**Сущность и виды коммерческой деятельности**

Коммерческой деятельностью - открытая хозяйственная деятельность, которую от своего имени осуществляет коммерсант с целью получения прибыли. «хозяйственная деятельность» – любая систематическая самостоятельная деятельность за вознаграждение; а «коммерсант» – записанное в коммерческий регистр физическое лицо (индивидуальный коммерсант) или коммерческое общество (персональное общество или общество с капиталом). Коммерческая деятельность – более узкое понятие, это подвид хозяйственной. Не каждую хоздеятельность нужно регистрировать в коммерческом регистре. Например индивидуальная, сельскохозяйственная, профессиональная деятельность в определенных случаях не регулируются Коммерческим Законом.

Виды коммерческой деятельности, которые не запрещены законом.– индивидуальный коммерсант (физическое лицо), общества с капиталом (ООО и АО), персональные общества (полные и коммандитные). Отдельные виды коммерческой деятельности, имеют право осуществлять только коммерсанты определенного вида. Например, банки и страховые общества могут быть в только в форме акционерного общества

При решении вопроса о форме– риск личной ответственности владельцев фирмы, сложность процедуры регистрации фирмы и ее стоимость, простота и гибкость в управлении фирмой, различия в налогообложении.

Физическое лицо обязано заявить себя к записи в коммерческий регистр в качестве индивидуального коммерсанта, если годовой оборот от осуществляемой хозяйственной деятельности превышает 200 000 латов или лицо оборудовало постоянное место оказания услуг или продажи товаров; трудоустраивает одновременно более пяти работников. Если эти показатели не превышены, то физическое лицо имеет право свободно решить, регистрироваться индивидуальным коммерсантом или нет. Без регистрации деятельность осуществляется на основании разрешения самоуправления или путем регистрации индивидуального предприятия в Регистре предприятий.

Главный аргумент в пользу регистрации индивидуальным коммерсантом – налоговые преимущества- выбирает налог– подоходный с населения (ПНН) или подоходный с предприятий (ПНП). В 2002 году ПНП составляет 22%, тогда как ПНН 25%. В 2003 году ПНП будет 19%, а с 2004 года только 15%. ПНН при этом так и останется на уровне 25%. Это существенная разница. Физическое лицо, осуществляющее хозяйственную деятельность без регистрации в коммерческом регистре, не имеет такого права выбора и платит ПНН (25%). Индивидуальный коммерсант не образует уставной капитал. Он несет ответственность по обязательствам фирмы всем своим имуществом. Процедура регистрации индивидуального коммерсанта наиболее простая в сравнении с остальными видами коммерсантов.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО).Самый распространенный вид коммерсантов. ООО - это общество с капиталом. Минимальный уставный капитал 2000 латов. ООО может учредить и одно лицо (физическое или юридическое), а максимальное количество участников не ограничено.Ответственность участников ограничена величиной вклада в уставной капитал. Можно предусмотреть, что отдельные участники несут полную ответственность всем своим имуществом.

Акционерное общество. Акционерное общество – это второй вид общества с капиталом, и во многом его деятельность схожа с деятельностью ООО. Участником АО может быть одно или несколько физических и юридических лиц. Личная ответственность акционеров по обязательствам АО ограничена размером вклада в уставной капитал. Так же как и для ООО можно предусмотреть, что отдельные акционеры несут полную ответственность всем своим имуществом. АО является открытым обществом и его акции могут быть доступны в публичной продаже. Можно предусмотреть, что все акции дают равные права их обладателям (дивиденды, право голоса и др.), или выпустить акции разных категорий с различными правами их владельцам. АО имеет право выпускать и облигации также. АО кроме правления (не менее трех физических лиц, как минимум половина из которых постоянные жители Латвии) обязательно должно избрать совет, который контролирует деятельность правления. Количество членов совета от трех (пяти для АО, акции которого в публичном обращении) до двадцати.

АО – наиболее сложная в управлении форма компании. И рекомендовать ее можно тем коммерсантам, которые желают использовать возможность открытого обращения акций и возможности детальнее регулировать права акционеров при помощи различного вида акций.

Кроме того, законодательство предусматривает, что отдельные виды коммерческой деятельности можно вести только в форме АО (банки, страховые компании, пенсионные фонды, общества вложений).

Налогообложение АО точно такое же, как для ООО.

Персональные общества. Персональные общества бывают двух видов – полные и коммандитные. Основная разница - ответственность членов полного общества в отношении кредиторов не ограничена, т.е. все члены несут ответственность всем своим имуществом. В коммандитном обществе кроме членов с полной ответственностью (комплементариев) могут быть члены, ответственность которых ограничена только суммой их вклада. действует на основе договора между участниками. могут объединиться два и более лиц (физических и юридических). не является самостоятельным плательщиком подоходного налога. Члены общества платят подоходный налог с населения или предприятий со своей части полученного обществом дохода.

**Формы партнерских отношений на рынке**

**Партнер** – участник какой-либо совместной д-ти, главным образом предпринимательской. **Контрагент** – сторона договора в гражданских правоотношениях. В качестве контрагента можно рассматривать любого субъекта гражданского права, имеющего те или иные отношения с исходным предприятием. Главной движущей силой поиска партнера становится неудовлетворенная потребность. Ищется контрагент, обладающий определенными хар-ками. Наличие субъекта, от которого можно получить искомую ценность, можно определить как наиболее существенное условие для возникновения сотрудничества. При отсутствии данного условия сотрудничество не возникает, так как нет предпосылок для кооперации. Вторая составляющая поиска – представление о партнере. Именно от адекватности этого представления зависит успех партнерства. Партнерство в бизнесе между субъектами рыночной экономики (межфирменное партнерство или взаимоотношения предприятия с различными контрагентами). Партнерские связи в сфере бизнеса выступают не только важным составным элементом предпринимательских действий, но и необходимым условием договорных отношений между контрагентами, давая возможность каждому из них получить определенный уровень прибыли за счет обмена результатами деятельности. Стратегический партнер, производственный, финансовый, инвестиционный и т.п. партнеры, а также партнерство как форма организации бизнеса. Партнерство в бизнесе можно определить как вид экономич. отношений, основанных на совместных действиях и усилиях сторон, объединенных общим интересом (выгодой для обеих сторон), направленных на достижение конкретных целей, которые хорошо понимаются участниками таких отношений. Это совокупность способов и форм целенаправленной организации взаимоотношений сторон для достижения общих целей. Партнерские связи обеспечивают фирмам доступ к более разнообразным ресурсам, чем могла бы иметь или приобрести фирма в отдельности. В этой связи, целью современных межфирменных отношений всегда является получение необходимого доступа к каким-либо ресурсам (материально-техническим ресурсам, готовой продукции, финансовой среды), рынкам, технологиям или каналам распределения.

**Основные объекты хозяйственных связей**

Хозсвязи между поставщиками и покупателями товаров – экономические, организационные, коммерческие, администрационно-правовые, финансовые и другие отношения, складывающиеся в процессе поставки товаров. **Система хозяйственных связей** включает участие торговых организаций в разработке планов производства товаров посредством представления заявок и заказов; составление договоров; контроль за соблюдением договорных обязательств; применение экономических санкций; участие в работе товарных бирж и оптовых ярмарок; установление оптимальных финансовых взаимоотношений; применение административно-правовых норм и др.В условиях рыночной экономики осуществляется самостоятельное установление взаимоотношений между партнерами по договору на базе норм гражданского законодательства.

Хозяйственная связь является выражением объективной необходимости обмена, обусловленной общественным разделением труда. Это совокупность организационных, экономических и правовых взаимоотношений сторон по поводу обмена товаров, выполнения работ и/или оказания услуг. Классификация:- по масштабам: региональные, межрегиональные, республиканские, государственные, межгосударственные, межконтинентальные

- по времени действия: краткосрочные (до года) среднесрочные (1-3 года)долгосрочные

- по степени участия посредников: прямые (без посредников) опосредованные (косвенные) – транзитные и складские

- по форме поставки продукции

- по отраслевой принадлежности: межотраслевые, внутриотраслевые

- по передаваемым правомочиям собственника: полностью, передаются только отдельные правомочия. Могут передаваться полномочия - владеть (передача чего-то в залог, при осуществлении перевозки Вашего груза, договор временного хранения, складские услуги). - пользоваться- владения и пользования (аренда, прокат)- распоряжения (доверенность, торговые агенты)- владения и распоряжения (комиссионные магазины)

**Товародвижение и его роль в передаче прав собст-сти**

Товародвижение осуществляется через: прямые каналы: производитель - потребитель; и косвенные: производитель - посредник - потребитель. **Форма товародвижения** - организационный прием, представляющий собой разновидность способов продвижения товаров от производителя в места продажи или потребления. **Складская форма товародвижения** - форма товародвижения от производителя в места продажи или потребления через одно или несколько складских звеньев посредников. **Транзитная форма товародвижения** - форма товародвижения от производителя непосредственно в места продажи или потребления, минуя склады посредников. Товародвижение — это планирование, осуществление и контроль физического перемещения товаров от мест их происхождения к местам использования. Основные издержки товародвижения складываются из расходов по транспортировке, складированию товаров, поддержанию товарно-материальных запасов, получению, отгрузке, упаковке товаров, из административных расходов и расходов по обработке заказов.

**Цели товародвижения** - это доставка нужных товаров в нужные места в нужное время с минимально возможными издержками. Цель противоречива. Поддержание больших товарно-материальных запасов, безупречная система транспортировки и многочисленность складов приводит к росту издержек. **Звенность товародвижения** - количество складских звеньев, через которые проходит товар при его продвижении от производ. к потребителю как на основе перехода прав собственности на товар, так и без него. **Канал распределения (дистрибуции, товародвижения) -** совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передавать третьим лицам право собственности на конкретный товар или услугу при их движения от производ. к потребителю. *Товародвижение* — это деятельность, связанная с планированием и осуществлением мероприятий по изменению статуса товара в экономической сфере и перемещению его в географическом пространстве. Первое представляет собой передачу прав собственности на товар от одного владельца к другому, а второе — транспортировку продукции (груза) от места ее изготовления к месту конечного потребления. Под ***каналом распределения*** понимается путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю с учетом пространства и времени. Любой канал характеризуется наличием следующих потоков: физических продуктов, собственности на них, финансов, информации. В каналах сферы услуг циркулируют нематериальные продукты (услуги, идеи, знания). В систему товародвижения входят элементы как внутренней, так и внешней среды. К элементам внутренней среды относятся: обработка и оформление заказов покупателей, контроль изделий, отправляемых в качестве запасных частей; подбор оптимальных партий товаров с позиций заказов покупателей и использования транспортных средств; упаковка товаров в соответствии с требованиями транспортировки; оформление таможенных документов и страховок; отгрузка и контроль за движением грузов. К элементам внешней среды относятся: фирмы, обеспечивающие перевозку; посредники и их склады; сбытовая сеть (магазины).*Прямые каналы товародвижения* (или *прямой маркетинг*) предполагают перемещение товаров непосредственно от производителя к потребителю, минуя независимых посредников. *Косвенные каналы товародвижения* (или *косвенный маркетинг*) связаны с использованием независимых посредников, к которым товар перемещается от производителя, и которые затем реализуют его потребителям. Факторы влияющие на процесс: **Производственные:** размещение пр-ва, специализация пр-ва приводит к необходимости прохождения тов.ч/з одно или более звеньев опт. торговли - сезонный хар-р пр-ва некот. тов. приводит к существенному изменению ассортимента на протяжении года что вызывает необходимость внесения коррективов и создание опт. баз для накопления сезонных товаров. **Транспортные:** состояние транспортных путей сообщения, наличие видов тр-та (для спец грузов) сезонный хар-р использования отдельных видов транспорта вынуждает использования нерационалные его виды. **Социальные:** разделение населения на уровень ден. доходов. **Торговые:** Размеры, специализация, размещение магазинов степень сложности ассортимента, товаров,

**Основные этапы орг-ции хоз-ых связей**

Хозяйственная связь является выражением объективной необходимости обмена, обусловленной общественным разделением труда. Это совокупность организационных, экономических и правовых взаимоотношений сторон по поводу обмена товаров, выполнения работ и/или оказания услуг. **Классификация:**по масштабам: (региональные, межрегиональные, республиканские, государственные, межгосударственные, межконтинентальные

- по времени действия: (краткосрочные (до года), среднесрочные (1-3 года), долгосрочные. по степени участия посредников: прямые (без посредников), опосредованные (косвенные) – транзитные и складские. По форме поставки продукции по отраслевой принадлежности:

Межотраслевые, внутриотраслевые. По передаваемым правомочиям собственника: полностью передаются только отдельные правомочия Какие именно правомочия могут передаваться: владеть (передача чего-то в залог, при осуществлении перевозки Вашего груза, договор временного хранения, складские услуги). Пользоваться. владения и пользования (аренда, прокат). Распоряжения (доверенность, торговые агенты). Владения и распоряжения (комиссионные магазины). Поиск партнеров (субъектов) по хозяйственным связям. Поставщик – получатель. Целенаправленная реклама, рассылки, участие в выставках, ярмарках, обращение к посредникам, конкурсы, торги, аукционы, предложения о сотрудничестве, устные предложения, звонки, встречи. **Оферта –** все значимые параметры договора. **Акцепт –** соглашение на оферту. Переговоры, соглашения субъектов об условиях будущих договоров само подписание. Представляет собой совершение сделки, прием регламентирующих отношений, т.е. установление прав, обязанностей поставщика, получателя на основе использованных нормативно-правовых актов, устанавливающих форму и определенный порядок сделки. Таможенный кодекс, гражданский кодекс РФ, федеральные законы. ***Принципы исполнения обязательств:***

Принцип надлежащего исполнения договора, принцип реального исполнения договора (причем всегда существует уплата неустоек за иное ненадлежащее исполнение обязательств и возмещение убытков, причиненных этими нарушениями). Принцип взаимного содействия (оказание одним субъектом хозяйственной связи всевозможной поддержки другому в исполнении обязательств). Принцип экономичности (при заключении договора должны учитываться экономические интересы всех участников и приниматься необходимые меры в предотвращении ущерба).

Выполнение обязательств, передача договорных условий в натуре. Выполнение этого этапа обусловлено условиями договора. Условия доставки, как должен осуществляться процесс передачи материальных ценностей (по количеству, качеству).контроль за передачей, установление количественных, качественных характеристик, сроки условия соблюдены → условия не соблюдены. Применение мер экономической ответственности за несоблюдение мер передачи. Презумпция виновности. Меры: возмещение убытков (и неполученного дохода). Взыскание неустойки. Потеря задатка (залог). Обращение к обязательствам других юридических лиц (поручителей, гарантов).5. → Расчеты за преданные товары, материальные ценности, оказанные услуги и т.д. Цель этапа – реализация принципа возмездности в форме денежного возмещения. Должны соблюдаться требования законодательства по формам расчета, безналичной форме. Существуют ограничения на расчет в наличной форме. Не соблюдены условия

**Характеристика посреднических услуг**

***Функции торговых посредников:*** Предоставление услуги для потребителей (место и время), для производителей (приобретение в удобное время в удобном месте). Сокращение контактов производителей по продаже своей продукции (один клиент).Создают торговый ассортимент (торговое предложение), превращение производственного ассортимента в торговый.Сокращение затрат на закупки (чем больше объем, тем меньше цена). Поддерживают маркетинговые стратегии производителей на местах продаж (рекламные кампании, стимулирование сбыта). Финансовая поддержка как производителей (предоплата), так и потребителей (скидки и кредитование). Предоставление квалифицированного торгового персонала для реализации. Оказание дополнительных услуг и материально-технического обеспечения продвижения товара на различные рынки (транспортировка, хранение). Функция возврата товара и послепродажного обслуживания (гарантия, ремонт). Торговля принимает на себя риски гибели, порчи, морального устаревания, некачественного товара. Развитию оптовой торговли и повышению ее значимости способствуют следующие общемировые экономические тенденции: глобализация (производство там, где это выгодно, а потребление по всему миру). Усиливающаяся все более узкая специализация предприятий (аутсорсинг). Необходимость приспосабливать товары к нуждам потребителей. **Виды посредников:** Простые - торговые фирмы, лица и организации, способствующие заключению договоров, но сами не участвующие в их выполнении. (Брокеры или брокерские фирмы). Поверенные- фирмы, лица или организации, которые привлекаются продавцами или покупателями (доверителями) к совершению сделок от имени и за счет доверителей. Комиссионеры - фирмы, лица и организации, которые подыскивают партнеров и подписывают договоры купли-продажи от своего имени, но за счет продавцов или покупателей (комитентов), которые и несут коммерческий риск. Консигнаторы - разновидность комиссионеров, работающих на определенных условиях, в частности они принимают товары на свой склад; реализуют их на рынках в течение длительного срока; непроданные товары могут возвращать производителю. Агенты - юридические (фирмы, организации) или физические лица, совершающие определенные операции по поручению другого лица (принципала) за его счет и от его имени, а также обеспечивающие подготовку сделок, но обычно без права подписания договора. Сбытовые - независимые торговые фирмы, занимающиеся сбытом товаров. (Купцы, перекупщики, дистрибьюторы). **Направления в посреднической д-ти.** Простые: брокеры или брокерские фирмы подыскивают и сводят заинтересованных продавцов и покупателей, но не вкладывают своих средств в выполнение сделок, не фигурируют в договорах купли-продажи как сторона. Работают в основном на серьезных рынках (в Англии - рынок леса). Поверенные: к их услугам прибегают, когда сами предприниматели заключать договор не умеют, а исполнить его могут. В междунар. торговле к услугам зарубежных поверенных прибегают редко. Комиссионеры: заключает договора купли-продажи от своего имени и выступает в нем как продавец (иногда согласовывает с комитентом перечисленные технические и коммерческие положения до подписания комиссионером договора купли-продажи). Консигнаторы: принимают товары на свой склад; реализуют их на рынках в течение длительного срока; непроданные товары могут возвращать производителю. Агенты: совершают определенные операции по поручению другого лица (принципала) за его счет и от его имени; обеспечивают подготовку сделок, но обычно без права подписания договора. Сбытовые: сбыт товаров. **Виды соглашений, заключаемых с посредниками** Простые - заключают соглашение о посредничестве (договор), по которому обязуются искать покупателей или потребителей; способствовать заключению сделок. Поверенные - заключают договор поручения. Тут подробно оговариваются полномочия поверенных в области технических и коммерческих условий, т.е. дается полная инструкция поверенному. Комиссионеры - заключают договор комиссии. Содержит условия взаимодействия комиссионера и производителя (потребителя) товара: полномочия комиссионера, коммерческие и технические условия поставки товара (кол-во, сроки, цена, условия кредита). (Договор купли-продажи). Консигнаторы - заключают с консигнантами консигнационное соглашение (договор консигнации) на длительный срок (бывает: простая, частично возвратная, полностью безвозвратная). Тут оговариваются условия консигнации: собственность консигнанта на товар; условия платежей консигнанту; вознаграждение консигнатору; гарантирование платежей. Агенты- заключают агентские соглашения. Совершают свои действия с ведома принципала за вознаграждение. Сбытовые- от своего имени заключают договоры купли-продажи как с покупателями, так и с продавцами. Связаны с производителями длительным сотрудничеством на основе соглашения. Эти соглашения включают: перечень сбываемых товаров; условия работы дистрибьютора на рынке; обязанности по годовым объемам сбыта.

**Основные элементы правового регулирования предпр-ой деят-сти**

Это требование гос-ва, необходимое для упорядочивания общественной жизни. Контроль государства за состоянием и развитием рынка предполагает регулируемое воздействие на хозяйственную деятельность самостоятельных предпринимателей, определение оснований и пределов публичного вмешательства в нее. Для государственно-правового регулирования экономики и предпринимательской деятельности используются различные средства:"нормативное регулирование основ деятельности (ее видов, содержания и т.д.);официальное признание, удостоверение статуса субъектов предпринимательства и осуществляемых ими видов деятельности (регистрация, лицензирование и т.д.);определение порядка ведения хозяйственной деятельности; установления нормативных требований к содержанию и качеству предпринимательской деятельности;

Организация поддержки предпринимательской деятельности; контроль за соблюдением законности; введение запретов и санкций за отступление от нормативов". Один из методов – налогообложение. Органы гос. власти всех уровней не вправе вводить дополнительные налоги и обязательные отчисления, не предусмотренные законодательством РФ. Стандартизация и сертификация. Экологические критерии. Существует несколько видов функционального контроля и надзора:

1. Таможенный контроль. (Таможенном кодекс и акт "О таможенном тарифе");

2. Валютный контроль. (обеспечение соблюдения валютного законодательства при осуществлении валютных операций. 3. Энергетический надзор. (Органы - Главное управление государственного энергетического надзора Министерство топлива и энергетики). 4. Надзор в сфере трудовых отношений. ("О государственном надзоре и контроле за соблюдением законодательства РФ о труде и охране труда").5. Существуют так же и другие органы гос контроля: Государственная инспекция по торговле (Госторгинспекция), качеству товаров и защите прав потребителей, и т.д.

Правовую основу предпринимательства составляют законодательные и другие нормативно-правовые акты, нормы гражданского, финансового, административного, трудового и других отраслей права. Центральное место в этой системе занимают законы о собственности, о предпринимательстве, о предприятиях, о банках и банковской деятельности, об инвестициях, о банкротстве, об антимонопольном зак-ве, о налогооблож и др. Государство осуществляет поддержку предпринимательства следующим образом: путем создания субъектам предпринимательства условий для эффективной внешнеэкономической деятельности; информационным обеспечением субъектов бизнеса; путем оказания помощи в материальном обеспечении и сбыте продукции предпринимателей; путем подготовки кадров для сферы предпринимательства и др. Предпринимательство выполняет важную общественную функцию и государство должно содействовать его развитию. Государство не вмешивается в предпринимательскую деятельность за исключением установления налогов, процентов по государственным кредитам, правил ценообразования, валютных курсов, экономических санкций. Если государственный или иной орган издает акт, нарушающий права предпринимателей и противоречащий законодательству, лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность, вправе обратиться в суд с иском о признании такого акта недействительным.

**Сущность и виды торгово-посреднических операций**

Под торгово-посредническими операциями понимаются операции, связанные с куплей-продажей товаров, выполняемые по поручению производителя-экспортера независимым от него торговым посредником на основе заключаемого между ними соглашения или отдельного поручения. Торговое посредничество в экономическом смысле - это довольно широкое понятие. Оно включает значительный круг услуг. В частности, по подысканию заграничного контрагента, подготовке и совершению сделки, кредитованию сторон и предоставлению гарантий оплаты товара покупателем. Осуществлению транспортно-экспедиторских операций и страхованию товаров при транспортировке, выполнению таможенных формальностей, проведению рекламных и других мероприятий по продвижению товаров на заграничные рынки, осуществлению технического обслуживания и проведению иных операций. В современных условиях значительно расширяются функции, выполняемые торговыми посредниками, что связано с изменением структуры торгово-посреднического звена. Расширение функций торгово-посреднических фирм осуществляется также путем внедрения их в производственную сферу, т.е. создания дочерних предприятий, в том числе и за границей, по переработке и сборке продукции, куплей-продажей которой они занимаются. Важной областью деятельности торговых фирм стало участие вмеждународных консорциумахдля осуществления крупных строительных проектов*.* Торговым посредникам - участникам консорциумов предоставляется возможность осуществлять закупочно-сбытовые операции для таких предприятий. **Виды торгово-посреднических операций.** В зависимости от характера взаимоотношений между производителем-экспортером и торговым посредником, а также от функций, выполняемых торговым посредником, можно выделить несколько видов торгово-посреднических операций: операции по перепродаже, комиссионные, агентские и брокерские. Операции по перепродаже - это операции которые осуществляются торговым посредником от своего имени и за свой счет. Различают два вида операций по перепродаже. К первому виду относятся операции, в которых торговый посредник по отношению к экспортеру выступает как покупатель, приобретающий товары на основе договора купли-продажи. Ко второму виду относятся операции, в которых экспортер предоставляет торговому посреднику, именуемому торговцем по договору, право продажи своих товаров на определенной территории в течение согласованного срока на основе договора о предоставлении права на продажу. Этот договор устанавливает только общие условия, регулирующие взаимоотношения сторон по реализации товаров на определенной территории.

**Функции торгового посредничества**

Предоставление услуги для потребителей (место и время), для производителей (приобретение в удобное время в удобном месте). Сокращение контактов производителей по продаже своей продукции (один клиент). Создают торговый ассортимент (торговое предложение), превращение производственного ассортимента в торговый. Сокращение затрат на закупки (чем больше объем, тем меньше цена). Поддерживают маркетинговые стратегии производителей на местах продаж (рекламные кампании, стимулирование сбыта). Финансовая поддержка как производителей (предоплата), так и потребителей (скидки и кредитование). Предоставление квалифицированного торгового персонала для реализации. Оказание дополнительных услуг и материально-технического обеспечения продвижения товара на различные рынки (транспортировка, хранение). Функция возврата товара и послепродажного обслуживания (гарантия, ремонт). Преимущества их использования:

Для зарубежных фирм: 1. фирма-экспортер не вкладывает каких-либо значительных средств в организацию сбытовой сети на территории страны импортера, поскольку торгово-посреднические фирмы обычно имеют собственную материально-техническую базу (складские помещения, демонстрационные залы, ремонтные мастерские), а иногда и свои розничные магазины. 2. освобождение экспортера от многих забот, связанных с реализацией товара (доставка в страну импортера, сортировка и упаковка, подбор по ассортименту, приспособление к требованиям местного рынка). 3. использование капитала торгово-посреднических фирм для финансирования сделок как на основе краткосрочного, так и среднесрочного кредитования. Здесь большое значение имеют устойчивые деловые связи торгово-посреднических фирм с банками, траспортно-экспедиторскими и страховыми компаниями. 4. рынки некоторых товаров целиком монополизированы торговыми посредниками (например, брокерами в Англии) и недоступны для установления прямых контактов с потребителями. В этом случае использование торгово-посреднического звена вызываются необходимостью.

**Классификации торгово-посреднических предприятий**

По характеру деятельности и особенностям отношений с предпринимателями посредники подразделяются на следующие виды.

Коммерческие представители — посредники, выполняющие поручения предпринимателей (принципалов) по поиску для них коммерческих партнеров и действующие от имени принципалов при заключении ими договоров (см. ст. 184 ГК РФ).

Комиссионеры — посредники, содействующие по поручениям предпринимателей (комитентов) сбыту или приобретению товаров в рамках комиссионных договоров путем заключения от свое го имени и за счет комитентов контрактов с третьими фирмами (см. гл. 51 ГК РФ).

Поверенные — посредники, которые по поручениям предпринимателей (доверителей) содействуют совершению коммерческих операций, в том числе по сбыту или приобретению товаров путем заключения договоров от имени и за счет доверителей (см. гл. 49

ГК РФ).

Агенты — посредники, совершающие по поручению предпринимателя (принципала) юридические и иные действия, в том числе по сбыту и приобретению товаров, путем заключения договоров от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала (см. гл. 52 ГК РФ).

Дистрибьюторы — оптовые торговцы, которые в рамках дистрибьюторских договоров сбывают товары продавцов, заключая контракты купли-продажи.

**Организационные формы независимых торговых посредников**

Посредники юридически независимы от производителей, потребителей и иных посреднических организаций. Их связывают с ними договорные отношения. Сбытовые и закупочные отделы в составе одного юридического лица посредниками не являются. К **торгово-посредническим фирмам** относятся фирмы, в юридическом и хозяйственном отношении не зависимые от производителя и потребителя. Прибыль получают либо в результате разницы между ценами закупки товаров у экспортеров, и ценами, по которым эти товары продаются покупателям, либо в виде вознаграждения за предоставленные услуги по продвижению товаров на внешние рынки. Занимаются в основном коммерческой деятельностью. Имеют как' правило, собственные склады, демонстрационные залы, розничные магазины. Роль торговых посредников выполняют госорганизации и торговые компании развивающихся стран, осуществляющие операции по закупкам и экспорту товаров.

В зависимости от хар-ра совершаемых операций: торговые, комиссионные, агентские, брокерские, факторы. **Торговые фирмы**, осуществляют операции за свой счет и от своего имени. Работают в основном с постоянными поставщиками и поддерживают с ними длительные отношения. **Торговые дома** закупают товары у производителей или оптовиков своей страны и перепродают за границей; приобретают иностранные товары за рубежом и перепродают их местным оптовикам, розничным торговцам, промышленным потребителям. **Экспортные фирмы** - торговые предприятия, которые закупают за свой счет товары на внутр. рынке и перепродают их от своего имени за границей. **Импортные фирмы** - закупают за свой счет за границей товары и продают их затем на внутр. рынке промышленникам, оптовым и розничным торговцам. Эти фирмы имеют на складах товарные запасы и по требованию производят немедленные поставки на внутренний рынок. **Оптовые фирмы** - выступают в качестве посредников между промышленными или заготовительными предприятиями и розничными торговыми фирмами. Они закупают за свой счет товары за границей крупными партиями и реализуют их на местном рынке отдельным потребителям более мелкими партиями, получая при этом прибыль за счет разницы в цене

Провести грань между оптовой и импортной фирмами довольно трудно Основное различие в том, что импортная фирма занимается преимущественно закупкой товаров непосредственно у экспортеров, тогда как оптовая - закупает не только импортные, но и товары отечественного производства и продвигает их через собственную сеть значительно дальше, чем импортная фирма. **Розничные фирмы** - часто сами осуществляют операции по импорту и экспорту товаров. Крупные имеют широкую сеть своих филиалов, дочерних компаний и закупочных контор за границей. Посылочные розничные фирмы принимают заказы от иностранцев и граждан, проживающих за пределами своей страны. **Дистрибьюторы** - фирмы других странах, осуществляющие в основном импортные операции и выступающие как торговцы по договору. Они покупает и продает товары от своего имени и за свой счет и находится, как правило, в стране импортера. **Стокисты -** фирмы в стране импортера, осуществляющие экспортно-импортные операции. Деятельность **комиссионных фирм** - разовые поручения и действуют от своего имени, но за счет комитента. В зависимости от вида совершаемых операции и характера взаимоотношений с комитентом различают экспортные и импортные комиссионные фирмы. Фирмы выступающие от имени и за счет принципала называются **агентскими.** В зависимости от условий договора фирма либо сама заключает сделки от его имени и за его счет, либо только посредничает при заключении сделок. **Брокерские фирмы** – особый вид посреднических фирм, в обязанности которых входит функция свести контрагентов **Фэкторы** - торговые посредники, выполняющие широкий круг посреднических обязанностей от имени экспортера. Не только осуществляют экспорт продукции своего принципала, но и финансируют экспортные операции (оплата аванса производителю, выдача кредитов покупателям), страхование экспортных кредитов, содействуют подбору заграничных агентов.

**Виды и особенности договоров регламентирующих торгово-посреднические операции.** **Договор об исключительной продаже товаров**

Продавец – фирма-производитель. Покупатель – оптово-посреднические предприятия (самостоятельные), дистрибьюторы или дилеры.

Договором закрепляются принципы и правила отношений по приобретению одной стороной в полную собственность товаров у другой стороны с установлением одновременно ряда прав и обязанностей сторон, связанных с перепродажей товаров покупателем своим клиентам. Специальные условия (условия об исключительности). 1. продавец предоставляет покупателю исключительное право продажи своих товаров на обозначенной территории или в указанной номенклатуре. 2. установление дополнительных обязанностей продавца включать в контракты с другими покупателями условия об отказе последних от продажи товаров на территории действия первого договора. 3. значительно реже устанавливаются условия об обязанности покупателя покупать товары только у своего продавца. 4. оговаривается минимальное количество товаров, которое покупатель должен периодически покупать у продавца (установление квоты продаж). 5. согласование ценовой политики. 6. участие покупателя во всех маркетинговых и рекламных кампаниях продавца и обязательное участие **покупателя** в рекламе товаров при их перепродаже. 7. информирование производителя об объемах и особенностях спроса на товары на данной территории и других данных маркетингового, организационного и финансового характера. 8. участие фирмы-производителя в оборудовании торговых и демонстрационных залов, обучении персонала и установлении стандартов обслуживания. 9. закрепление за продавцом права контроля за коммерческой и финансовой деятельностью покупателя. **Купля-продажа лицензий технологий (продукции интеллектуального труда).**Характерные черты: технологический обмен (продажа технологий);обмен результатами научно-технической деятельности; продажа Know-how;продажа научно-технических знаний; продажа промышленной собственности, непатентуемых технических знаний и опыта; оказание инженерно-технических консалтинговых услуг;

проведение научных исследований, опытно-конструкторских работ, продажа авторских и смежных прав. **Договор на оказание посреднических услуг** Реселлер (Торговый посредник) и Клиент, или Заказчик и Посредник. Заказчик поручает, Посредник берет на себя обязанность (содержание посреднической услуги), в срок. Услуги по покупке лицензии, например. **Тоговый посредник обязан:** оформить заказ на приобретение лицензий на программные продукты;

произвести оплату лицензий за счет средств, поступивших от Клиента; доставить Клиенту оформленные на его имя лицензии; при необходимости произвести замену неправильно оформленных лицензий; выставлять Клиенту счета на последующую оплату лицензий ИЛИ Выполнять услуги, предусмотренные настоящим договором, в указанные сроки.

В случае невозможности выполнения услуг уведомить об этом Заказчика в 3-х дневный срок, но не позднее. **Клиент обязан:** перечислить денежные средства в счет оплаты лицензий; принять от Торгового посредника лицензии; производить последующую оплату лицензий ИЛИ

Оплатить услуги Посредника в размере и сроки, указанные в настоящем договоре.

**Параметры, определяющие форматы розничной торговли**

Формат определяется по различным признакам, которые характеризуют вид магазина, способ обслуживания, ассортимент и др. Формат необходим для удобства управления и организации продаж, для удобства покупателей и соответствия их ожиданиям.

- площадь торгового зала

- наличие других площадей (складских, административных, парковочных)

- количество кассовых узлов

- время работы

- ассортимент (универсальный смешанный продовольственный и непродовольственный; универсальный продовольственный, универсальный непродовольственный, специализированные (широкой или узкой специализации), монобрендовые, мультибрендовые.

- методы обслуживания (индивидуальные – “через прилавок” – например, как в магазинах сотовой связи; самообслуживание (с наличием продавцов-консультантов и без них); по образцам (опт); по каталогам (дистанционный метод)

- наличие дополнительных услуг

- дизайн

- оборот + оборот с единицы площади

- число покупок в день

- численность персонала

Четких критериев и определений разл. форматов нет.

Цель формата в розничной торговле такая же, как и в других сферах человеческой деятельности - задать общепринятый стандарт, уже пробированную и успешную технологию.

Торговые предприятия, так же, как и предприятия любого другого типа, выживают только при наличии какого-либо долгосрочного конкурентного преимущества. Поэтому в системе торговых форматов нет никакого хаоса: каждый из форматов занимает свое конкурентное место (их ценность для покупателя проверена временем и жесткой конкуренцией на западных рынках). Поэтому формат в розничной торговле - это совокупность характеристик, четко определяющих роль торговой точки для потребителей. За основу анализа форматов торговых точек здесь предложено взять факторы предпочтений магазинов покупателями. Т.е. эти характеристики – не внешние параметры формата, а ценность торговой точки для покупателей. Основные из них:

Местоположение

Ассортимент (характер и качество)

Цена

Реклама и продвижение

Предлагаемые услуги

Физические атрибуты магазина

Внутренняя атмосфера магазина

Послепродажный сервис

**Организация коммерческой деятельности в сфере рекламы**

Коммерческая деятельность – широкое и сложное понятие. Это комплекс приемов и методов, обеспечивающих максимальную выгодность любой торговой операции для каждого из партнеров при учете интересов конечного потребителя. Главная цель коммерческой деятельности – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре торгового обслуживания. Эта цель в равной степени важна как для организаций и предприятий, так и для отдельных лиц, осуществляющих операции купли-продажи на рынке товаров и услуг. Роль рекламы в коммерческой деятельности. В современных рыночных условиях ни одно коммерческое предприятие не может успешно вести дела без рекламы. Ее корни уходят в глубокую старину и связаны с тем, что производителям, торговцам всегда требовалось сообщать людям о продаваемых ими товарах, о проводимых ярмарках и т.д. Каждый этап, начиная с момента создания продукции и заканчивая ее сбытом, должен сопровождаться активной программой рекламного воздействия. При содействии рекламы рынок становится более ясным и доступным для покупателей с различными вкусами и потребностями, с разным уровнем денежных доходов, с неодинаковыми традициями в отношении потребления. Реклама несет в себе информацию, которая представлена в сжатой, художественно выраженной форме, эмоционально окрашенная и доводящая до сознания и внимания потенциальных покупателей наиболее важные факты и сведения о товарах и услугах и обеспечивает связь между производством и потреблением. На современном этапе реклама перешагнула узкие рамки информационной функции, обеспечивающей направляемый поток информации, и берет на себя коммуникативную функцию. С ее помощью поддерживается «обратная связь» с рынком и потребителем. Это позволяет контролировать продвижение товаров на рынке, создавать и закреплять у покупателя устойчивую систему предпочтений к рекламируемым объектам, вносит коррективы в сбытовую деятельность. Используя возможности направленного воздействия на потребителя, реклама способствует не только формированию спроса, но и управлению им. Реклама способствует постоянному совершенствованию выпускаемой продукции. Ее следует использовать как инструмент конкуренции.

**Виды договоров, регулирующих торговлю лицензиями**

**Лицензия** - официальный документ, разрешение, выдаваемое одним лицом другому лицу на ведение определенной (коммерческой) деятельности. **Валютная** - документ, который выдается компетентным органом и разрешает импортеру-покупателю перевести определенную сумму в иностранной валюте экспортеру-продавцу в уплату за товары. **Государственная** - в широком смысле - разрешение (право) на осуществление лицензируемого вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю. **Лицензия на изобретение** - разрешение, выдаваемое одним лицом (лицензиаром) другому лицу (лицензиату) на коммерческое использование изобретения, защищенного патентом в границах строго определенного рынка, в течение определенного срока и за обусловленное вознаграждение. **Лицензия на проведение страховой деятельности** - документ, удостоверяющий право ее владельца на проведение страховой деятельности на территории РФ при соблюдении им условий и требований, оговоренных при выдаче лицензии. В РФ лицензия на проведение страховой деятельности не имеет ограничений по сроку действия, если это специально не предусмотрено при ее выдаче Росстрахнадзором. Лицензии выдаются на проведение добровольного и обязательного личного, имущественного страхования, а также страхования ответственности и перестрахования. **Экспортная/импортная** - документ, который выдается специальными государственными органами при наличии в стране экспортера/импортера контроля над вывозом или ввозом определенных товаров. Лицензия предоставляется на определенный срок, по истечении которого она теряет силу. Лицензии выдаются на основании заявлений экспортера/импортера. **Беспатентная** - лицензия на использование ноу-хау без патента на изобретение. **Исключительная** - лицензия, предоставляющая лицензиату исключительное право на использование предмета лицензионного соглашения в тех пределах, которые оговорены. Лицензиар в этом случае отказывается от представления аналогичных лицензий третьими лицами, а также от самостоятельной эксплуатации предмета соглашения в установленных пределах.

**Особенности продажи лицензий Лицензия** - официальный документ, разрешение, выдаваемое одним лицом другому лицу на ведение определенной (коммерческой) деятельности. Виды лицензий: 1-простая неисключительная - лицензиар разрешает лицензиату исп-ть данный продукт, при этом оставляет за собой право на его исп-ие на этой же тер-ии ив тех же количественных объемах, что и лицензиар. Еще одно право – продавать лицензии другим лицам, но только на условии не лучших, чем предоставил первому лицензиату. Может содержать условия сублицензии лицензиаром, третьим лицам, но только в пределах объема прав, преобретенных им самим. 2-исключительная - при ее продаже лицензиар утрачивает свое монопольное право на исп-ие товара на опред-ой тер-ии и на опред-ый срок и теряет право продавать др. Лицензии на этой исключительной тер-рии, но может на др.лицензиат может продавать сублицензии др.лицам на этой исключ-ой тер-рии. 3-полная - похожа на продажу патента, заменяет его продажу. Предоставляет лицензиату исключительное право на исп-ие продукта в течении всего срока соглашения без ограничительных условий по масштабам применения данного продукта. При этом лицензиар утрачивает свое право на пользование этим продуктом как самосто-но, так и продавая др. Виды лицензий. Авторское право. **Виды платежей по лицензиям**: 1-размер вознаграждения подсчитывается на базе фактического, экономического результата исп-ия лицензии. 2-когда вознаграждение не связано с фактическим исп-ем лицензии, а устанавливается заранее, исходя из оценок возможного эффекта и ожидаемых прибылей лицензиата.

**Организация и особенности проведения торгов**

При проведении торгов Организатор осуществляет следующие функции: определяет место, дату начала и окончания приема заявок на участие в торгах (далее - заявки), место и срок подведения итогов торгов; организует подготовку и публикацию информационного сообщения о проведении торгов; принимает от лиц (физических и юридических), желающих заключить договор, проверяет правильность оформления представленных претендентами документов и определяет их соответствие требованиям законодательства РФ, а также требованиям, установленным в настоящем положении; ведет учет заявок по мере их поступления в журнале приема заявок; определяет размер, срок и условия внесения задатка претендентами, а также иные условия договора о задатке; заключает с претендентами договоры о задатке; принимает решение о признании претендентов участниками торгов или об отказе в допуске к участию в торгах, определяет победителя торгов и оформляет протокол об итогах торгов; направляет победителю торгов уведомление о признании заявки на участие в торгах выигравшей; организует подготовку и публикацию информационного сообщения об итогах проведения торгов; обеспечивает заключение договора с победителем торгов. Информационное сообщение о проведении торгов публикуется в средствах массовой информации, не менее чем за 30 календарных дней до их проведения и должно содержать следующую информацию: сведения о цели торгов, сведения о форме торгов; наименование, адрес, номера телефонов и местонахождение организатора; даты начала и окончания приема заявок; адрес места приема заявок и документов; требования, предъявляемые к претендентам, сведения о начальной цене; размер задатка, взимаемого на основании договора о задатке с претендента; дату и место проведения торгов с указанием времени начала работы организатора и срока подведения итогов торгов; способ получения конкурсной документации; сведения о порядке заключения договора с победителем торгов. Претендент должен соответствовать следующим требованиям: обладать трудовыми ресурсами, необходимыми для выполнения условий договора, заключаемого в результате проведения торгов; не иметь задолженности по уплате налогов в бюджеты всех уровней и обязательных платежей в государственные внебюджетные фонды; не находиться в процессе ликвидации.

**Логика разработки и заключения основных хозяйственных договоров. Важные условия хозяйственного договора**

1. Содержание хозяйственного договора составляют условия договора, определенные соглашением его сторон, направленной на установление, изменение или прекращение хозяйственных обязательств, как согласованные сторонами, так и те, которые принимаются ними как обязательные условия договора соответственно законодательству. 2. Хозяйственный договор считается заключенным, если между сторонами в предусмотренных законом порядку и форме достигнуто соглашение относительно всех его важных условий. Важными есть условия, признанные такими по закону или необходимые для договоров данного вида, а также условия, относительно которых на требование одной из сторон должна быть достигнутое согласие. 3. При заключении хозяйственного договора стороны обязанные в любом случае согласовать предмет, цену и срок действия договора. 4. Условия о предмете в хозяйственном договоре должны определять наименования (номенклатуру, ассортимент) и количество продукции (работ, услуг), а также требования к их качеству. 5. Цена в хозяйственном договоре определяется в порядке, установленному Кодексом, другими законами. По согласию сторон в хозяйственном договоре может быть предусмотрены доплаты к установленной цене за продукцию (работы, услуги) высшего качества или выполнения работ в сокращенные сроки сравнительно с нормативными.  
6. В случае признания согласованной сторонами в договоре цены такой, что поднимает требования антимонопольно-конкурентного законодательства, антимонопольный орган имеет право требовать от сторон изменения условия договора относительно цены. 7. Сроком действия хозяйственного договора есть время, в течение которого существуют хозяйственные обязательства сторон, которые возникли на основе настоящего договора.

**Общий порядок заключения хозяйственных договоров**

1. Хозяйственный договор по общему правилу преподается в форме единого документа, подписанного сторонами и скрепленного печатями.

2. Проект договора может быть предложен любой из сторон. В случае если проект договора изложен как единый документ, он предоставляется второй стороне в двух экземплярах.

3. Сторона, которая получила проект договора, в случае согласия с его условиями оформляет договор соответственно требованиям части первой этой статьи и возвращает один экземпляр договора второй стороне или присылает ответ на письмо, факсограму и т.п. в двадцатидневный срок после получения договора. 4. При наличии возражений относительно отдельных условий договора сторона, которая получила проект договора, составляет протокол расхождений, о чем делается предостережение в договоре, и в двадцатидневный срок присылает второй стороне два экземпляра протокола расхождений вместе с подписанным договором. 5. Сторона, которая получила протокол расхождений к договору, обязанная на протяжении двадцати дней рассмотреть его, в этот же срок принять меры для урегулирования расхождений с второй стороной и включить к договору все принятые предложения, а те расхождения, которые остались неурегулированными, передать в этот же срок к суду, если на это есть согласие второй стороны. 6. В случае достижения сторонами согласия относительно всех или отдельных условий, указанных в протоколе расхождений, такое согласие должно быть подтверждена в письменной форме. 7. Если сторона, которая получила протокол расхождений относительно условий договора, основанного на государственном заказе или такому, заключение которого есть обязательным для сторон на основании закона, или сторона - исполнитель по договору, что в установленном порядке признанный монополистом на определенном рынке товаров (работ, услуг), которое получило протокол расхождений, не передаст в указанный двадцатидневный срок к суду расхождения, которые остались неурегулированными, то предложения второй стороны считаются принятыми. 8. В случае если стороны не достигли согласия из всех важных условий хозяйственного договора, такой договор считается незаключенной. Если одна из сторон осуществила фактические действия относительно его выполнения.

**Принятие предпринимательского решения. Экономические методы принятия предпринимательских решений**

Под сферой принятия предпринимательских решений следует понимать совокупность факторов, влияющих на их принятие. Они имеют пространственные, организационные, юридические и временные границ структурировано на: Внутренняя среда - пространственная сфера распространения прямого воздействия предпринимателя. Она сегментирована. Фирма воспринимается предпринимателем как системная структура. Если меняется один элемент системы, то изменению будут подвержены и другие ее элементы

Внешняя среда - совокупность факторов, оказывающих влияние на функционирование предпринимательской структуры. неоднородны. Одни оказывают прямое воздействие, другие - косвенное. **Основой экономических** методов принятия предпринимательских решений является анализ таких категорий, как цена, издержки производства, финансы, и умение оперировать ими в практической деятельности. Формирование цены товара. В данном случае имеется в виду рыночная цена. Минимальный уровень. Иногда определяемая таким образом цена выступает в качестве оптовой. Поскольку эта цена является расчетной для самого неблагоприятного варианта рыночной ситуации, то она становится коммерческой тайной.

Целеобразность выступления предпринимателя на рынке определяется тем, что ему удается сформировать минимально допустимую цену на уровне ниже рыночной цены.

Рыночная цена - это фактическая цена, по которой товар реально приобретается. Разница между рыночной ценой и минимально допустимой выступает в качестве сверхприбыли

Предприниматель имеет возможность управлять процессом ценообразования, если речь идет о ее минимально допустимом уровне. В этом случае управление ценообразованием связано с поиском путей минимизации издержек производства.

Второй метод воздействия на процесс ценообразования сопряжен с анализом рыночной цены выявляется, какие товарные характеристики лежат в основе ценообразования, и как может измениться цена при каком-либо изменении товарных характеристик. В результате товару придаются, по возможности, характеристики, увеличивающие рыночную цену в большей степени, чем издержки.

Следует различать экономические и бухгалтерские издержки. Предприниматель в основном имеет дело с экономическими издержками. Они связаны с возможной реализацией того или иного проекта. Под бухгалтерскими понимаются фактически понесенные фирмой издержки.

При рассмотрении экономических издержек обычно оперируют понятием "валовые издержки".

Валовые издержки представляют собой совокупность постоянных и переменных издержек

Постоянные издержки - те, которые практически не зависят от объектов производства. Сюда входят затраты на амортизацию, арендная плата, плата за кредиты, оплата труда управленческого персонала и т.п. Переменные издержки - те затраты, которые практически напрямую зависят от объемов производства. К ним относятся затраты на сырье, материалы, комплектующие; затраты на оплату труда работников, непосредственно занятых выпуском товара, энергия на технологические нужды и т.п. Из данных определений следует важный вывод: с увеличением объемов производства валовые издержки на единицу товара уменьшаются, и наоборот.

Следовательно, увеличение объемов производства, при прочих равных условиях, влечет увеличение прибыльности производства. Этот эффект может быть использован как средство увеличения прибыли или в качестве резерва снижения цены на дополнительный товар.

В условиях рисковой поставки товара на рынок, когда уровень спроса точно неизвестен (например, на сезонный товар), предприниматель принимает за расчетный объем 75% фактического объема производства. Остальные 25% планируются в качестве дополнительно производимого товара. В случае нереализации их в сезон они могут быть проданы в ходе сезонной распродажи по более низкой цене, вплоть до уровня переменных издержек.

Разница между ценой товара и размером издержек называется величиной покрытия товара. Она составляет сумму средств, часть которых идет на покрытие постоянных издержек, а оставшаяся часть - на прибыль.

Определение границ объема производства. Минимально допустимый объем производства есть уровень безубыточного производства. Это такая программа производства, при которой издержки покрываются доходами.

Предпринимателю всегда важно определить для себя приемлемые границы производства - минимально допустимую и максимально возможную. Это связано с уровнем рыночного спроса.

Максимально возможный объем производства определяется с помощью производственной функции

Км=f(Т, К),

где Км - максимально возможный объем производства продукции; Т - используемые в производстве ресурсы; К - используемый в производстве капитал.

Эта функция всегда ориентирована на определенную технологию. Если технология изменяется, то изменяется и функция f.

Но предпринимателю важно определить не только возможные пределы производства, но и его оптимальный объем.

Под оптимальным понимается такой объем производства, при котором разница между получаемым доходом и суммарными издержками минимальна.

Поиск оптимального варианта на практике осуществляется в двух вариантах - при заданной величине капитала и при нелимитированном капитале.

В первом случае, если подразумевать под основным капиталом оборудование, необходимое для нормального осуществления производственного процесса, то оптимальный объем производства связан с мощностью. Следовательно, исходя из стремления к уменьшению удельных постоянных издержек оптимальный объем производства будет равен производной мощности.

Такой подход характерен для начинающего предпринимателя.

Наивысший уровень эффективности производства будет достигаться при определенном сочетании объема производства и издержек. Если рассматривать для упрощения два фактора производства - капитал и труд, то на долю каждого фактора будет приходиться определенная доля другого.

Например, для обслуживания 5 станков нужно 10 рабочих, а для 10 станков - 20. Это можно отобразить в виде графической зависимости. Причем эту зависимость целесообразно представлять в стоимостной форме.

Если учесть, что возможны варианты приобретения дорогого производимого оборудования и дешевого производительного, то это приведет к различным затратам на труд. Рассматривая несколько вариантов, останавливаются на лучшем.

В случае определения объема производства при нелимитированном объеме капитала рассуждения аналогичны. Однако следует учитывать не два, а три фактора:

1) возможный объем производства;

2) требуемый размер капитальных затрат;

3) требуемый размер трудовых затрат.

Произведенные расчеты сводятся в таблицу и выбирается вариант с минимальными издержками.

Оптимальный с экономической точки зрения объем производства определяется исходя из предельных издержек.

Увеличение объема производства вызывает и рост издержек. Этот рост не всегда пропорционален объему производства. В этом случае применяют следующие правила выбора:

1) определяют средние валовые издержки на единицу продукции;

2) решение в сторону увеличения объема выбирается в случае, если предельные издержки дополнительно производимых товаров меньше или равны средним валовым;

3) следует отказаться от увеличения объема производства, если имеет место обратная 2 картина;

4) рассчитывают средние валовые издержки к новому объему производства.

**Синтетические форматы торговли и внемагазинные формы торговли**

Рынок- место, где организованы места для торговли разных групп товаров разными продавцами

-с/х рынки

- непродовольственные рынки

- оптовые

Рынки трансформируются внемагазинные формы тоговли=> ТЦ или теговые улицы.

ТЦ – спец. Постоянная теговая площадь для организации торговли различных магазинов

Минусы:

1. нехватка арендаторов. При открытии ТЦ открываются не все магазины

2. плохоорганизованные размещения секторов

3. самые посещаемые 1 и 2 этажи, для 3 и 4 требуются лифты и эскалаторы.

4. нестыковка способов обслуживания и возможностей клиентов. Обойти большую площадь для покупателей оч. сложно.

Моллорговая аллея

В Америке это целые торговые города, куда приезжают на целыевых.

Стилизация ТЦ под какую-то тематику

«Варш. Экспресс», «ГрандКаньон»

**Объекты, субъекты и цели коммерции**

Ком-ая д-сть –вид предприн-ой. Предпринимательская деятельность в соответствии со ст. 2 ГК РФ — это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в качестве индивидуального предпринимателя в установленном законом порядке. В комм-ой деят-сти предприниматель выступает непосредственно в роли коммерсанта, торговца, продавая готовые товары, приобретенные им у других лиц, потребителю (покупателю). Особенностью торгового предпринимательства является непосредственные экономические связи с оптовыми и розничными потребителями товаров, работ, услуг. Коммерческое предпринимательство охватывает все виды деятельности, которые непосредственным образом относятся к обмену товара на деньги, денег на товар или товар на товар. основу коммерческого предпринимательства составляют товарно-денежные операции купли-продажи. Коммерческое предпринимательство привлекает видимой возможностью продать товар по цене намного более высокой, чем он был куплен, и положить тем самым в карман весомую прибыль.. В условиях разницы внутренних и мировых цен, а также цен в разных регионах России при неразворотливости умирающей государственной торговли удачливым коммерсантам, "челнокам" удается "купить подешевле - продать подороже". За этой видимой легкостью скрывается не всеми видимый труд коммерсантов-предпринимателей, затраченный для достижения успеха. Сфера официального коммерческого предпринимательства - магазины, рынки, биржи, выставки-продажи, аукционы, торговые дома, торговые базы, др. учреждения торговли. В связи с приватизацией государственных торговых предприятий значительно возросла материальная база личного и коммерческого предпринимательства. Возникли обширные возможности начать свое коммерческое дело, выкупив или построив магазин, организовав свою торговую точку. Для успешного занятия торговым предпринимательством необходимо досконально знать неудовлетворенный спрос потребителей, быстро реагировать, предлагая соответствующие товары или их аналоги. Торговое предпринимательство более мобильно, изменчиво, так как непосредственно связано с конкретными потребителями. Считается, что для развития торгового предпринимательства должны быть как минимум два основные условия: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары (поэтому необходимо хорошее знание рынка) и более низкая закупочная цена товаров у производителей, что позволяет торговцам возместить торговые издержки и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования. Виды: торговля (прямые хоз-ые связи, оптовая, розничная торговля, биржевая, ярмарочная, аукционная, торги) услуги, продукция интеллектуального труда (изобретения, Т Знаки) банковская сфера, кредитные услуги, страхование, фонды и валютные биржи, гос-ый пенсионный фонд, паевые инвестиционные фонды.

**Предпринимательская деятельность, содержание, роль в современной экономике**

**Предпринимательство**, **бизнес** — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Эффективность оценивается не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса (рыночной стоимости предприятия). Может осуществляться юридическим лицом или непосредственно физическим лицом. В России, в отличие от многих других стран, для ведения предпринимательской деятельности физическому лицу требуется регистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Предпринимательством можно заниматься в разных сферах. Помимо общего предпринимательства, выделяют социальное и технологическое предпринимательство (в сфере технологий).

**Формы:** 1. Частное 2. Коллективное: 1. Полное товарищество участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам не только в размере вкладов в уставной капитал, а всем принадлежащим им имуществом, то есть «полную», неограниченную ответственность. (Может быть учреждено не менее чем двумя лицами. Участники обязаны участвовать в его деятельности. За счет взносов складочный капитал (нет минимального размера). Прибыль и убытки распределяются пропорционально долям участников в складочном капитале (может быть иной порядок по договоренности между участниками). 2. Товарищество на вере (командитивное товарищество) — коммерческая организация, основанная на складочном капитале, в которой две категории членов: полные товарищи и вкладчики-коммандиты. Полные товарищи осуществляют предпринимательскую деятельность от имени товарищества и отвечают по обязательствам товарищества всем своим имуществом. Вкладчики-коммандиты отвечают только своим вкладом. 3. Общество с ограниченной ответственностью Общество с ограниченной ответственностью (общепринятое сокращение — ООО) — учрежденное одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделён на доли определённых учредительными документами размеров. 4. Общество с дополнительной Общество с дополнительной ответственностью — одна из организационно-правовых форм, предусмотренная законодательством Российской Федерации (Гражданский кодекс РФ, ст. 95) для коммерческих организаций. ответственностью 5. Закрытое акционерное общество Закрытое акционерное общество (общепринятое сокращение — ЗАО) — акционерное общество, акции которого распределяются только среди учредителей или заранее определенного круга лиц (в противоположность открытому).Акционеры такого общества имеют преимущественное право на приобретение акций, продаваемых другими акционерами. Число участников закрытого акционерного общества ограничено законом. Как правило, закрытое акционерное общество не обязано публиковать отчётность для всеобщего сведения, если иное не установлено. Открытое акционерное общество — форма организации публичной компании; акционерное общество, акционеры которого пользуются правом отчуждать свои акции без согласия других акционеров, в отличие от закрытого, акционеры которого таким правом не пользуются. Статус открытого сопряжён с определёнными правами (как то: проводить открытую подписку на выпускаемые акции и свободно их продавать, котироваться на бирже, иметь неограниченное количество акционеров) и ограничениями (публиковать для всеобщего сведения годовой отчёт, бухгалтерский баланс, счёт прибылей и убытков, ежегодно проводить внешний аудит). В форме открытых акционерных обществ чаще всего учреждаются большие компании. 3. Государственное 4. Государственно-унитарное Развитие предпринимательства ведет к росту национального богатства и благосостояния нации

**Виды предпринимательской деятельности**

Предпринимательство, бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Эффективность оценивается не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса (рыночной стоимости предприятия).

предпринимательство как особая форма экономической активности осуществляется как в государственном, так и в частном секторе экономики. различают: а) государственное; б)частное.

ВИДЫ: 1. Промышленное - избирают сферой приложения своих способностей создание материального продукта как основы удовлетворения потребностей общества. Поскольку одной из основных отраслей, где создается материальный продукт, выступает промышленность, то такой вид принято называть промышленным, хотя оно охватывает и другие отрасли (строительство, сельское хозяйство). создает материальный продукт, который в состоянии удовлетворить базовые потребности людей. реализует основные научно-технические идеи, закладывая фундамент экономического прогресса общества в целом. 2. Торговое - связанный главным образом с доведением продукта от производителя до потребителя. Не создавая нового материального продукта, торговое предпринимательство реализует особый товар - услугу, ускоряя и в целом удешевляя процесс движения товара. Это можно объяснить следующими причинами. Сориентировано на переход от философии сбыта, когда условием успеха фирмы считается умение продать наибольшее количество товара по наиболее высоким ценам, к философии маркетинга, предполагающей ориентацию на продажу именно нужного для покупателя товара, способного лучше удовлетворить его потребности. 3. Кредитное - связана с аккумуляцией временно свободных денежных средств и последующим использованием их для предоставления кредита на принципах срочности, платности и возвратности. Кредит может предоставляться как в натуральной (потребительский и коммерческий), так и в денежной (банковский и межхозяйственный). Основная сфера кредитного предпринимательства - банковский кредит. По мере развития рыночных отношений роль кредитного предпринимательства постоянно возрастает и сегодня практически нет такой сферы экономической жизни, которая так или иначе не была бы связана с деятельностью банков или других кредитных учреждений. Кредитная деятельность стала одним из определяющих факторов макроэкономической ситуации.

**Теневая экономика**

**Теневая экономика** (Теневая экономическая деятельность) — законная по сути, требующая регистрации экономическая деятельность хозяйствующих субъектов, не учитываемая в их официальной отчетности, как правило, приводящая к снижению платежей в бюджет и внебюджетные фонды. Объединяет производство теневой продукции, а также потери продукции и ресурсов по вине работников.

**Экономика государства**: 1. Формальная экономика 2. Скрытая экономика ---- Легальная скрытая экономика --- 1. Теневая 2. Неофициальная (домашняя) 3. Нелегальная

**Легальная скрытая экономическая деятельность** – экономическая деятельность хозяйствующего субъекта, включающая в себя теневую и неформальную экономическую деятельность.

**Нелегальная (криминальная) экономическая деятельность** – незаконная экономическая деятельность хозяйствующего субъекта, охватывающая, прежде всего, те виды производства и продажи продукции, которые прямо запрещены существующим законодательством.

**Неформальная (домашняя) экономическая деятельность** – легальная экономическая деятельность, по которой не предусмотрена регистрация, осуществляемая в основном индивидуальными производителями или домашними хозяйствами. Представляет собой в значительной степени общественно-необходимый производительный домашний труд, не оплачиваемый и находящийся вне сферы денежного обмена, основанный на неформальных отношениях между участниками производства.

**Скрытая экономическая деятельность** – экономическая деятельность включающая в себя теневую, неформальную (домашнюю) и нелегальную (криминальную) экономическую деятельность.

**Субъект экономический (хозяйствующий**) – юридическое лицо (предприятие, организация, прошедшая государственную регистрацию) или физическое лицо (гражданин, человек) осуществляющее экономическую, хозяйственную деятельность от своего имени.

**Формальная экономическая деятельность** – экономическая деятельность, осуществляемая в принятом законном порядке и учитываемая в официальной отчетности хозяйствующих субъектов.

Многие российские специалисты, как правило, склоняются к тому, что теневая экономика охватывает три сектора:

**1. Подпольный бизнес** – запрещенные законом виды экономической деятельности: торговля оружием и наркотиками, рэкетирство, убийства на заказ и т.п.

**2. Неофициальная экономика** – легальные виды экономической деятельности, где производство товаров и услуг не фиксируется официальной статистикой, сокрытие от налогов, неформальная занятость и т.п.

**3. Фиктивная экономика** – экономика приписок, спекулятивных сделок, взяточничества, мошенничества и т.п.

Факторы, способствующие развитию

теневой экономики:

**Классификация продукции по хар-ру использования**

Продукция-Совокупность продуктов производства. Выпуск продукции Общая сумма продуктов (товаров, фабрикатов), выпускаемых отдельным предприятием, определенной отраслью промышленности или всем народным хозяйством страны в определенный промежуток времени. Товарная продукция, объём готовой продукции в денежном выражении, произведённой на промышленных и с.-х. предприятиях и подготовленной для реализации. В состав Т.п. промышленных предприятий включается стоимость готовых изделий, выработанных как из своего материала, так и из материала заказчика, сданных на склад и предназначенных для реализации на сторону; стоимость полуфабрикатов своей выработки, отпускаемых на сторону, и стоимость работ промышленного характера, выполняемых по заказам сторонних организации и для собственных непромышленных нужд. В отличие от валовой продукции промышленного предприятия, в Т.п. не включается стоимость прироста или убыли остатков полуфабрикатов собственного производства, предназначенных для переработки внутри предприятия, величина изменения остатков незавершённого производства. Т. п. превышает реализованную продукцию на стоимость той части продукции, которая находится на складе предприятия и не отгружена потребителю или отгружена, но деньги за неё ещё не поступили на расчётный счёт или специальный ссудный счёт предприятия. Т.п. может быть и меньше реализованной продукции, если в отчётном периоде реализуется произведённая ранее продукция. Чистая продукция, часть валовой продукции, которая остаётся за вычетом потребленных в процессе производства средств производства (сырья, материалов, топлива, энергии, а также амортизации производственных основных фондов). С точки зрения образования стоимости Ч. п. представляет собой вновь созданную в отраслях материального производства стоимость Валовая продукция промышленности, часть валового общественного продукта, создаваемая в промышленности. Представляет собой общий результат промышленной производственной деятельности всех промышленных предприятий за определённый период в денежном измерении Валовая продукция промышленного предприятия, объём продукции, произведённой на промышленном предприятии за определённый период, в денежном измерении. В её состав, рассчитанный по данному методу, включаются: стоимость готовых изделий, выработанных за отчётный период всеми цехами предприятия как из своего сырья и материала, так и из сырья и материала заказчика; стоимость полуфабрикатов своей выработки и продукции вспомогательных и подсобных производств, отпущенных за отчётный период на сторону, своему капитальному строительству, для капитального ремонта зданий и сооружений, своему коммунальному хозяйству, своим подсобным с.-х. предприятиям и на разные непромышленные нужды предприятия; стоимость оборудования собственного производства, которое предназначено к установке на данном предприятии, а также стоимость инструментов и приспособлений собственного производства. Валовая продукция с\х часть валового общественного продукта, создаваемая в сельском хозяйстве. Представляет собой продукцию земледелия и животноводства, произведённую за определённый период времени, в денежном выражении. К валовой продукции земледелия относятся все продукты полеводства, луговодства, овощеводства, садоводства и виноградарства, кроме того, прибавляется прирост (или вычитается убыль) стоимости незавершённого производства за год, а также стоимость выращивания молодых многолетних насаждений. Реализация продукции, поступление изготовленной продукции в народно-хозяйственный оборот с оплатой её по существующим ценам. Реализованной считается продукция, отпущенная за пределы промышленного предприятия и оплаченная потребителем, сбытовой или торгующей организацией услуги – действия, направленные непосредственно на потребителя, это виды д-ти, в процессе выполнения которых не создается новый материально-вещественный продукт, но изменяется качество имеющегося. Это блага, предоставляемые в форме д-ти. В экономической теории – это товары, которые могут производится, передаваться и потребляться одновременно.

**Виды лизинга**

**Лизинг** - аренда на срок от 6 месяцев до 15 лет технических средств и сооружений производственного назначения. Лизинг осуществляется на основе договора между лизинговой компанией (лизингодателем), приобретающей имущество за свой счет и сдающей его в аренду, и фирмой-арендатором (лизингополучателем), которая постепенно вносит арендную плату за использование лизингового имущества.

В период действия договора право собственности на лизинговое имущество принадлежит лизингодателю, а право на пользование - лизингополучателю.

ВИДЫ**: 1. Финансовый лизинг** - операция по специальному приобретению имущества в собственность и последующей сдачей его во временное владение и пользование на срок, приближающийся по продолжительности к сроку его эксплуатации и амортизации всей или большей части стоимости имущества. лизингодатель приобретает имущество не для собственного использования, а специально для передачи его в лизинг; претензии по качеству имущества, его комплектности, исправлению дефектов в гарантийный срок лизингополучатель направляет непосредственно продавцу имущества; риск случайной гибели и порчи имущества переходит к лизингополучателю после подписания акта приемки-сдачи имущества в эксплуатацию.

Классический финансовый лизинг характеризуется трехсторонним характером взаимоотношений и возмещением полной стоимости имущества. По заявке лизингополучателя лизингодатель приобретает у поставщика необходимое оборудование и передает его в лизинг лизингополучателю, возмещая свои финансовые затраты и получая прибыль через лизинговые платежи.

**2. Bозвратный лизинг** - двухсторонняя лизинговая сделка. Лизингополучатель является одновременно и "поставщиком" лизингуемого оборудования, собственник оборудования продает его лизинговой компании и одновременно заключает с ней договор лизинга на это же оборудование в качестве лизингополучателя. Преимущества: он может прибегнуть к услугам лизинговой компании в случаях покупка может привести к ухудшению его финансового положения; он получает от лизинговой компании полную стоимость оборудования, возвращает затраченные на закупку оборудования средства, сохраняя при этом за собой право владения и пользования этим оборудованием; он может вести переговоры с лизинговой компанией (которые иногда могут занимать длительное время) уже имея необходимое ему оборудование и используя его.

Эта схема лизинга часто используется именно с целью получения налоговых льгот, предусмотренных для договора финансовой аренды (ускорение амортизации). Является наиболее эффективным и относительно дешевым способом улучшения финансового положения предприятия.

**3. Левередж** (кредитный, паевой, раздельный) лизинг, или лизинг с дополнительным привлечением средств наиболее сложный, так как связан с многоканальным финансированием и используется, как правило, для реализации дорогостоящих проектов. Лизингодатель, покупая оборудование, выплачивает из своих средств не всю его сумму, а только часть. Остальную сумму он берет в ссуду у одного или нескольких кредиторов. При этом лизинговая компания продолжает пользоваться всеми налоговыми льготами, которые рассчитываются из полной стоимости имущества. Кредит берется без права обращения иска на активы лизингодателя. Таким образом, основной риск по сделке несут кредиторы - банки, страховые компании, инвестиционные фонды или другие финансовые учреждения, а обеспечением возврата ссуды служат только лизинговые платежи и сдаваемое в лизинг имущество. На Западе более 85% всех крупных лизинговых сделок построены на основе левередж лизинга.

**4. Лизинг-помощь** в продажах представляет собой осуществление сбыта имущества с использованием лизинга на основании специального соглашения, заключенного между поставщиком (продавцом) имущества и лизинговой компанией.

**5. Сублизинг.** Часто лизинг осуществляется не на прямую, а через посредника. Схематично это выглядит так. Имеется основной лизингодатель, который через посредника, как правило, также лизинговую компанию, сдает оборудование в аренду лизингополучателю. В случае временной неплатежеспособности или банкротстве посредника лизинговые платежи должны поступать основному лизингодателю.

**6. Оперативный лизинг** применяется при небольших сроках аренды оборудования, при котором продолжительность жизненного цикла изделия значительно больше контрактного срока аренды. При оперативном лизинге оборудование не полностью амортизируется за время аренды, и может быть вновь сдано в аренду или возвращено арендодателю. На практике сделки оперативного лизинга не превышают трехгодичного периода.

**7. Мокрый и чистый лизинг**. По объему обслуживания передаваемого имущества лизинг подразделяется на "чистый" и "мокрый" предполагает обязательное техническое обслуживание оборудования, его ремонт, страхование и другие операции, за которые несет ответственность лизингодатель. Кроме этих услуг, по желанию лизингополучателя лизингодатель может взять на себя обязанности по подготовке квалифицированного персонала, маркетинга, поставке сырья и др. Финансовые учреждения и банки редко обращаются к этому виду лизинга, поскольку в их распоряжении отсутствует необходимая техническая база.

В связи с тем, что в России пока еще не сложился рынок лизинговых услуг и практически нет лизинговых компаний, которые могли бы обеспечить качественное техническое обслуживание объектов лизинга, наиболее распространенным видом лизинга является чистый. Чистый лизинг - это отношения, при которых все обслуживание имущества берет на себя лизингополучатель. Поэтому в данном случае расходы по обслуживанию оборудования не включаются в лизинговые платежи. В отношениях "чистого лизинга" участвуют банки, страховые компании и иные финансовые организации, занимающиеся лизинговым бизнесом.

**Сущность аренды и арендных отношений**

**Аренда**— форма имущественного договора, при которой собственность передаётся во временное владение и пользование или во временное пользование арендатору за арендную плату. сельском хозяйстве и добывающих отраслях оплачивается временное пользование землей или недрами включает земельную ренту, амортизацию процента за пользование материальными активами. Плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью.

Объектом аренды признаются движимые и недвижимые вещи, в том числе: земельные участки, предприятия, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие вещи, не теряющие своих натуральных свойств в процессе их использования (такие вещи называются неупотребляемыми). Договор аренды должен чётко определить конкретное имущество, сдаваемое в аренду, т.е. данные, позволяющие индивидуализировать объект аренды, должны быть непосредственно указаны в договоре. Запрещается сдавать в аренду предприятия оборонных отраслей, связи, транспорта, предприятия топливно-энергетического комплекса, здания государственных банков и т.д.

Договор аренды должен быть заключён в письменной в форме если он заключён на срок более одного года и если хотя бы одной из сторон договора является юридическое лицо, независимо от срока договора. Договор аренды недвижимого имущества подлежит государственной регистрации (регистрация договора осуществляется в соответствующем территориальном органе Федеральной регистрационной службы).

Арендодатель - физическое или юридическое лицо, которое предоставляет имущество арендатору за плату во временное пользование и владение или во временное пользование. Сдавать в аренду имущество может только его собственник или лицо, управомоченное на это собственником либо законом.

Арендатор - физическое или юридическое лицо, заключившее договор аренды с другой стороны и оплачивающее пользование и владение или пользование предоставленным имуществом арендодателю. К арендатору гражданское законодательство не предусматривает каких-либо требований и ограничений (за исключением гражданской дееспособности, как и к иным субъектам гражданско-правовых отношений).

По общему правилу срок договора аренды устанавливается соглашением сторон и фиксируется в договоре. Если же срок в договоре не определён, то такой договор считается заключённым на неопределённый срок. Такой случай позволяет сторонам договора в любое время отказаться от его исполнения, но заранее предупредив об этом другую сторону за один месяц, а при аренде недвижимого имущества за три месяца.

1. Бессрочный: срок договора не определён соглашением сторон

2 .Долгосрочный: 5- 20 лет

3. Среднесрочный: 1-5 лет

4. Краткосрочный: до 1 года

**Особенности продажи лицензий**

Лицензия — документ (соглашение), дающий право на выполнение некоторых действий.

Лицензирование — процесс выдачи специального разрешения (лицензии).

Лицензиар — одна из сторон лицензионного соглашения, предоставляющая другой стороне - лицензиату право на использование объекта лицензии (изобретения, технологии, технического опыта и прочих форм промышленной собственности).

Лицензиат — Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие лицензию на осуществление конкретного вида деятельности.

Лицензионные условия — условия, при соблюдении которых лицензия действительна.

Отдельные виды деятельности лицензируются, то есть, ими разрешено заниматься только после предварительного получения разрешения от властей — лицензии.

В России перечень лицензируемых видов деятельности установлен федеральным законодательством, а именно, законом РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» и законом РФ «О связи».

**Договор как способ совершения сделки**

Договор одна из наиболее древних правовых конструкций. В нашей стране до недавнего времени договор как таковой терял свой основной признак- изъявление воли сторон, так как она была продиктована гос-вом. В современных условиях роль договоров возросла - это тенденция в первую очередь связана с коренной перестройкой экономической системы страны, признания частной собственности и постепенное занятие ею командных высот в экономике. практически весь текст Гражданского кодекса решает задачу регулирования договоров. При переходе российского общества к рыночной экономике неуклонно усиливается значения договора, который становится основной правовой формой имущественных отношений между всеми участниками гражданского оборота Сделки: устные и письменные. Договор - соглашение между двумя или большим числом лиц, направленное на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей в отношениях между сторонами. Договор признается заключенным, когда стороны выражают (в требуемой законом форме) согласие по всем существенным его пунктам. Договор - гражданское правоотношение, возникшее из договора. Договор - документ, в котором изложено содержание договора, заключенного в письменной форме. Договор - это наиболее распространенный вид сделок

ГК прямо называет около 30 законов, из которых примерно 20 приходятся на долю актов, посвященных договорам (законы об ипотеки, поставках товаров для государственных нужд, электроснабжении, подряде для государственных нужд, страховании, а также транспортные уставы и кодексы и др.).

**Особенности договора купли продажи**

Договор одна из наиболее древних правовых конструкций. В нашей стране до недавнего времени договор как таковой терял свой основной признак- изъявление воли сторон, так как она была продиктована гос-вом. В современных условиях роль договоров возросла - это тенденция в первую очередь связана с коренной перестройкой экономической системы страны, признания частной собственности и постепенное занятие ею командных высот в экономике практически весь текст Гражданского кодекса решает задачу регулирования договоров. При переходе российского общества к рыночной экономике неуклонно усиливается значения договора, который становится основной правовой формой имущественных отношений между всеми участниками гражданского оборота Сделки: устные и письменные. Договор - соглашение между двумя или большим числом лиц, направленное на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей в отношениях между сторонами.

Купля- продажа - один из важнейших институтов гражданского права и самый распространенный договор гражданского оборота. Известная нам история правового регулирования насчитывает почти четыре тысячи лет.

Переход от менового хозяйства к товарному повлек изменения в понятии договора купли-продажи: появилось обязательство по оплате товара деньгами, вместо обмена на другой товар.

Основополагающим актом, регулирующим куплю-продажу, является Гражданский кодекс РФ, глава 30 регулирует этот договор. Однако наряду с ГК РФ отношения купли-продажи регулируются также другими законами и подзаконными актами (указы Президента РФ, постановления правительства РФ и т.д.). продавец обязуется передать товар в собственность покупателя, а последний обязуется принять товар и уплатить за него неопределенную цену. К договору: срок возврата (сроки годности) Законом РФ “О защите прав потребителей”. Договор является возмездным, консенсуальным, двусторонним. Договор купли-продажи в курсе Обязательственного права всегда стоит на первом месте и это не случайно, т.к. он является основным и базовым договором и занимает очень большую нишу в сфере гражданско-правовых обязательств

**Содержание договора поставки**

Договор одна из наиболее древних правовых конструкций. В нашей стране до недавнего времени договор как таковой терял свой основной признак- изъявление воли сторон, так как она была продиктована гос-вом. В современных условиях роль договоров возросла - это тенденция в первую очередь связана с коренной перестройкой экономической системы страны, признания частной собственности и постепенное занятие ею командных высот в экономике практически весь текст Гражданского кодекса решает задачу регулирования договоров. При переходе российского общества к рыночной экономике неуклонно усиливается значения договора, который становится основной правовой формой имущественных отношений между всеми участниками гражданского оборота Договор купли-продажи и его разновидность - договор поставки, относятся к числу традиционных институтов гражданского права, имеющих многовековую историю развития Поставка -- один из наиболее распространенных в сфере предпринимательской деятельности договоров. Он опосредует возмездное перемещение материальных благ в народном хозяйстве, без которого немыслимо нормальное функционирование экономики. Поставка является разновидностью купли-продажи и иногда называется предпринимательской, или торговой, куплей-продажей. По договору поставки (далее - договор) поставщик обязуется в обусловленные сроки (срок), не совпадающие (не совпадающий) с моментом заключения договори, передавать (передать) покупателю в собственность (полное хозяйственное ведение или оперативное управление) товар, предназначенный для предпринимательских или иных целей, не связанных с личным (семейным, домашним) потреблением, а покупатель обязуется принимать (принять) товар и платить (уплатить) за него определенную цену. За нарушение обязанностей по договору поставки взыскиваются неустойка (штраф, пеня) и убытки. Договор является возмездным, консенсуальным, двусторонним

**Понятие сделки, их виды и формы**

В наше время сделки приобретают актуальное значение, так как объем и значимость с каждым годом возрастают.

Сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей.

Сделка — действия сторон, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей. Вероятно, одним из самых древних видов сделки является договор мены (обмен).

ВИДЫ: Односторонняя сделка создаёт обязанности для лица, совершившего такую сделку. Она может создавать обязанности для иных лиц лишь в том случае, когда возникновение таких обязанностей в зависимости от действий лица, совершающего сделку, прямо предусмотрено законодательством или соглашением с этими лицами. К односторонним сделкам, например, относятся: дарение, выдача доверенности, оферта (предложение лица заключить договор), акцепт(ответ на принятие оферты) и т. д.; Сделки, не попадающие под определение односторонних, являются двух- или многосторонними и имеют особенное название: договор. От гражданско-правовых сделок следует отличать т.н. процессуальные сделки, то есть действия, которые создают, изменяют и прекращают права и обязанности не в сфере материального права, а исключительно процессуальные права и обязанности. К процессуальным сделкам, например, относятся мировое соглашение, третейская запись, признание иска, отказ от иска и т.д.

Сторонами сделки являются субъекты, чьи права и обязанности изменяются в результате действий, образующих саму сделку. Иные лица в отношении к сделке называются третьими лицами

Сделка может быть совершена в устной или письменной форме. Письменная форма, в свою очередь, может быть простой или нотариальной. Зачастую сделка предваряется рамочным соглашением. Для осуществления валютного контроля сделки может быть оформлен паспорт сделки.

Устная форма сделки представляет собой действия сторон сделки, из которых следует их воля совершить сделку некоторых случаях законом может быть предусмотрена обязательная государственная регистрация сделки. Например, государственной регистрации подлежат сделки с землей и другим недвижимым имуществом. Также законом может быть предусмотрена государственная регистрация сделок с движимым имуществом определенных видов.

**Общие положения об обязательствах в соответствии с ГК РФ**

Обязательство - это разновидность гражданских правоотношений, взаимоотношение лиц, возникающее в силу того, что одно лицо обязано совершить определенное действие в пользу другого лица.

Таким образом, обязательство представляет собой относительное имущественное отношение, в котором один участник (должник) обязан совершить в пользу другого (кредитора) определенное действие или воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанностей.

Содержание обязательств может быть чрезвычайно разнообразно: обязанности передать кредитору какую-либо вещь, что-либо сделать или не сделать, возместить причиненный вред. Обязательные отношения возникают из договоров или других оснований. Многие из них устанавливаются самим законом (алименты по семейному праву). От оснований возникновения: 1. Договорные обязательства - возникают на основе заключения договора, определяется не только законом, но и соглашением лиц (по кредитованию, по выполнению работ). 2. Внедоговорные обязательства - предполагают в качестве своего основания другие юридические факторы, зависящие только от закона или закона и воли одной из сторон в обязательстве. Способы обеспечения выполнения: неустойка (пени), порука, гарантия, залог.

**Договор аренды, его содержание и роль**

Аренда — форма имущественного договора, при которой собственность передаётся во временное владение и пользование или во временное пользование арендатору за арендную плату. сельском хозяйстве и добывающих отраслях оплачивается временное пользование землей или недрами включает земельную ренту, амортизацию процента за пользование материальными активами. Плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью.

Объектом аренды признаются движимые и недвижимые вещи, в том числе: земельные участки, предприятия, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие вещи, не теряющие своих натуральных свойств в процессе их использования (такие вещи называются неупотребляемыми). Договор аренды должен чётко определить конкретное имущество, сдаваемое в аренду, т.е. данные, позволяющие индивидуализировать объект аренды, должны быть непосредственно указаны в договоре. Запрещается сдавать в аренду предприятия оборонных отраслей, связи, транспорта, предприятия топливно-энергетического комплекса, здания государственных банков и т.д.

Договор аренды должен быть заключён в письменной в форме если он заключён на срок более одного года и если хотя бы одной из сторон договора является юридическое лицо, независимо от срока договора. Договор аренды недвижимого имущества подлежит государственной регистрации (регистрация договора осуществляется в соответствующем территориальном органе Федеральной регистрационной службы).

Договором аренды признается гражданско-правовой договор, в силу которого арендодатель обязуется предоставить арендатору определенное имущество во временное владение и пользование или во временное пользование, а арендатор должен уплачивать за это арендодателю арендную плату. При этом плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования в соответствии с договором арендованного имущества, являются его собственностью.

Аренда играет огромную роль в имущественных правоотношениях между хозяйствующими субъектами, а также в развитии экономики нашей страны и расширения сферы деятельности предпринимателей, прежде всего как способ минимизации предпринимательского риска и возможности получения дохода от вложений средств. Аренда предприятий, транспортных средств….

Договор финансовой аренды (лизинга). Договор финансовой аренды (договор лизинга) - гражданско-правовой договор, в соответствии с которым арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование для предпринимательских целей. Договор лизинга - новый для отечественного законодательства вид договорных арендных обязательств. С другими разновидностями аренды договор лизинга объединяет то, что имущество передается арендодателем арендатору во временное владение и пользование.

**Основные виды и способы торговли на товарном рынке**

Важнейшее условие – само существование рынка. Если у покупателей пока нет выбора при покупке товаров, если качество и цена диктуются исключительно производителями - монополистами, то их желания и потребности никем учитываться не будут. **Рынок** - это механизм формирования и движения воспроизводственных процессов, форма связи производства и потребления, а также различных видов коммунал-хоз. движения посредством купли-продажи товаров, капиталов, рабсилы, технологий, информации. Товарный рынок позволяет: следить за изменением спроса и приспосабливаться к нему побуждать производителей к выпуску новых товаров -расширять и совершенствовать коммунал-хоз. Связи - рационально направлять товарный поток от производителя к потребителю хранить товарные запасы предоставлять услуги

Субъектами товарного рынка являются продавцы и покупатели товара, его объектом - товар (продукция, работы, услуги). Виды: оптовые, мелкооптовые, розничные.

**Товарная биржа** - это регулярно функционирующие торговые дома, предприятия, организации в форме аукционных обществ, с правом юридического лица, членами которого могут выступать предприятия и организации, отдельные лица. Главная цель-организация проведения свободных торгов, продаж, заключения контрактов и хоздоговоров по закупкам и продаже товаров позволяет сглаживать колебания цен на конкретный товар

Торговый дом крупная оптово-розничная фирма, интегрированную в сферу производства и финансов. Это тип крупных торговых предприятий, организаций, особенностью которых является активное проникновение в сферу производства товаров, организация кооперации производства товаров, участие в кредитно-финансовых операциях. действуют обычно как акционерные общества. Образуются путём преобразования товарных бирж, оптовых баз, крупных предприятий розничной торговли

**Комиссионная торговля** - предприятия, не закупает товары, а совершает операции по купле-продаже от своего имени, но за счёт клиентов, (продавцов, покупателей) самостоятельные, независимые предприятия, специализирующейся на выполнении поручений клиентов по купле продаже непродовольственных товаров, а также представлении их интересов на фьючерсной бирже существуют для оказания услуг малым предприятиям, и лицам занимающейся индивидуальной трудовой деятельностью.

**Ярмарки** (ежегодный рынок) - периодическое мероприятие, т.е. товарный рынок, организуемый регулярно в отведённом месте, в определённый период, с одновременным массовым участием работников промышленности, сельского хозяйства, строительства, торговли, других отраслей, а также посреднических предприятий и организаций. дают возможность изготовителям, потребителям, посредникам, вступать в коммерческие контакты. дублирует деятельность товарных бирж, но есть отличие нет биржевого ажиотажа, биржевого пресса, меньше посредников, цены стабильнее, а для покупателей доступнее, проще, дешевле. Ярмарка это место встреч представителей деловых кругов для поддержания ими непосредственных связей, установления новых или расширения действующих коммерческих контактов. Проводятся в специальных или арендованных помещениях. организуются за счёт средств участников. по графику

**Аукцион** - приобретение товара с публичных торгов на конкурсной основе. К товару предъявляются высокие требования. Аукционная торговля - способ продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, вид рабочей торговли, при которой продавцы максимально используют прямую конкуренцию, возникающую между присутствующими при продаже покупателями. Аукционный способ продажи применяется, когда необходимо срочно реализовать товары, используя при этом их дефицитность и уникальность. Используется для выявления реального спроса и предложения на товар применяется для привлечения на товарный рынок материально-технических средств. Выпускаются каталоги, где товары представлены по группам и указаны номера лотов. Для участия в аукционе нужно подать заявку и внести залог.

**Особенности организации торговли на товарных биржах**

Рынок требует гибкости производства, его восприимчивости к экономическим достижениям.

Эффективное функционирование производства невозможно без наличия адекватной ему сферы обращения – один из основных элементов – товарные биржи. Товарные биржи способствуют обеспечению непрерывности процесса расширенного воспроизводства и ускорению кругооборота общественного продукта Биржа как сегмент общего рынка выполняет функции сбалансирования спроса и предложения путем открытой купли-продажи, упорядочения и унификации рынка товарных и сырьевых ресурсов, стимулирования развития рынка, экономического индикатора.

Биржевая торговля организуется торговцами для облегчения процесса торговли, для выработки более эффективного механизма и впоследствии, хеджирования (защита, страховка от неблагоприятного изменения цен). Биржа - это классический институт рыночной экономики, который формирует оптовый рынок товаров.

Товарная биржа - это регулярно функционирующие торговые дома, предприятия, организации в форме аукционных обществ, с правом юридического лица, членами которого могут выступать предприятия и организации, отдельные лица. Главная цель-организация проведения свободных торгов, продаж, заключения контрактов и хоздоговоров по закупкам и продаже товаров. Позволяет сглаживать колебания цен на конкретный товар

Торговый дом крупная оптово-розничная фирма, интегрированную в сферу производства и финансов. Это тип крупных торговых предприятий, организаций, особенностью которых является активное проникновение в сферу производства товаров, организация кооперации производства товаров, участие в кредитно-финансовых операциях. действуют обычно как акционерные общества. Образуются путём преобразования товарных бирж, оптовых баз, крупных предприятий розничной торговли

Биржа, с точки зрения организационной основы, это хорошо оборудованное рыночное место, предоставляемое брокерам и дилерам, т.е. профессионалам биржевого дела. С экономической точки зрения, это организованный в определенном месте регулярно действующий по установленным правилам оптовый рынок, на котором происходит торговля ценных бумаг, оптовая торговля по образцам и стандартам, по договорам и контрактам на их поставку в будущем, а также продажа валюты и редкоземельных металлов по ценам официально установленным на основе спроса и предложения.

Биржа является юридическим лицом, обладающим обособленным имуществом, может быть истцом и ответчиком в суде, арбитражном суде (третейском суде).

Биржа - организующая, систем образующая часть рыночной структуры. Задачи биржи - не снабжение экономики сырьем, капиталом, валютой, а организация, упорядочение, унификация рынков сырья, капитала и валюты развитых капиталистических странах бирж реального товара практически не осталось

Однако институт товарной биржи не потерял своего значения, а трансформировался в рынок прав на товар, или в так называемую фьючерсную биржу. Именно она является основой в коммерции западных стран.

Фьючерсная биржа — форма товарной биржи, торговля на которой ведется фьючерсными контрактами. Торговлю на фьючерсной бирже по сравнению с торговлей реальным товаром на товарной бирже отличают: преимущественно фиктивный характер сделок; косвенная связь с рынком реального товара через хеджирование; полная унификация всех условий контракта, кроме цены; участие расчетной палаты в расчетах между покупателем и продавцом.

**Процедура проведения ярмарок и аукционов**

Рынку необходимы самостоятельные, хозяйственно независимые организации - гибкие, оперативные - ярмарки дают возможность широкому кругу изготовителей, потребителей, посредников вступать в непосредственные коммерческие контакты, содействующие регулированию спроса и предложения, активизации хозяйственной инициативы сторон. Возможности пропаганды надёжности изготовителя, его имиджа, уровня технического обслуживания. Результаты позволяют изготовителям принимать решения о выпуске продукции, обновлении ассортимента и номенклатуры, повышении качества, улучшении дизайна. Ярмарки представляют собой периодические мероприятия, проводимые с участием работников посреднических организаций, торговли, промышленности, сельского хозяйства и других отраслей для совершения покупок и продажи. **ЭТАПЫ:** 1. Предварительный - принятие решения и подготовку приказа о проведении создается ярмарочный комитет и формируется рабочая группа - информационные письма для участников с полной информацией об условиях. рекламная брошюра с подробной информацией об условиях участия. При любой форме участия необходимо за 15 дней до открытия ярмарки внести регистрационный взнос и оформить заявку на участие, включающую подробную информацию о клиенте ярмарки, его реквизитах, требованию по размещению экспозиций. Основными источниками доходов от проведения - плата за участие, аренду под экспозиции, транспорт, аренду складских площадей, бронирование и приобретение билетов, осуществление погрузочно-разгрузочных и транспортно-экспедиторских работ. 2. Организационный - подготовка рекламного каталога, включающего всех участников ярмарки, подавших заявки публикуется и другая новейшая рекламная научная и научно-техническая информация передовых фирмах включает также оперативную работу по размещению гостей, организации их досуга, проведению ежедневных показательных ярмарочных торгов, презентаций. 3. Заключительный подведение итогов с выделением положительных и отрицательных сторон в работе ярмарки. основа для принятия стратегических решений по дальнейшей перспективе ярмарочной торговли.

По масштабу: 1. Международные. 2. Всероссийские соединяют интересы большого количества предприятий, объединений с различными направлениями хозяйственной деятельности, специализации производства. 3. Зональные привлекают к участию весьма значительное количество организаций, предприятий ряда близлежащих регионов. 4. Региональные (областные, районные) ярмарки функционируют для оперативного удовлетворения потребителей необходимыми товарами. Ярмарки работают по графику с предварительной установкой времени и места.

Ещё одним видом оптовой и розничной торговли является **аукционная торговля**, при которой продавец с целью получения наибольшей прибыли использует конкуренцию покупателей, присутствующих при продаже.

**Аукцион** - продажа таких товаров, которые обладают индивидуальными свойствами и ценностями. Их реализация осуществляется с публичного торга в определённом месте и в заранее установленное время. Бывают на повышение или понижение цены в гласной или негласной форме.

Аукцион - приобретение товара с публичных торгов на конкурсной основе. К товару предъявляются высокие требования. Аукционная торговля - способ продажи товаров, обладающих индивидуальными свойствами, вид рабочей торговли, при которой продавцы максимально используют прямую конкуренцию, возникающую между присутствующими при продаже покупателями. Аукционный способ продажи применяется, когда необходимо срочно реализовать товары, используя при этом их дефицитность и уникальность. Выпускаются каталоги, где товары представлены по группам и указаны номера лотов. Для участия в аукционе нужно подать заявку и внести залог. на понижение цены - голландские аукционы. Они начинаются с объявления первоначально явно завышенной цены, которая постепенно понижается до той, по которой один из участников торга не выразит согласие продать свой товар. Порядок распределения выручки между организаторами аукциона и владельцами товаров предусмотрен в подписанном аукционном соглашении.

**Культура предпринимательства**

Основу рыночной экономики любой страны составляет предпринимательство, осуществляемое малыми и средними предприятиями. Российское предпринимательство - явление многомерное и многоаспектное. Специфика экономического развития страны сказывается в специфике формирования и развития каждого слоя экономических агентов, в том числе и российских предпринимателей. основными тенденциями в формировании культуры отечественного предпринимательства являются, с одной стороны, высокая интенсивность труда, с другой стороны - ограниченный спектр возможностей снять “трудовой стресс” (чтение, телевизор, дети, дача). В то же время настораживают данные об объемах выпивки российских предпринимателей - велика опасность того, что этот еще не окончательно сформировавшийся социальный слой, призванный быть опорой реформ, подвергнется разрушительному воздействию алкоголя; положительным фактором формирования культуры отечественного предпринимательства можно назвать часто встречающуюся мотивацию “приносить пользу людям, стране”; в среде предпринимателей велика роль фактора материальной заинтересованности в результатах своего труда, но этот фактор не является доминирующим.

Культура предпринимательства как проявление правовых и этических критериев (норм) включает следующие отношения: с государством, с обществом, с потребителями, со служащими, с партнерами, с конкурентами и другими хозяйствующими субъектами, а также соблюдение действующих правовых актов, стандартов, правил, норм, прямо или косвенно влияющих на развитие предпринимательства. На формировании предпринимательской этики сказываются формы общественного сознания (менталитета) и общественных отношений.

Предпринимательский этикет представляет собой совокупность правил поведения предпринимателя, регулирующих его внешние проявления с окружающим миром, с другими предпринимателями, конкурентами, сотрудниками, со всеми индивидуумами, с которыми предприниматель контактирует не только при осуществлении своего бизнеса, но в любой жизненной ситуации.

**Мотивы предпринимательства**

Основу рыночной экономики любой страны составляет предпринимательство, осуществляемое малыми и средними предприятиями.

Предпринимательство, бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Эффективность оценивается не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса (рыночной стоимости предприятия). Развитие предпринимательства ведет к росту национального богатства и благосостояния нации.

Этика предпринимательства. 1. Обязательность. Первоначально жесткой экономической ответственностью за обязательство, оформленное документально. Однако со временем главным гарантом соблюдения даже устных соглашений становится стремление сохранить “имидж”, образ обязательного партнера. Потеря этого образа грозит разрывом устоявшихся связей. 2. Честное соперничество. Нечестное поведение всегда имеет своим последствием потерю партнеров и клиентов, что отрицательно сказывается на финансовых результатах бизнеса. 3. Общая высокая культура и образованность. Больше шансов преуспеть у человека, способного мыслить глубоко и масштабно, а для этого необходима осведомленность в достаточно широкой области знаний. Более того, от предпринимателя требуется «опережающее мышление», т.е. позволяющее прогнозировать развитие ситуации. Контактность, умение общаться с людьми, заинтересовать их, мобилизовать на достижение поставленных целей.

**Внутренняя и внешняя среда предпринимательской деятельности**

Одним из ключевых понятий является понятие окружающей маркетинговой среды - совокупность субъектов и сил (факторов), активно действующих и влияющих на конъюнктуру рынка и эффективность деятельности субъектов. Принято различать макро- и микросреду. Макросреда - факторы широкого социального плана: политические, правовые, экономические, демографические, географические, национальные, социокультурные, научно-технические, технологические (действуют все)

Внешняя среда: 1. Социальная - рост населения, развитие культуры и образования определяют характер потенциального рынка, изменение потребностей в количестве и качестве потребляемых благ (продуктов, жилья, комфорта, отдых---мотивация к изменению производства благ).2. правовая - нормы права регулируют поведение и способствуют разрешению конфликтов между ними и обществом в целом, поэтому совершенствуются законодательство, контрастное право, защита потребителя; 3. государственная - государство в экономической сфере может играть три различные роли: невмешательство в процессы экономики (свободный рынок); радикальное вмешательство в экономику (социализм и коммунизм); прагматическое вмешательство в экономику, т.е. согласование политических воззрений, индивидуальной инициативы, прибыльной мотивации, рыночных сил (регулируемый рынок); 4. политическая- под влиянием политических событий и решений, аналогично этому политические факторы могут оказывать воздействие на операции в сфере международного бизнеса; 5. технологическая - динамика спроса и предложения на рынке труда, ресурсов и финансов влияет на темпы инновационных процессов, силы конкуренции стимулируют развитие технологий; 6. экономическая - производство продукции и услуг всегда находится в конкретной связи с экономической средой: уровнем занятости, платежным балансом, темпами экономического роста; 7. ресурсная - необходимо научиться получать неограниченное количество ресурсов, не нарушая при этом устойчивости и равновесия параметров окружающей среды.

Многие "внутренние" проблемы вызываются "внешними" причинами - несовершенством законодательства, противоречивостью макроэкономических процессов, ненадежностью партнеров, недоверчивостью клиентов, агрессивностью конкурентов: Значимость внешней среды для компании невозможно переоценить. Именно она заставляет искать свою "нишу" в рыночном пространстве, определяет стратегию и тактику, внутреннюю структуру вуза, направления его развития.

Внутренняя среда корпорации - это ее организационное строение и внутренние ситуационные факторы. 1. финансы и бухгалтерский учет - аспекты бизнеса, которые включают управление средствами (расход, изменение денежных масс), сбор, обработку и анализ финансовых данных; 2. обеспечение ресурсами - совершенствование системы материально-технического снабжения корпорации материалами и полуфабрикатами, машинами и энергетическими ресурсами; 3. кадровая функция - обеспечение производственной и других сфер людскими ресурсами 4. производственная - функционирования производственного процесса в зависимости от цели производственной функции, принятие решений в сфере технологий, календарного планирования, запасов производства, а также контроля качества; 5. функция развития продукта и процесса производства (R&D) - организация проведения исследований процессов, разработка высоких технологий, 6. функция развития материально-технического обеспечения производства - совершенствование деятельности инструментального хозяйства, ремонтных служб и служб технологической оснастки. 7. маркетинг - особый вид деятельности по прогнозированию, выявлению и удовлетворению требований потребителей.

**Предпринимательская идея и ее выбор**

Предпринимательство, бизнес — самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Эффективность оценивается не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса (рыночной стоимости предприятия). Может осуществляться юридическим лицом или непосредственно физическим лицом. В России, в отличие от многих других стран, для ведения предпринимательской деятельности физическому лицу требуется регистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Предпринимательством можно заниматься в разных сферах. Помимо общего предпринимательства, выделяют социальное и технологическое предпринимательство (в сфере технологий).

Новая предпринимательская идея, прежде всего, зарождается из знания предпринимателем собственного производства, собственного дела нужд людей, которые на него работают, расстановки на его производстве или в его фирме специалистов, управляющего персонала, он должен знать потребности рынка, какие претензии у потребителей к качеству его продукта, есть ли возможности расширить свою долю рынка за счёт увеличения поставок этого продукта или товара. В - третьих, для него важны партнёрские связи: что нового у его партнёров. Основным для предпринимателя является осведомлённость о собственном деле об окружающем его мире, в основе всего - информация. А зарождение предпринимательской идеи связано с анализом предпринимателем своего производства, рынка и существующей системы партнёрских связей. Анализ рынка проводиться в определённой последовательности: 1) определение соотношения на рынке между спросом и предложением товара, который собирается производить предприниматель; 2) выявление потенциальной цены товара: какую цену за предлагаемый товар он может ожидать. 3) определение собственных расходов, связанных с производством товара. Расходы предпринимателя, связанные с производством товара, называются издержками производства. 4) выявление возможного эффекта от реализации идеи. Под эффектом в данном случае понимается предпринимательская прибыль. 5) Экспертная оценка полученной информации и принятие предпринимательского решения. Вывод: предприниматель, прежде чем приступить к организации своего дела, должен проанализировать свою идею. Он также не должен забывать о том, что каждый товар имеет свой жизненный цикл, состоящий из 4-х стадий: ввода товара на рынок, роста, зрелости и старения. При разработке новых товаров важно учитывать соотношение жизненных циклов разрабатываемого товара.

**Основные элементы конкурентоспособности товара**

Конкурентоспособность товара — способность продукции быть более привлекательной для покупателя по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения, благодаря лучшему соответствию своих качественных и стоимостных характеристик к требованиям данного рынка и потребительским оценкам.

Конкурентоспособность отдельного товара (услуги) определяется как его преимущество по сравнению с каким-то другим товаром (аналогичным или товаром-заменителем) при решении потенциальным покупателем (заказчиком) своих проблем.

В общем, виде, конкурентоспособность - это сравнительное преимущество.

1. Конкурентоспособность товара можно определить лишь при сравнении (сопоставлении) его свойств с товарами конкурентов, либо с гипотетическим товаром-эталоном. 2. В конечном счете, более конкурентоспособным товаром является тот, который дает преимущества при решении последним своих проблем. 3. не является постоянным качеством товара. Следовательно, фирмы должны постоянно совершенствовать товар с целью более полного удовлетворения потребностей потребителя. 4. определяется совокупностью показателей: цена, качество, упаковка (внешний вид), гарантийное обслуживание и т.д. Ни один из них в отдельности не дает полного представления о преимуществе товара.