаров, работ, услуг.

Торговое предпринимательство включает все виды деятельности, которые относятся к всевозможным вариантам видов обмена товара и денег.

Несмотря на то, что основополагающими для торгового предпринимательства являются финансово-денежные отношения купли-продажи товаров, в нем используются те же факторы и ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, но масштабы менее существенны.

Торговая деятельность особо привлекательна для предпринимателей, поскольку существуют реальные перспективы получения значительной прибыли в кратчайшие сроки. Кроме того, отсутствуют сложности, возникающие в процессе производства.

Розничная торговля представляет собой конечный элемент в процессе движения товара от производителя к конечному потребителю.

Розничная торговля имеет свои особенности:

- 1) исследует соотношение спроса и предложения на рынке;

2) определяет конъюнктуру;

3) отбирает товары по принципу наибольшей полезности;

4) проводит расчеты с поставщиками за полученные товары;

5) дорабатывает товары и формирует на них цены.

Розничная торговля – это важный элемент экономики страны и торгового предпринимательства. С каждым годом товарооборот в России растет, это подтверждается положительными тенденциями развития розничной торговли.

На внутреннем рынке страны существуют разнообразные розничные предприятия. Их можно разделить:

1) по реализуемому ассортименту;

2) по форме торгового обслуживания;

3) по уровню цен;

4) по типу работающего предприятия;

5) по концентрации и местоположению торговых организаций.

Оптовая торговля не менее важна для экономики страны, способствуя маневрам с материальными ресурсами, распределению запасов продукции и ее излишков и устранению товарного дефицита.

Оптовая торговля максимально использует всю совокупность товарных ресурсов. При оптовой торговле товар закупается крупными партиями. Оптовики, как правило, вообще не связаны в своей деятельности с конечными потребителями.

Для оптовой торговли характерно:

- 1) создание ресурсной базы для осуществления оптовой торговли;
- 2) участие в создании элементов инфраструктуры рынка, осуществляющих содействие в свободном выборе торговых партнеров и формировании коммерческих связей для успешной реализации торговых сделок.

12. Финансовое предпринимательство

Сферой деятельности **финансового предпринимательства** являются обращение и обмен стоимостей. Финансовая деятельность связана с производственной и коммерческой, причем эти взаимосвязи постоянно углубляются. Однако финансовое предпринимательство может быть и в виде банковского дела, страхового и др. Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.

Коммерческий банк – это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе различные организации, осуществляющее прием денежных вкладов и производящее всевозможные расчетные операции по поручению клиента. Операции коммерческих банков делятся на три сферы:

- 1) пассивные (привлечение средств);
- 2) активные (размещение средств);
- 3) комиссионно-посреднические (выполнение различных операций по поручению клиентов с уплатой комиссии).

В России особенностью деятельности коммерческих банков является привлечение средств предприятий на значительные сроки; однако кредиты и займы выдаются на относи-

тельно короткие сроки. Банки подвержены рискам коммерческого характера не меньше предпринимателей, так как у них существуют свои долги и обязательства, которые необходимо выполнять в определенные сроки. Поэтому банк должен иметь определенные резервы на случай непредвиденных обстоятельств.

Фондовая биржа – организационно оформленный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг, способствующий повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов.

Принцип работы фондовой биржи основывается на быстром и своевременном регулировании спроса и предложения. На фондовой бирже существуют так называемые котировки ценных бумаг. Они регулярно оцениваются специалистами котировочного отдела по всем ценным бумагам, с которыми работают на бирже. Такая информация всегда доступна, текущие курсы постоянно отображаются на световом табло и регулярно публикуются в специальных бюллетенях. Изменение курсов показывает, по какой цене в определенный момент на данной бирже можно купить или продать конкретные акции. Эти цены пересчитываются по определенной системе формул и служат основой для последующего получения индексов биржевой активности, отражающих все изменения экономической конъюнктуры.

Финансовое предпринимательство выступает как особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в

качестве предмета купли-продажи выступают валюта, ценности, ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем потребителю или предоставляемые ему в кредит. Сущность финансового предпринимательства состоит в том, что предприниматель приобретает финансы реализуются покупателю за плату выше первоначальной, вследствие чего создается предпринимательская прибыль, которая базируется на разнице цен.

13. Страхование предпринимательство

Суть **страхового предпринимательства** заключается в том, что предприниматель гарантирует клиенту возмещение ущерба в соответствии с условиями, прописанными в договоре, не противоречащем действующему законодательству, в случае непрогнозируемых обстоятельств потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других потерь за определенную сумму при заключении договора страхования. Прибыль страхового предпринимательства составляют страховые взносы за вычетом выплат страховки при определенных обстоятельствах. Как правило, вероятность появления форс-мажорных обстоятельств невелика и существенная часть страховых взносов образует предпринимательский доход.

Несмотря на то, что страховое предпринимательство не производит никаких товаров, оно все равно остается одним из самых рискованных видов деятельности. Страхователи (организации, предприятия, физические лица), наоборот, за определенную плату могут получить компенсацию при наступлении случаев, прописанных в договоре. Несмотря на то, что такой вид предпринимательства набирает обороты, уровень доверия потенциальной клиентуры остается очень

низким. Предпринимателям приходится прибегать к определенным уловкам и тратиться на широкомасштабные рекламные кампании.

Каждый клиент в соответствии с договором платит страховые взносы, которые образуют страховой фонд. Он используется для выплат страховок. Однако ведение страховой деятельности возможно только при существовании законодательных документов, инструкций и методических материалов, необходимых для формирования страховых отношений, которые в совокупности образуют страховое законодательство.

Задачи, выполнение которых необходимо для развития страхования:

- 1) формирование строгой законодательной базы страховой деятельности, не допускающей различных толкований;
- 2) развитие обязательного и добровольного страхования;
- 3) создание эффективного контролирующего страховую деятельность органа;
- 4) совместная работа национальной системы страхования с иностранными страховыми рынками.

Правовая сущность страхового предпринимательства состоит в установлении правовых отношений по защите имущественных интересов клиента за счет страховых выплат в соответствии с заключенным договором. Имущественный интерес страхователя является условием сотрудничества со страховщиком, без него страховая деятельность невозмож-

на.

Страховое предпринимательство отличается от коммерческого страхования и всевозможных видов государственной поддержки. Страхование в данном случае является лишь видом деятельности с целью получения прибыли и страховые фонды выплат формируются отдельно у каждой компании.

14. Посредническое предпринимательство

Посредническая деятельность заключается в том, чтобы получить прибыль, за оказание определенных услуг потребителю, в роли которого также могут выступать предприниматели.

Как правило, это упрощение операций купли-продажи, информационные услуги и т. д. Предприниматель как посредник сталкивается с решением следующих задач с целью привлечения клиентуры:

- 1) определение дефицита, потребностей определенных сегментов рынка и поиск способов их удовлетворения;
- 2) выявление сфер бизнеса, которые нуждаются в посреднических услугах различного вида.

Посредники – физические или юридические лица, которые могут заниматься предпринимательской деятельностью без создания юридического лица, представляющие интересы производителя или потребителя, действующие от их имени и получающие от этого доход.

В экономической теории посредничество – это операция, проводящаяся в промежуток времени между выпуском продукции (оказанием услуги, выполнением работ) и доставкой ее к потребителю. В процессе ведения предприниматель-

ской деятельности большинство предпринимателей используют услуги посредников при заключении сделок.

Торговая посредническая деятельность отличается от других разновидностей этой предпринимательской деятельности тем, что приобретает право собственности на товар, с которым работает. Самая многочисленная часть представляет розничную торговлю (продукция перепродается конечному потребителю) и оптовую (крайне редко имеет дело с конечным покупателем). Оптовики повышают эффективность торгового процесса. Мелкий производитель, у которого ограничены финансовые ресурсы, не может создать и обеспечить организацию грамотного маркетинга. Хорошие оптовые торговцы – с приличным стажем своей деятельности, с запасом специальных знаний и умений – имеют большое число деловых контактов в сфере розничной продажи. Оптовики располагают сформировавшейся клиентской базой, которая помогает производителю связаться с множеством мелких фирм-потребителей при сравнительно небольших затратах. Покупатель, как правило, получает больше гарантий от оптовика, чем от какого-то далекого производителя. Оптовик подбирает необходимые изделия и формирует необходимый товарный ассортимент, избавляя тем самым клиента от значительных хлопот. С оптовыми торговцами, в отличие от предприятий-производителей, можно договориться об уменьшении размера партий товаров или их дроблении. Оптовики осуществляют складирование товарных за-

пасов, снижая тем самым соответствующие издержки поставщика и потребителя, выполняют более оперативную доставку товаров, находясь ближе к клиентам, чем предприятия-производители. Оптовики содействуют своим клиентам в предоставлении информации о деятельности конкурентов, о новых товарах, динамике цен и изменениях на рынке.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.