**Гришанов Е.М.**

**Основы бизнеса**

**Введение**

Формирование развитой рыночной инфраструктуры в России предъявляет высокие требования к участникам малого бизнеса, требует серьезных знаний, усвоение которых невозможно без изучения курса «Основы бизнеса (для малого предпринимательства)».

Целью данного пособия является углубление, закрепление и проверка знаний и понимания основных категорий и понятий, которыми оперирует экономическая теория и практика малого предпринимательства. Материал подобран в соответствии с темами, изучаемыми в курсе «Основы бизнеса (для малого предпринимательства)».

 Задания различаются по степени сложности, но любое из них можно решить, усвоив основные понятия и категории, изучаемого курса. Решая задачи, оценивая конкретные ситуации, можно научиться пользоваться различными методами экономического анализа, самостоятельно анализировать экономическую реальность, принимать грамотные экономические решения для развития бизнеса и малого предпринимательства.

**Глава 1. Рыночная экономика – основа бизнеса.**

* 1. *Понятие рыночной экономики. Субъекты бизнеса.*

 Рынок – это форма общественной связи между людьми, состоящая во взаимной купле-продаже товаров.

 Необходимость рыночных отношений проистекает из ограниченности производственных возможностей человека по сравнению с его потребностями.

 Человек может работать и производить какие-либо материальные и духовные ценности только в одной сфере деятельности. Но в потребление человеку нужны самые разнообразные блага и услуги. Поэтому разделение общественного труда и обмен деятельностью и продуктами труда – это объективные предпосылки возникновения рыночных отношений.

 Рынок существует только там, где есть товарное производство. Рыночное хозяйство требует существования частной собственности на средства производства, а она в свою очередь требует самостоятельного принятия решений всеми субъектами экономических отношений.

 В экономической теории выделяют три основных субъекта бизнеса: домохозяйства, фирмы, государство.

 Домохозяйство – это экономическая единица в составе одного или нескольких лиц, которая самостоятельно принимает решения, является собственником какого-либо фактора производства, стремится к максимальному удовлетворению своих потребностей в рамках имеющихся ресурсов. К домохозяйствам относят всех потребителей, наемных работников, владельцев капиталов, земли и других средств производства.

 Фирма – это экономическая единица, которая самостоятельно принимает решения, стремится к максимизации прибыли, использует факторы производства для изготовления и продажи продукции другим фирмам, домохозяйствам и государству.

 Под государством понимают все правительственные учреждения, имеющие юридическую и политическую власть для осуществления в случае необходимости контроля над хозяйственными субъектами и над рынком для достижения общественных целей. Государство принимает участие в формировании экономико-правовой среды действия других субъектов. В современной рыночной экономике его роль очень велика.

 Субъекты бизнеса преследуют только свой собственный интерес, координация же их действий осуществляется через рыночный механизм. Он обеспечивает согласование экономических интересов всех участников рыночных отношений, благодаря чему их действия становятся согласованными и подчиняются определенным закономерностям. Рыночный механизм – это порядок определения цен, механизм взаимодействия продавцов и покупателей по поводу установления цен на товары, их количества, объема и структуры производства.

* 1. *Основные функции рыночной экономики.*

 Все товары и услуги имеют свою цену. Одной из важнейших функций рынка является информационная, воплощенная в ценах. Цены сообщают о недостатке или переизбытке товаров, об издержках производства, о перспективных направлениях вложения капитала.

 Другая функция рынка, стимулирующая, вытекает из первой. С помощью цен, через их равновесие или падение спроса и предложения, возможно эффективное ведение производства, рационально используются редкие ресурсы, достигаются наиболее удачные способы получения качественного продукта при минимальных издержках, обеспечивается распределение товаров и услуг между людьми в соответствии с их доходами, структура общественного производства соответствует потребностям людей.

 Важную роль в рыночном механизме играет конкуренция, или противоборство между производителями за получение наибольшей выгоды. Результатом конкурентной борьбы непременно является более полное и эффективное использование редких ресурсов. Таким образом, через конкуренцию реализуется еще одна функция рынка – оптимизация пропорций общественного производства.

 Кроме того, через конкуренцию происходит как бы естественный отбор среди предприятий. Успех обеспечен лишь тем, кто сумеет вовремя приспособиться к новым условиям, наладить выпуск нужного продукта, сменить технологию, снизить издержки и оказать влияние на формирование цен. Тот, кто не справляется с этими задачами, выходит из игры. Так появляется санирующая функция рынка. Благодаря ей общественное производство постоянно совершенствуется, использует достижения НТП, лучше реагирует на запросы потребителей.

* 1. *Структура бизнеса.*

Под структурой бизнеса мы понимаем его внутреннее устройство. Для классификации элементов структуры бизнеса как системы экономических отношений можно пользоваться следующими критериями:

* по экономическому назначению объектов рыночных отношений;
* по географическому положению;
* по степени ограничения конкуренции;
* по характеру продаж;
* по приоритету производителя или потребителя;
* по отраслям.

Далее следует рассмотреть определение элементов бизнеса по каждому из критериев.

По экономическому назначению объектов рыночных отношений мы выделяем множество субрынков:

* рынок потребительских товаров и услуг;
* рынок средств производства;
* рынок сырья;
* рынок ноу-хау;
* рынок труда и рабочей силы;
* финансовый (денежный) рынок;
* рынок инвестиций;
* рынок жилья;
* рынок информации;
* рынок интеллектуального продукта.

По географическому положению можно выделить:

* внутренний рынок;
* национальный рынок;
* региональный рынок;
* мировой рынок.

Внутренний рынок ограничен территорией одного суверенного государства и рассматривается, как правило, по отношению к одному товару или классу товаров. Национальный рынок представляет собой совокупность внутренних рынков по всем товарам. Внутренний и национальный рынки объединяются понятием «рынок страны». Региональный рынок – это рынок, относящийся к какому-либо региону мира (рынок Западной Европы, Латиноамериканский рынок и пр.). Мировой (международный) рынок представляет собой совокупность всех рынков по всем странам.

По степени ограничения конкуренции выделяют:

* монополистический рынок;
* олигополистический рынок;
* монопсонический рынок;
* свободный рынок;
* смешанный рынок.

На монополистическом рынке все предложение товаров и услуг сосредоточено в руках одного продавца. Олигополистический рынок представляет собой ситуацию, при которой небольшое число достаточно крупных продавцов противостоит массе относительно мелких покупателей, и на каждого продавца приходится существенная часть общего предложения на рынке. Монопсонический рынок – это рынок, на котором одному покупателю противостоит большое число продавцов. Свободный рынок, или рынок в чистом виде, можно охарактеризовать как рынок свободного предпринимательства, где производитель и потребитель полностью раскрепощены от воздействия государства, их связывают между собой только отношения возмездности, обмена, купли-продажи. Но один из парадоксов современного мира состоит в том, что рыночной системы в чистом виде нет. Наиболее распространенным является смешанный рынок.

Смешанный рынок сочетает в себе и рыночные, и нерыночные элементы. Вмешательство государства в ограничение конкуренции на этом рынке может быть как прямым, так и косвенным (более подробно роль государства в рыночной экономике будет разобрана позже).

По характеру продаж рынок может быть оптовый и розничный. На оптовом рынке функционируют крупные коммерческо-посреднические предприятия, которые занимаются закупкой товаров и организацией товароснабжения розничных торговцев. На розничном рынке осуществляется реализация товаров и услуг непосредственным потребителям.

По приоритетам рынок может существовать как рынок продавца и рынок потребителя. Для рынка продавца характерно приоритетное положение производителя по отношению к потребителю. Его схема: сначала разрабатывается и производится товар, затем идут поиски его потребителей и методов сбыта. Его наиболее опасные проявления: диктат производителя, сужение круга выбора для потребителя и дефицит. Такой рынок становится тормозом для научно-технического прогресса, обновления производства, выпуска новых, более качественных товаров, происходит потеря стимулов для непосредственных производителей. Для рынка потребителя характерно приоритетное положение потребителя по отношению к производителю. На таком рынке осуществляется выпуск только тех товаров, которые согласен приобретать потребитель. Рынок покупателя представляет собой практическое воплощение маркетинга с главным принципом: производить то, что можно продать, вместо того, чтобы продавать то, что можно произвести.

По отраслям рынок может быть автомобильный, компьютерный, нефтяной и т.п., в зависимости от отрасли, в которой осуществляются производство и реализация конкретных товаров и услуг.

* 1. *Социально – экономические последствия ведения бизнеса в условиях рыночной экономики.*

Рынок весьма эффективно направляет материальные ресурсы на производство нужных обществу товаров, т.е. осуществляет их расходование, имея целью максимальное удовлетворение меняющихся потребностей людей.

Весьма важным ресурсом сегодня является информация. Преимуществом рынка является то, что для эффективного функционирования предприятия его хозяину или менеджеру часто бывает достаточно весьма ограниченного объема информации (например, только данные о цене и издержках производства).

Для рынка характерна и такая черта, как гибкость, быстрая приспособляемость к изменяющимся условиям. Например, рост цен на сырье вызвал в свое время взлет в разработке и использовании ресурсосберегающих и безотходных технологий, что имеет крайне важное значение для сохранения окружающей среды.

Положительным моментом рыночной системы является также тенденция к быстрому использованию результатов научно-технического прогресса.

С понятием «рынок» связано понятие «экономическая свобода». Это значит, что в условиях рынка и потребители, и предприниматели независимы в принятии решений, будь то решения о покупке того или иного товара, услуги или о заключении сделки, найме рабочей силы, выходе на другие рынки и т.п.

Рынок с присущей ему конкуренцией стимулирует рост качества товаров и услуг, расширение ассортимента, снижение издержек производства. В противном случае сохранить длительную прибыльность предприятия невозможно.

И, пожалуй, самое главное, что дает рынок – это рост инициативы людей, развитие предприимчивости, ответственности, возрождение и укрепление чувства хозяина и связанное с этим бережное отношение к добру, как своему, так и общественному.

Однако, несмотря на множество положительных факторов в обществе, которые связаны с рыночной моделью хозяйствования возникают проблемы и противоречия, которые рыночная система не может решить на основе своего собственного механизма. В общем плане «слабости» рынка проявляются в том, что выгоды для отдельных лиц часто не совпадают с общественной пользой, а также в том, что затраты на некоторые необходимые обществу направления деятельности настолько велики, что частные предприниматели не в состоянии взять их на себя.

В чем же конкретно состоят «слабости» рынка или его негативные стороны?

Прежде всего следует отметить, что рынок перестает быть эффективным при регулировании производства общественных товаров, таких, как общественный транспорт, оборона, система общественного образования, ряд элементов городского хозяйства, он также не обеспечивает фундаментальных исследований в науке.

Одним из побочных результатов экономической деятельности человека является загрязнение окружающей среды, что рынок своим собственным механизмом предотвратить не может.

Кроме того, рыночная конкуренция, ведя к поражению более слабых, способна порождать социальную напряженность вследствие расслоения общества на богатых и бедных. Эти же процессы стимулируют концентрацию производства и власти в руках небольшой группы людей, способствуя, следовательно, образованию монополий. Отрицательные последствия монополизма общеизвестны – это сужение ассортимента товаров, рост цен, снижение качества.

Недостатком рыночного механизма является то, что он не может регулировать использование ресурсов, принадлежащих всему человечеству, например, рыбных богатств мирового океана.

Серьезной «слабостью» рыночной модели является и то, что она не содержит внутри себя такого структурного элемента, который бы противостоял развитию инфляционных процессов.

Во всех этих случаях общество должно вмешаться, чтобы изменить ситуацию или предотвратить нежелательные последствия с помощью внерыночных сил. Чаще всего в качестве такой регулирующей силы выступает государство. С помощью законов, а также мерами экономической политики оно поощряет или запрещает какие-либо виды деятельности, создает государственные предприятия, производит затраты государственных средств (см. схему 4. 2 и 4. 3.).

В реальной жизни в силу названных выше причин общество всегда должно корректировать рыночный механизм. Различной может быть лишь степень внерыночного регулирования.

### Основные категории и понятия

Рынок; субъекты рыночного хозяйства; домохозяйства, фирмы, государство; функции рынка: информационная, распределительная (регулирующая), стимулирующая, санирующая; рыночный механизм и его элементы (спрос, предложение, цена, конкуренция); критерии рыночной структуры: географический, функциональный, по характеру продаж, в соответствии с действующим законодательством и др.; рынок товаров и услуг; рынок факторов производства; инфраструктура рынка (банки, биржи, аукционы, ярмарки; информационные системы, налоговая система, консалтинговые, аудиторские, страховые компании и т.д.); достоинства и недостатки рыночного механизма.

###  Вопросы для контроля

1. В чем состоит сущность бизнеса?
2. В чем состоит сущность рынка?
3. В чем состоят функции рынка?
4. Какие бывают субъекты бизнеса, в чем их отличие друг от друга?
5. Что такое структура бизнеса?
6. По каким критериям можно определить структуру бизнеса?
7. В чем вы видите преимущества рыночной модели хозяйствования?
8. Почему для рынка характерно быстрое использование достижений НТП? Возможен ли обратный процесс, т.е. торможение использования результатов НТП в рыночной системе?
9. Что такое «экономическая свобода»?
10. Какие проблемы рыночная система может решить на основе своего собственного механизма?
11. Что такое «общественные товары» и какова роль рынка в их производстве?
12. Каким образом происходит корректировка рыночного механизма?
13. Подумайте, можно ли свести понятие "рынок" к торговой точке?
14. Объясните смысл приведенных утверждений. Согласны ли Вы с ними?
 "Великолепное достоинство рынка состоит в том, что он сам себя охраняет. Если цены на товары или некоторые виды платежей отклоняются от предписанных обществом уровней, рынок приводит в движение силы, которые возвращают их на этот уровень. Таким образом, возникает любопытный парадокс: рынок, который символизирует вершину индивидуальной экономической свободы, выступает строжайшим надзирателем за всеми. Таким образом, экономическая свобода гораздо более иллюзорна, чем это представляется на первый взгляд. Каждый вправе поступать на рынке, как ему заблагорассудится. Однако, если кто-либо предпочитает делать то, что рынок не одобряет, ценой индивидуальной свободы оказывается экономическое разорение".
 "Рынок можно охарактеризовать как автоматически саморегулирующуюся систему, проводимую в действие личной выгодой индивидов и регулируемую конкуренцией".
15. Объясните, каким образом рыночная система служит средством обмена информацией о решениях и о претворении в жизнь решений, касающихся распределения ресурсов в экономике.
16. Опишите процесс функционирования рыночной системы на примере модели кругооборота (ресурсов, продуктов и дохода). Охарактеризуйте рынки ресурсов и продуктов.
17. Каковы основные характеристики общественных благ (товаров общественного пользования)? С помощью каких средств правительство обеспечивает страну общественными благами?
18. Используйте свою трактовку основных свойств общественных благ и товаров индивидуального потребления для определения того, должны ли следующие блага производиться посредством рыночной системы или обеспечиваться правительством: а) хлеб; б) уличное освещение; в) мосты; г) автостоянки; д) плавательные бассейны; е) медицинское обслуживание; ж) доставка почты; з) жильё; и) контроль над воздушным транспортом; к) библиотеки.
19. Проверьте себя: верны или нет следующие утверждения:

- в рыночной экономике больше товаров могут купить те, у кого больше денег;

- смешанная экономика развивается на основе как частных, так и государственных решений;

- в смешанной экономике существует и совершенная, и несовершенная конкуренция;

- несовершенный конкурент не может влиять на цены товаров, которые он покупает или продает;

цены на производственные ресурсы определяет способ производства товаров;

- вводя в оборот выражение «невидимая рука», английский экономист А.Смит имел в виду, что экономикой руководит государство, но общество этого не осознает;

- под «невидимой рукой» А.Смит подразумевал влияние групповых интересов на экономическое развитие;

- проблема «для кого производить» не может быть решена без государственного участия;

венных ресурсов;

- для увеличения запаса капитала может потребоваться временное снижение текущего потребления;

- важнейшая функция государства в рыночной экономике – создание свода законов, регулирующих поведение экономических субъектов;

- в современной рыночной экономике рабочие, несмотря на постоянный рост доходов, могут быть по-прежнему отчуждены от средств производства;

- политика, ориентированная на рост эффективности и равенство, легко достижима и не требует больших финансовых затрат;

- совпадение желаний на рынке означает, что два человека желают купить один и тот же товар или услугу;

- в конкурентной экономике отдельный продавец, сокращая производство и продажи товара, не в состоянии изменить его цену;

- в рыночной экономике вопрос о том, какие товары и услуги должны производиться, в конечном итоге решают потребители;

- в экономической модели кругооборота товаров (услуг) и ресурсов семейные хозяйства предъявляют спрос на ресурсы;

- если предприниматели учитывают все издержки, связанные с производством, в принципе достижимо эффективное распределение производст - специализация желательна даже при наличии существенных различий в индивидуальных способностях работников;

- бензозаправочная станция – это пример рынка;

 - А. Смит полагал, что поведение предпринимателей и потребителей определяется альтруистическими мотивами.

**Глава 2. Общие основы бизнеса и предпринимательской деятельности.**

*2.1. Три главных экономических вопроса и основные модели хозяйствования.*

Современная экономическая наука выделяет четыре модели экономических систем: традиционная экономика, командная экономика, чистый капитализм, смешанная экономика. Каждая из этих систем предполагает преобладание одного способа решения трех основных проблем общества: «Что?», «Как?» и «Для кого?» (производить) (см. схема 2. 1.).

Т р а д и ц и о н н а я с и с т е м а основана на обычаях, традициях, передающихся от поколения к поколению и служащих основой всех общественных отношений. Что, как и для кого производить, техника, технология, организация производства, обмен и распределение дохода определяются освященными временем обычаями и устоями.

Подобные системы отличаются очень большой устойчивостью по отношению к техническим и экономическим новшествам, которые присущи рыночному хозяйству, так как они вступают в противоречие с данными системами. Ограничение деятельности индивида, например, противоречит свободе выбора и свободе предпринимательства.

В современном мире к странам с традиционной экономикой относятся некоторые государства Азии, Африки, Океании.

|  |
| --- |
| Схема 2. 1. |
| Три основных вопроса экономики |
|  |

Основой к о м а н д н о й э к о н о м и к и является иерархия – организация, где основное средство воздействия на индивида – это отношения власти и подчинения, принуждение, давление, контроль вышестоящих звеньев над распределением материальных благ, ценами и т.д.

Практически все звенья производства, земля, банки, материальные ресурсы являются собственностью государства. Собственность других юридических лиц крайне ограничена, физические лица имеют право только на личную собственность. Решение вопроса «что», «как» и «для кого производить» является прерогативой государства. Государство имеет неограниченное право на принятие экономических решений. Основной функцией государства является управленческо - экономическая. Экономическое принуждение заменяется приказом, распределение продукта приходит на смену торговле. В таких условиях государственное регулирование экономики становится директивным централизованным планированием, что является объективной необходимостью. Согласование великого множества экономических интересов осуществляется громоздкой системой министерств и ведомств. Рынок вытесняется, ему отводится второстепенная роль.

Такие системы сильно подвержены воздействию субъективных факторов, таких, как: разногласия субъектов управления, волюнтаризм в принятии экономических решений, отмежевание от интересов общества в процессе выбора приоритетных направлений развития.

Ч и с т ы й к а п и т а л и з м, или свободный рынок представляет собой антипод командной экономике. Он характеризуется частной собственностью на средства производства.

Хозяйствующие субъекты в таких условиях являются полностью обособленными друг от друга. Роль государства очень ограничена. Она сводится в основном к созданию благоприятной для хозяйствующих субъектов экономико-правовой среды, как-то: установление определенных экспортно-импортных барьеров или льгот, налоговое законодательство, охрана собственности и т.п. Число участников конкуренции не ограничено, все они имеют небольшой капитал. В этих условиях небольшой капиталист не в состоянии оказать влияние на решения, принимаемые его конкурентами. Чистый капитализм предполагает полную самостоятельность при выборе сферы приложения капитала, свободу выбора партнера по обмену и условий обмена. Что, как и в каком количестве производить хозяйствующий субъект определяет самостоятельно, ориентируясь на цены. Цена на товар формируется под воздействием колебаний спроса и предложения. Никто, в том числе и государство, не в силах осуществлять контроль за ценами.

В настоящее время чистого капитализма уже не существует. Подобная модель экономической системы была характерна для стран Европы и Америки в первой половине ХIХ в. до появления крупных и крупнейших предприятий, которые уже могли оказывать влияние на состояние рынка.

С м е ш а н н у ю э к о н о м и к у иногда называют «регулируемый рынок» или «постиндустриальное общество». Эта система соединяет в себе некоторые черты чистого капитализма и командной экономики. Большинство стран в современном мире могут определить свою экономику как смешанную. Ее основные характерные черты:

1. одновременное существование как частной, так и государственной собственности на ресурсы. В каждом конкретном случае соотношения этих форм собственности различны;
2. в качестве координирующего механизма макроэкономических и микроэкономических процессов используется как система государственного регулирования, так и рынок.

2.2. Основные формы организации предпринимательской деятельности.

Экономическая история насчитывает множество типов, видов и конкретных форм организации предпринимательской детельности.

Большинство экономистов различают два вида собственности: частную и общественную. Коллективную собственность они не определяют как самостоятельный тип, так как у него нет собственных законов развития.

Частная собственность характеризует такой тип присвоения, при котором интересы индивида доминируют над интересами целого. Она имеет место в том случае, когда отдельные лица относятся к вещественным условиям и результатам производства как к лично своим. Этот тип присвоения выступает в двух видах: трудовой частной собственности и нетрудовой, которые по ряду существенных признаков являются противоположными.

Первый вид частной собственности имеют единоличные крестьяне, ремесленники и другие люди, которые в одном лице объединяют и собственника, и работника, живут своим трудом. Этим обеспечивается полная свобода труженика от каких-либо форм угнетения и порабощения и возникает глубокий материальный интерес в том, чтобы лучше работать для личного блага.

Второй вид частной собственности – основа обогащения за счет чужого труда. Когда основная масса средств производства попадает в руки немногих лиц, это означает отчуждение основной части общества от этих благ. Тогда возникает коренное имущественное неравенство: общество раскалывается на классы (общественные группы людей), одни из которых безраздельно присваивают средства производства, а другие лишены их.

Нетрудовая частная собственность имеет исторические формы: рабовладельческую, феодальную, буржуазную собственность.

Общественная собственность характеризует такой тип присвоения, при котором интересы реализуются через их оптимизацию на основе взаимного согласования. При таком типе присвоения персонификация субъ екта собственности размыта, распространяется на всех граждан, жителей страны, на народ. Но это вовсе не означает, что в общественной собственности личность вообще не фигурирует как субъект, каждый член общества хотя бы в какой-то минимальной, но определенной степени обладает правами собственника.

Общественная собственность выступает в следующих основных видах: государственной, региональной, муниципальной. Определим каждый из этих видов.

В роли субъекта государственной собственности выступает государство. Государственная собственность выступает, как правило, в виде федеральной собственности и собственности республик. Правом распоряжения государственной собственности обладают государственные органы власти.

К объектам государственной собственности относятся: имущество органов власти и управления, ресурсы континентального шельфа и морской экономической зоны, культурные и исторические ценности общегосударственного назначения, средства государственного бюджета, резервные и иные фонды государственного значения, государственные банки и др.

В роли субъектов региональной собственности выступают субъекты федераций и регионов (автономные территориальные образования, округа, края, области). Правом распоряжения региональной собственностью обладают региональные (территориальные) органы власти.

К объектам региональной собственности относятся: имущество органов власти и территориального управления, культурные и исторические ценности народов данного региона, средства регионального бюджета, региональные банки, различные фонды регионального значения, а также предприятия и производственные комплексы, высшие учебные заведения регионального значения, объекты социально-культурной сферы и иное имущество, обеспечивающее хозяйственную самостоятельность региона, его экономическое и социальное развитие.

Муниципальная собственность выступает в форме собственности района, города и входящих в них административно-территориальных образований.

Правом распоряжения муниципальной собственности обладают местные органы власти и самоуправления.

К объектам муниципальной собственности относятся: имущество местных органов власти и самоуправления, средства местного бюджета и внебюджетных фондов, жилищный фонд, нежилые помещения в домах жилищного фонда, объекты инженерной инфраструктуры (сооружения и сети водонапорно-канализационного хозяйства, теплоснабжения, электроснабжения, газоснабжения, городского транспорта, объекты внешнего благоустройства) и другие объекты, находящиеся на данной территории и осуществляющие коммунальное обслуживание потребителей, предприятия сельского хозяйства, торговли, бытового обслуживания, промышленные, строительные и другие предприятия, имущественные комплексы, учреждения –народного образования, культуры, здравоохранения и иное имущество, необходимое для экономического и социального развития и выполнения других задач, стоящих перед соответствующими административно-территориальными образованиями.

Промежуточное место между частной и общественной собственностью занимает коллективная или групповая собственность, которая как было показано выше, не является самостоятельным типом собственности.

Образование и развитие коллективной собственности связано с формированием такого типа присвоения, которое сочетает в себе черты и общего, и частного.

Рассмотрим основные виды коллективной собственности:

 1. Собственность арендного предприятия. Порядок и условия участия коллектива в управлении его делами и распределении прибыли определяются Законом об аренде. В собственности арендного предприятия находится произведенная продукция, полученные доходы и другое приобретенное за счет средств этого предприятия имущество.

 2. Собственность коллективного предприятия. Она возникает в случае перехода всего имущества государственного предприятия в собственность трудового коллектива, выкупа производственного имущества иными, предусмотренными законом способами. Имущество коллективного предприятия, включая произведенную продукцию и полученные доходы, является общим достояние его коллектива. В имуществе коллективного предприятия определяются вклады его работников. Размер вклада работника в прирост имущества определяется, исходя из его трудового участия в деятельности предприятия. На вклад работника начисляются и выплачиваются проценты в размере, зависящем от результатов хозяйственной деятельности предприятия. При ликвидации коллективного предприятия стоимость вклада выплачивается работникам из имущества, оставшегося после расчетов с бюджетом, банками и другими кредиторами предприятия.

 3. Собственность кооператива. Имущество кооператива образуется за счет денежных и других имущественных взносов его членов, произведенной им продукции, доходов, полученных от ее реализации, и иной деятельности, предусмотренной уставом кооператива. При ликвидации кооператива, имущество, оставшееся после расчетов с бюджетом, банками и другими кредиторами, распределяется между членами кооператива.

 4. Собственность хозяйственного общества и товарищества. Она образуется за счет вкладов участников, являющихся юридическими лицами, имущества, полученного в результате хозяйственной деятельности и приобретенного ими по иным основаниям, допускаемым законом. В состав вклада могут входить основные и оборотные фонды, денежные средства и ценные бумаги, а также права пользования имуществом.

 5. Собственность акционерного общества. Акционерное общество является собственником имущества, созданного за счет продажи акций, а также полученного в результате его хозяйственной деятельности и приобретенного им по иным основаниям, допускаемым законом. Держателями акций могут быть предприятия, учреждения, организации, государственные органы, а также работники данного предприятия и другие граждане.

 6. Собственность хозяйственных ассоциаций (объединений). Хозяйственная ассоциация (в том числе концерн, отраслевое, межотраслевое и региональное объединение) обладает правом собственности на имущество, добровольно переданное ей предприятиями и организациями, а также полученное в результате ее хозяйственной деятельности. Хозяйственная ассоциация не имеет права собственности на имущество входящих в нее предприятий и организаций. Имущество, оставшееся после прекращения деятельности, распределяется между входящими в нее предприятиями.

 7. Собственность общественных организаций и фондов. Общественные организации, в том числе благотворительные и другие общественные фонды могут иметь в собственности здания, сооружения, жилищный фонд, оборудование, инвентарь, имущество культурно-просветительного и оздоровительного назначения, денежные средства, акции, другие ценные бумаги и иное имущество, необходимое для материального обеспечения деятельности, предусмотренной их уставами (положениями). В собственности общественных организаций (фондов) могут также находиться предприятия, создаваемые в соответствии с целями, указанными в их уставах (положениях), за счет средств этих организаций (фондов). Имущество, оставшееся после ликвидации общественной организации (фонда), направляется на цели, предусмотренные ее уставом (положением).

8. Собственность религиозных организаций. В собственности религиозных организаций могут находиться здания, предметы культа, объекты производственного, социального и благотворительного назначения, денежные средства и иное имущество, необходимое для обеспечения их деятельности. Религиозные организации имеют право собственности на имущество, приобретенное и созданное ими за счет собственных средств, пожертвованное гражданами, организациями или переданное государством и приобретенное по другим основаниям, предусмотренным законом.

2.3. Достоинства и недостатки некоторых организационно правовых форм предпринимательской деятельности.

Схема 2.2.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Формы предпринимательства | Достоинства | Недостатки |
| 1.Единоличные хозяйства2.Товарищества (общества)3. Акционерные общества | Полная самостоятельность, свобода и оперативностьМаксимальный интерес в получении доходаКонфиденциальность деятельностиФинансовая силаСвобода и оперативность действийКоллективное управлениеВозможность широкого привлечения дополнительного капиталаПрофессиональное управлениеОграниченная ответственность акционеров | Трудности привлечения больших капиталовНеопределенность сроков деятельностиНеограниченная ответственность за убыткиНеобходимость совмещения всех управленческих специальностейНепостоянство и зависимость партнеров друг от другаСтрогий контроль за деятельностью обществаГромоздкость управления и низкая оперативность действийСклонность к монополизации деятельности |

###

###  Основные категории и понятия

Фундаментальные экономические проблемы общества; формы общественного производства; натуральное хозяйство; товарное производство; модели экономических систем; традиционная система; командно-административная система; смешанная экономика; основные формы предпринимательской деятельности; частная и общественная собственность; коллективная собственность; трудовая и нетрудовая собственность; государственная, республиканская и муниципальная собственность; собственность граждан; организационно-правовые формы предприятий; государственные и муниципальные предприятия (единоличное владение); общества с неограниченной и ограниченной ответственностью; акционерные общества; кооперативы; малые предприятия; совместные предприятия; арендные предприятия.

###  Вопросы для контроля

1. В чем состоит смысл трех основных экономических проблем, стоящих перед обществом?
2. Почему натуральное хозяйство является очень консервативным и не склонным к самосовершенствованию?
3. Какие вы знаете модели экономических систем?
4. Как в каждой системе решаются основные экономические проблемы?
5. Раскройте содержание понятий «собственность» и «право собственности».
6. Сопоставьте преимущества и недостатки частных, общественных и смешанных форм предпринимательской деятельности.
7. Определите основные типы и виды собственности и формы предпринимательской деятельности.
8. С какими формами собственности связано благополучие ваше и вашей семьи?
9. Проверьте себя: верны или нет следующие утверждения:

 - вопросы "что, как и для кого производить" в рыночной системе решаются с помощью ценового механизма;

 - высокий уровень инвестиций приводит к росту производительности труда и стимулирует создание новых продуктов и технологий;

 - частная собственность во всех случаях более эффективна в экономическом и социальном отношении по сравнению с государственной собственностью;

 - государственная собственность обеспечивает больший экономический и социальный эффект по сравнению с частной собственностью;

 - можно ли считать приватизацией:

 а) покупку акций акционерного общества, контрольный пакет которого принадлежит государству;

 б) продажу государственного имущества товариществу, кооперативу;

 в) аренду государственного имущества частными лицами;

 г) продажу государственного имущества акционерному обществу;

 - можно ли рассматривать Д. Менделеева не только как великого химика, но и как экономиста, если известно, что он долгое время возглавлял российский Комитет мер и весов?

**Глава 3. Спрос и предложение в бизнесе.**

*3.1. Понятие спроса.*

Спрос характеризует количество товаров и услуг, которое пожелают и могут приобрести покупатели для удовлетворения своих потребностей.

Спрос – это понятие, которое связывает покупаемые блага с теми затратами («жертвами»), которые приходится делать для приобретения этих благ.

Явление, о котором мы говорим, настолько фундаментально, что экономисты возводят его в ранг закона: закона спроса. Сущность этого закона состоит в том, что при всех прочих равных факторах покупатель склонен приобретать больше товара, если цена его низка и меньше, если она высока.

На спрос кроме цены воздействуют и другие (неценовые) факторы (детерминанты спроса):

- доход потребителя;

- вкусы потребителей;

- мода;

- сезонность или климатические условия;

- цена на товары-заменители;

- число покупателей;

- ожидания.

Если мы будем рассматривать проблему с точки зрения единственного покупателя, то речь пойдет об индивидуальном спросе. Но конкуренция предполагает значительное число потребителей на рынке. Поэтому в экономическом анализе используется характеристика рыночного спроса, который определяется посредством суммирования величин спроса, предъявляемых каждым покупателем при разных возможных ценах.

*3.2. Понятие предложения.*

После характеристики спроса мы можем перейти к характеристике предложения.

Предложение – это количество продукции, которое товаропроизводители хотят и могут продать по разным ценам и в определенный период.

На предложение воздействует не только цена, но и другие (неценовые) факторы (детерминанты предложения):

- цена на факторы производства и издержки производства;

- технология производства;

- количество товаропроизводителей;

- налоги и субсидии;

- цены на другие взаимосвязанные товары;

- ожидания.

3.3. Рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения.

Решения о покупке продукта и его продаже определяют цену продукта и количество, которое реально продается и покупается на рынке.

Равновесная цена – это цена, устанавливаемая на том уровне, на котором решения продавцов о предложении и покупателей о спросе совпадают. Это цена, к которой постоянно стремятся рыночные цены, она изменяется с изменением конъюнктуры на рынке.

При любой цене, превышающей равновесную, величина предложения окажется больше величины спроса. Появится избыток, который вызовет конкурентное сбивание цены продавцами, стремящимися избавиться от своего излишка. Падение цены сократит предложение.

Любая цена ниже равновесной влечет за собой возникновение дефицита – нехватки продукта, т.е. при этом величина спроса превысит величину предложения. Покупатели согласны сделать некоторую надбавку к цене, чтобы приобрести товар, значит цена будет повышаться, стремясь к равновесному уровню. Такое повышение цены заставит увеличиваться и предложение.

Способность конкурентных сил предложения и спроса устанавливать цены на уровне, на котором решения о продаже и покупке совпадают, называется уравновешивающей функцией цены. Если бы эти конкретные цены автоматически не согласовывали друг с другом решения о спросе и предложении, понадобилась бы какая-то форма административного контроля со стороны правительства, чтобы устранять те избытки или нехватки, которые могли бы возникать.

Каким же образом изменение спроса и предложения влияют на равновесную цену?

Увеличение спроса влечет за собой повышение равновесной цены и увеличение количества продукции.

Уменьшение спроса приводит к снижению равновесной цены и сокращению количества продукции.

Увеличение предложения вызывает понижение равновесной цены и увеличение количества продукции.

Уменьшение предложения ведет к повышению равновесной цены и снижению количества продукции.

Может возникнуть множество более сложных случаев при изменении и предложения, и спроса. Возможны случаи, когда предложение и спрос изменяются в противоположных направлениях.

Если происходит увеличение предложения, но снижение спроса, тогда совмещаются два эффекта снижения цены, причем в конечном счете снижение цены окажется большим, чем если бы оно явилось результатом каждого из этих факторов, взятого в отдельности. А как обстоит дело с равновесным количеством продукта? Здесь последствия изменений предложения и спроса разнонаправлены: увеличение предложения ведет к увеличению количества продукта, а снижение спроса – к снижению количества продукта.

Следующий возможный вариант – это когда предложение сокращается, а спрос вырастает. Здесь совмещаются два эффекта повышения цены. Можно предвидеть, что увеличение равновесной цены окажется большим, чем если бы оно было вызвано любым из этих факторов в отдельности. Воздействие на количество продукта в данном случае разнонаправлено и зависит от относительных параметров изменений спроса и предложения. Если уменьшение предложения относительно больше, чем увеличение спроса, количество продукта окажется меньше, чем оно было первоначально. Если же сокращение предложения относительно меньше, чем повышение спроса, количество продукта в результате этих изменений возрастет.

А что происходит, когда предложение и спрос изменяются в одном и том же направлении? Предположим сначала, что и предложение, и спрос увеличиваются. Здесь следует сравнить два противоположных влияния на цену – эффект понижения цены в результате роста предложения и эффект повышения цены в результате увеличения спроса. Если масштабы увеличения предложения больше масштабов увеличения спроса, в конечном счете равновесная цена снизится. Если произойдет противоположное, равновесная цена повысится. Воздействие на количество продукта однозначно: увеличение и спроса, и предложения ведет к увеличению количества продукта. Это означает, что количество продукта возрастет на большую величину, чем величина изменения под влиянием каждого из факторов, взятых отдельно.

Уменьшение предложения и спроса одновременно можно подвергнуть такому же анализу. Когда масштабы уменьшения предложения больше масштабов сокращения спроса, равновесная цена возрастает. Когда ситуация противоположная, равновесная цена снижается. Поскольку одновременное уменьшение предложения и спроса оказывает понижающее воздействие на количество продукта, можно с уверенностью ожидать, что количество продукта окажется меньше, чем оно было вначале.

Могут возникать особые случаи, когда уменьшение спроса и уменьшение предложения, с одной стороны, и увеличение спроса и увеличение предложения – с другой, полностью нейтрализуют друг друга. В обоих этих случаях конечное воздействие на равновесную цену оказывается нулевым, т.е. цена не изменяется.

Законы спроса и предложения отражают направление изменений цен и количества продукции в зависимости от изменений в спросе и предложении. Но важно не только зафиксировать эти изменения, но и знать, на какую величину они происходят. Определить это поможет понятие эластичности.

Эластичность в широком смысле – это мера реагирования одной переменной величины на изменение другой. Это число, которое показывает процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной.

Определяют эластичность спроса и эластичность предложения. Эластичность спроса различают по цене и доходу.

Эластичность спроса по цене показывает степень воздействия изменения цены на изменение количества продукции, на которую представлен спрос. Иными словами – это чувствительность спроса на изменение цены. Ее определяют как отношение процентного изменения в количестве продукции, на которую предъявлен спрос, к процентному изменению в цене.

Эластичным называется спрос, когда он претерпевает существенные изменения при незначительном изменении цены.

На эластичность спроса по цене влияет ряд факторов:

- наличие товаров-заменителей или конкурентов;

- незаметное для потребителей изменение цены;

- консерватизм покупателей во вкусах.

Эластичность спроса по доходу представляет собой процентное изменений количества продукции, на которую предъявляется спрос, в результате однопроцентного роста дохода.

На эластичность спроса по доходу влияют следующие факторы:

- значимость того или иного товара для бюджета семьи;

- отнесение данного товара к предметам роскоши или к товарам первой необходимости;

- консерватизм спроса.

Возникают такие случаи, когда спрос на один товар зависит от изменения спроса на другой товар. Например, при повышении цен на бензин падает спрос на автомобили с большим расходом горючего. Такая зависимость называется перекрестной эластичностью спроса. Она означает процент изменения количества товара А, на который предъявляется спрос, при однопроцентном изменении цены на другой товар (В).

Эластичность предложения характеризует чувствительность предложения на изменение цены товара. Эластичность предложения определяется как процентное изменение предлагаемого количества товара в результате однопроцентного изменения цены.

Эластичность предложения зависит от следующих факторов:

- способность товара к длительному хранению и стоимость хранения;

- особенности процесса производства данного товара;

- временной фактор.

### Основные категории и понятия

Спрос; предложение; кривая спроса; кривая предложения; детерминанты спроса; детерминанты предложения; цена равновесия; эластичность спроса; эластичность предложения; эластичный спрос; неэластичный спрос; совершенно эластичный спрос; совершенно неэластичный спрос; единичная эластичность; коэффициенты эластичности; перекрестная эластичность.

### Вопросы для самоконтроля

1. Объясните закон спроса.
2. Какая из следующих позиций означает изменение спроса, а какая - изменение величины спроса:
* потребительские доходы увеличиваются, в результате растет сбыт ювелирных изделий;
* парикмахер увеличил цену за стрижку волос, а число его клиентов сократилось;
* цена на автомобиль «Жигули» возросла и следствием этого оказалось увеличение объема продаж автомобиля «Москвич».
1. Объясните закон предложения.
2. Какая из следующих позиций означает изменение в предложении, а какая – изменение величины предложения:
* в результате снижения издержек производства производители продают больше автомобилей;
* вследствие снижения на розничных рынках цены на апельсины их поставки на рынки сокращаются;
* федеральное правительство увеличивает акцизный налог на спиртные напитки.
1. Определите понятия эластичности спроса по цене и по доходу.
2. Определите понятие эластичности предложения.

7. Маленький мальчик хнычет у прилавка: «Мама, купи банан!». Мама отвечает: «Пойдем, у меня нет денег». Является ли желание ребенка иметь банан выражением рыночного спроса?

 8. На своем приусадебном хозяйстве Вы вырастили 80 кг. картофеля и поместили его в погреб для потребления Вашей семьей в течение зимы. Как этот урожай отразится на объеме рыночного предложения картофеля?

9. Предположим, что спрос на товар представлен в виде уравнения P=10 - 0,2Qd, а предложение – уравнением P=10 + 0,2Qs, где Qd и Qs – величины соответственно спроса и предложения, а Р – цена. Используя условие равновесия Qd = Qs, дайте решение этих уравнений и определите равновесную цену. Затем определите равновесное количество. В подтверждение Ваших ответов дайте графическое изображений двух уравнений.

10. При заданном предложении как скажется каждая из следующих позиций на спрос на продукт В, на равновесную цену на него и на равновесное количество продукта В?

а) Продукт В становится модным.

б) Цена на продукт С, полноценный заменитель продукта В, снижается.

в) Потребители ожидают снижения доходов.

г) Происходит быстрый рост численности населения.

11. При заданном спросе как повлияет каждая из приводимых ниже позиций на предложение, на равновесную цену и на равновесное количество продукта В?

а) Технический прогресс в производстве продукта В.

б) Сокращение количества фирм в отрасли В.

в) Повышение цен на ресурсы, требующиеся для производства продукта В.

г) Ожидание того, что равновесная цена продукта А - товара, производство которого требует в большей степени такой же технологии и таких же ресурсов, каких требует производство продукта В.

е) Обложение продукта В налогом на его продажу.

ж) Предоставление для каждой единицы продукта В дотации в размере 50% стоимости его производства.

12. Каковы основные факторы, влияющие на эластичность спроса? Опираясь на эти факторы, порассуждайте об эластичности или неэластичности спроса на следующие продукты: а) масло; б) апельсины; в) сигареты; г) бензин; д) соль; е) автомобили; ж) билеты на футбольные матчи; з) браслеты с бриллиантами; и) сигареты «Ява».

13. Проверьте себя: верны или неверны следующие утверждения:

- коэффициент ценовой эластичности спроса определяется путем деления изменения величины спроса на товар (в %) на изменение цены (в %);

- если при изменении цены на 1% объем спроса изменяется на 5%, то спрос в этом случае является неэластичным.

- если при сокращении цены на учебники с 10 долл. до 5 долл. объем продаж не изменится, то спрос на учебники является абсолютно неэластичным.

- чем меньше заменителей имеет продукт, тем более эластичен спрос на него.

- кривая абсолютно неэластичного спроса представляет собой вертикальную линию.

- если коэффициент ценовой эластичности спроса на товар равен 0,75, то такой спрос является эластичным.

- положительное значение коэффициента перекрестной эластичности двух товаров означает, что эти товары являются взаимозаменяемыми.

- объем продажи товаров первой необходимости резко возрастает, если их цены снижаются.

- эластичность спроса по доходу на золотые часы высокая.

- если доходы покупателей вырастут, то потребление хлеба увеличится.

**Заключение**

Понимание и знание содержания основных экономических категорий, терминов, принципов и законов, которые излагаются в курсе «Основы бизнеса (для малого предпринимательства)», умение пользоваться инструментарием экономического анализа, проверяется решением задач, выполнением упражнений и тестов.

Помните, что теория не учит практике. Практике учит сама жизнь. Однако теория помогает эффективному освоению практики, учит самостоятельно мыслить, понимать объективную взаимосвязь экономических явлений и процессов, находить решение самых сложных экономических проблем.

**Список литературы**

Байе М. Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса. – М., 1999.

Борисов Е.Ф. Экономическая теория. Учебник. – М., 2001.

Гребнев Л., Нуреев Р. Экономика. Курс основ – М., 2000.

Грегори Мэнкью Н. Принципы микроэкономики. – С. – Пб., 2003.

Грегори Мэнкью Н. Принципы макроэкономики. – С. – Пб., 2003.

Доллан Э., Линдсей Д. Рынок. Микроэкономическая модель. – С.-Пб., 1992.

 Курс экономической теории. Под общей редакцией Чепурина М.Н., Киселевой Е.А. – Киров, 2000.

Макконнелл К., Брю С. Экономикс. – М. 2000; Микро- и макроэкономика.

Нуреев Р.М. Курс микроэкономики. Учебник для вузов. – М., 2001.

Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика. – М., 1998.

Хейне П. Экономический образ мышления. – М., 2002.

**Содержание**

Введение

Глава 1. Рыночная экономика – основа бизнеса

* 1. Понятие рыночной экономики. Субьекты бизнеса
	2. Основные функции рыночной экономики
	3. Структура бизнеса
	4. Социально – экономические последствия ведения предпри-

 нимательской деятельности

Глава 2. Общие основы бизнеса и предпринимательской деятельности

 2.1. Три главных экономических вопроса и основные модели

хозяйствования

2.2. Основные формы организации предпринимательской деятель-

ности

2.3. Достоинства и недостатки некоторых организационно – пра-

вовых форм предпринимательской деятельности

Глава 3. Спрос и предложение в бизнесе

3.1. Понятие спроса

3.2. Понятие предложения

3.3. Рыночное равновесие

Заключение

Список литературы

Содержание