Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

**Кыргызско - Российский Славянский Университет**

**Кафедра Экономической теории**

**Курсовая работа**

**«Фирма как субъект рынка»**

Выполнила ст. гр. БиА 1-08: Ахметова С.

Проверила: Гусева В. И.

Бишкек 2009

**План:**

**Введение………………………………………………………………………...3**

**Глава 1:**

**Фирма - ее структура, цели и задачи………………………………………….7**

1.1.Фирма и предприятие…………………………………………………………7

1.2.Место фирмы в предпринимательстве …………………………………….10

1.3.Цели и функции фирмы……………………………………………………..15

1.4.Важнейшие показатели эффективности фирм……………………………..19

**Глава 2:**

**Организационные формы производства……………………………………22**

2.1. Организационно-правовая форма………………………………………….22

2.2. Организационно-экономическая форма…………………………………...32

**Глава 3:  
Фирма как субъект рыночных отношений………………………………...36**

3.1. Механизм функционирования предприятия……………………………...36

3.2. Конкурентоспособность фирмы…………………………………………...38

3.3.Стратегическое планирование……………………………………………...40

**Глава 4:**

**Предпринимательский потенциал Кыргызстана и России……………...45**

4.1. Характерные черты предпринимательского потенциала России……….45

4.2. Характерные черты предпринимательского потенциала Кыргызстана...47

**Заключение……………………………………………………………………..50**

**Список использованной литературы……………………………………….54**

**Введение**

Проблема данного исследования носит актуальный характер в современных условиях. Об этом свидетельствует частое изучение поднятых вопросов. Тема "Фирма как субъект рынка" изучается на стыке сразу нескольких взаимосвязанных дисциплин. Для современного состояния науки характерен переход к глобальному рассмотрению проблем тематики "Фирма как субъект рынка".

Фирма является главным звеном рыночной экономики, поскольку только с помощью фирм происходит интенсивное функционирование и развитие рыночных отношений. Поведение фирмы на рынке имеет большое значение не только для предпринимателя и сотрудников фирмы, но и для других групп субъектов. Изучение поведения фирм является необходимым условием выработки экономическими агентами адекватных решений как на микроуровне, так и на макроуровне. Фирма как экономическое явление интегрирует и организует экономику на микроуровне. Совокупность же фирм определяет эффективность национальной, региональной и мировой экономики в целом. Фирма всегда стоит в центре рыночной экономики, и её функционирование непосредственно сказывается на рыночных отношениях.

Рыночная экономика на примерах большинства государств мира показала себя как наиболее эффективный способ ведения хозяйствования в стране. Хотя в чистом виде рыночная экономическая система практически нигде не существует, в использующих её государствах она присутствует в той или иной степенью социальной направленности и государственного вмешательства. Но, несмотря на все корректировки, основа, определяющая суть рыночной экономики остаётся одинаковой. В эту основу кроме всего прочего входит и фирма как основной субъект экономической деятельности, проводимой человеком.

Фирма проводит разнообразные операции (осуществляет деятельность) с целью получения прибыли и удовлетворения общественных потребностей. Тем самым характер деятельности фирмы сводится к двум выгодам - прибыль для фирмы и удовлетворение потребностей - для потребителя.

Именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги. На фирме сосредоточены наиболее квалифицированные кадры. Здесь решаются вопросы экономного расходования ресурсов, применения высокопроизводительной техники и технологий. На фирме добиваются снижения до минимума издержек производства. Разрабатываются бизнес-планы, применяется маркетинг, осуществляется эффективное управление - менеджмент. Все это требует глубоких экономических знаний. В условиях рыночных отношений выживет лишь та фирма, которая наиболее грамотно и компетентно определит требования рынка, создаст и организует производство продукции, пользующаяся спросом, обеспечит высоким доходом высококвалифицированных работников. Ключевой фигурой рыночных отношений выступает предприниматель. Статус предпринимателя приобретается посредством государственной регистрации фирмы. При этом субъектом предпринимательской деятельности может быть как отдельный гражданин, так и объединение граждан. Таким образом, фирма - это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Из этого определения ясно, что цель деятельности фирмы - удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли. Ещё недавно основной целью фирмы называлось удовлетворение общественных потребностей. Можно ли сегодня, в условиях рыночных отношений, отбросить, исключить эту цель и ставить единственной целью получения максимально возможной прибыли? Я полагаю, что нет. Действительно, основная цель предпринимательства - получения прибыли, но нелюбой ценой. Цивилизованные рыночные отношения требуют разумного сочетания обеих целей.

Фирмы бывают разного размера - один частный предприниматель или корпорация с многотысячным штатом сотрудников, в зависимости от количества занятых (а, следовательно, и от размеров производственной деятельности) фирмы делятся на мелкие, средние и крупные. Нормативы для отнесения фирм к той или иной категории в разных странах различны. Как правило, мелкой считается фирма с численностью работающих 100 человек, а крупной - более 500 человек.

Фирма - это имущественный комплекс, используемый собственниками этого имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В состав фирмы входят все виды имущества, предназначенные для ее деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, нереализованную продукцию, права требований, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие ее деятельность (фирменное наименование, товарные знаки), и другие исключительные права.

Каждая фирма (индивидуальная или коллективная) имеет свою внутреннюю структуру и статус, размеры и сферы деятельности, в которых она наиболее эффективна. Фирма - основной агент рыночной системы любой современной страны. Как за рубежом, так и в Кыргызстане имеет место значительное многообразие типов фирм. Все формы предпринимательства имеют свои преимущества и недостатки.

Целью этой курсовой работы является рассмотрение фирмы, как основы рыночной экономической системы, объяснить существование фирмы и найти причины, предопределяющие ее деятельность. В рамках достижения поставленной цели мною были поставлены и решения следующие задачи:  
1. Изучить теоретические аспекты и выявить природу "Фирма как субъект рынка";  
2. Сказать об актуальности проблемы "Фирма как субъект рынка" в современных условиях;  
3. Изложить возможности решения тематики "Фирма как субъект рынка";  
4. Обозначить тенденции развития тематики "Фирма как субъект рынка".

Работа имеет традиционную структуру и включает в себя введение, основную часть, состоящую из 4 глав, заключение и список использованной литературы. Глава первая раскрывает общие вопросы и рассматривает фирму как одну из инструментов реализации рыночной экономики. Определяются основные понятия, обуславливается актуальность звучание вопросов "Фирма как субъект рынка". В главе второй более подробно рассмотрены организационные формы производства содержание и современные проблемы "Фирма как субъект рынка". Глава третья рассматривает механизм, конкурентоспособность и стратегическое планирование фирм. Глава четвертая имеет практический характер и на основе отдельных данных делается анализ предпринимательского потенциала Кыргызстана и России.

Источниками информации для написания работы по теме "Фирма как субъект рынка" послужили базовая учебная литература, фундаментальные теоретические труды крупнейших мыслителей в рассматриваемой области, результаты практических исследований видных отечественных и зарубежных авторов, статьи и обзоры в специализированных и периодических изданиях, посвященных тематике "Фирма как субъект рынка", справочная литература, прочие актуальные источники информации.

Поскольку современная экономика представляет собой достаточно динамично развивающийся и эволюционирующий механизм, при рассмотрении фирмы как субъекта современной экономики целесообразно опираться не только на теоретические исследования, но и на регулярно публикуемые в периодических изданиях статьи по данной тематике. В данной работе, наравне с выкладками из ряда учебников и монографий, использована информация из наиболее распространенных в Кыргызстане экономических журналов, таких как «Вопросы экономики», «Вестник академии наук» и д.р.

**Глава 1**

**Фирма, её структура цели и функции**

* 1. **Фирма и предприятие**

«Фирма» и «предприятие» кардинально различные категории экономической науки, хотя в литературе (зарубежной и отечественной) они отождествляются. Предприятие – это реальное предприятие (включая землю и капитал), выполняющее одну или более функций в производстве (изготовлении и сбыте) товаров и услуг[[1]](#footnote-1). Предприятиями являются металлургический завод и парикмахерская, аэропорт и автобусный парк, угольная шахта и магазин и т.д. Фирма - это организация, использующая ресурсы для производства товаров или услуг с целью получения прибыли, владеющей или управляющей одним или несколькими предприятиями[[2]](#footnote-2). Фирма - основной агент рыночной системы любой современной страны. Как за рубежом, так и в России имеет место значительное многообразие типов фирм.

Фирма - это имущественный комплекс, используемый собственниками этого имущества для осуществления предпринимательской деятельности. В состав фирмы входят все виды имущества, предназначенные для ее деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, нереализованную продукцию, права требований, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие ее деятельность (фирменное наименование, товарные знаки), и другие исключительные права.

Различные школы экономической науки по-разному трактуют определение фирмы как категории. Традиционная экономическая теория определяет фирму как производственно-технологическую систему, как конгломерат людей и машин. Фирма представлялась «черным ящиком», на входе, в который сосредоточиваются различные ресурсы и технология, а на выходе получается готовый продукт. Для экономической теории считалось несущественным, что происходит внутри. В таком определении фирмы особое внимание обращается на организационные аспекты её функционирования и связанные с ними резервы экономической эффективности.

Сегодня все большее значение приобретает неоинституционалистский подход к определению фирмы. Неоинституционалисты не рассматривают фирму как нечто данное, они хотят понять механизм ее возникновения. Зачем нужна фирма, если есть рынок? Почему бы собственникам ресурсов не функционировать как независимым товаропроизводителям, покупая факторы производства у других собственников, добавляя свой вклад и реализуя готовую продукцию потребителям?

Представитель неоинституционализма Р. Коуз сделал нестандартное для традиционной экономической теории предпочтение в пользу фактора издержек трансакций, т. е. контрактов, сделок (обычно принимавшихся равными нулю). Трансакционные издержки - это издержки ведения сделок: информационные, издержки измерения качества товаров и услуг, на разработку правил ведения контрактов, издержки уклонения от ответственности за выполнение обязательств по сделкам и т. д. Издержки трансакций никогда не бывают нулевыми, так как в реальном мире отношения собственности в значительной мере влияют на производство.

Исходя из этого, Р. Коуз предложил трактовать фирму как совокупность взаимовыгодных контрактов.

Каждая фирма (индивидуальная или коллективная) имеет свою внутреннюю структуру и статус, размеры и сферы деятельности, в которых она наиболее эффективна. Все формы предпринимательства имеют свои преимущества и недостатки. Следовательно, самостоятельность предприятия имеет относительный характер. Результаты экономической деятельности фирмы, в конечном счете, зависят от внешней среды: наличия спроса на ее продукцию, состояния конкурентной среды, сложившейся цены и т.д. Деятельность фирмы в рыночных условиях всегда подвержена риску.

Особенность внутренней организации деятельности фирмы состоит в четком планировании всей хозяйственной деятельности и строгой иерархической подчиненности. Владелец фирмы или его уполномоченный управляющий — менеджер принимают хозяйственные основные решения и осуществляют контроль над их исполнением.

Понятия «предприниматель», «предприимчивость» возникли вместе с возникновением частнокапиталистической собственности и частнокапиталистической деятельности. Предприниматель, в наиболее общем определении — это функционирующий капиталист. Условия его существования — стремление к победе в конкурентной борьбе за лучшие условия приобретения ресурсов и продажи продукции.

Первая попытка определения предпринимательства принадлежит французскому экономисту Ж. Б. Сэю, который считал себя комментатором и популяризатором учения А. Смита. Сэй называл предпринимателем «лицо, которое берется за свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-либо продукт». В ряде экономических источников предлагается различать предприятие и фирму, полагая, что фирма может состоять как из одного, так и нескольких предприятий, предприятие же — однопродуктовое производство. Сэй характеризует предпринимательскую деятельность как творческую, экспериментаторскую, рискованную. Сэй утверждает, что предприниматель - субъект, от природы наделенный талантом поиска, изобретения, активности, творческой инициативы, риска.

Таким образом, у Сэя явно прослеживается попытка выделить предпринимателя из общей «средней» среды капиталистов. В этом направлении большой вклад внес австрийский экономист Й. Шумпетер (1883-1950). По его мнению, предпринимательская деятельность заключается в создании и практическом воплощении различного рода новшеств: неизвестных потребителю товаров и услуг, открытии и использовании новых технологий, освоении новых рынков, новых источников сырья, создании своей или прорыве чужой монополии. Шумпетер отводил предпринимателю центральное место в экономическом росте; предпринимательская деятельность лежит, по мнению Шумпетера, в основе всякого развития[[3]](#footnote-3).

Также как и Сэй, Шумпетер связывает успехи в экономической деятельности с особенностями личности. Короче говоря, как Ж. Б. Сэй, так и Й. Шумпетер понимают под предпринимателем собственника средств производства, который сам обеспечивает весь воспроизводственный процесс и благодаря своим личным качествам достигает коммерческого успеха выше среднего.

Предприниматель (собственник) берет на себя инициативу соединения ресурсов земли, труда и капитала в единый процесс производства товара или услуги, который обещает быть прибыльным делом. Он выполняет трудную задачу принятия основных решений в процессе ведения предпринимательства. Предприниматель реализует свой деловой интерес (получение прибыли) через новаторство, стремясь вводить в дело на коммерческой основе новые производственные технологии, новые формы организации бизнеса, новые товары. Кроме того, его деловой интерес реализуется через риск, причем предприниматель рискует не только своим временем, трудом и деловой репутацией, но и вложенными средствами.

Наемные работники свой деловой интерес (получение доходов) реализуют через выполнение должностных обязательств в предпринимательской фирме на контрактной основе. Они являются равноправными участниками отношений с предпринимателями. Заключая договор, и наемные работники, и предприниматели делают свой выбор, идут на экономический риск, несут взаимную ответственность за нарушение условий соглашения. Наемные работники со временем сами могут стать собственниками путем приобретения акций данной фирмы или открытия своего дела.

Государственные структуры являются равноправными партнерами других участников деловых отношений, если они непосредственно выходят на рынок с деловыми предложениями: предоставление правительственных заказов предприятиям, определение цен, состава и объема льгот при выполнении специальных работ. Государство может и само создавать предприятия. Но в основе делового интереса государства в отличие от деловых интересов других субъектов всегда лежит осуществление приоритетных общегосударственных научно-технических и научно-производственных программ.

**1.2. Место фирмы в предпринимательстве**

Первоначально слово «фирма» (от ит.Firma -- подпись) означало «торговое имя» коммерсанта. В настоящее время фирма - элемент любой рыночной экономики, субъект предпринимательской деятельности, обладающий экономической и юридической самостоятельностью.

В развитой рыночной экономике фирмы многообразны. Они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых различных услуг: финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских.

По сферам предпринимательской деятельности они могут быть промышленными, агропромышленными, сельскохозяйственными, строительными, транспортными, телекоммуникационными, торгово-посредническими, венчурными, рекламными, инжиниринговыми, юридическими и т.д. В Кыргызстане фирмы могут создаваться с правом юридического лица и преследовать извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации). Это могут быть хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия. Допускается объединение коммерческих организаций в ассоциации и союзы.

Существует несколько подходов к объяснению возникновения и развития фирм. Во-первых, фирма представляет собой организационно-экономическую систему, с помощью которой осуществляются производственные процессы для создания товаров и услуг. Во-вторых, в социально-экономическом отношении фирмы - это общность людей, объединенных едиными мотивам действия. В-третьих, фирма - совокупность взаимовыгодных контрактов. Последнее определение интересно потому, что фирма представляется не как объединение людей, машин и технологий, а как механизм реализации рыночных отношений, в основе которых лежат хозяйственные сделки - трансакции. Можно выделить следующие виды трансакционных затрат: поиск информации о состоянии рынка - о потенциальных поставщиках и покупателях, ценах, характеристиках товаров и услуг; заключение сложных контрактов, включающих оговорки на случай непредвиденных обстоятельств; долгосрочные отношения по отдельным вопросам; периодически повторяющиеся сделки по продаже различных товаров; соблюдение условий контрактов; юридическое сопровождение выполнения контрактов.

Фирмы возникают и в связи с большими затратами на осуществление бесчисленного количества сделок. Внутрифирменные экономические связи (внутрифирменные трансакции) охватывают многогранную деятельность фирмы по организации производства, рациональному использованию факторов производства. Рыночные (внешние) и внутрифирменные трансакции тесным образом связаны между собой. Их соотношение детерминирует оптимальный размер фирмы, иначе можно было бы рассматривать национальную экономику как одну гигантскую фирму.[[4]](#footnote-4)

В этом аспекте выделяет следующие существенные моменты.

1. По мере того как фирма становится крупнее, доходы от предпринимательской деятельности могут снижаться, т.е. издержки организации дополнительных трансакций внутри фирмы могут возрастать. Действительно, должна быть достигнута некая точка, в которой издержки организации дополнительных трансакций внутри фирмы равняются издержкам, связанным с осуществлением трансакций на открытом рынке, или издержкам организации их другим предпринимателем.

2. Может случиться так, что в результате роста числа организуемых трансакций предпринимателю не удастся разместить факторы производства так, чтобы они создавали наибольшую стоимость, иначе говоря, ему не удастся извлечь максимальную пользу из факторов производства. Значит должна быть достигнута такая точка, в которой потери от неэффективного использования ресурсов равняются издержкам трансакций обмена на открытом рынке или потерям, имеющим место в случае организации этой трансакции другим предпринимателем.

3. Цена реализации одного или более факторов производства может расти, так как «другие преимущества» мелкой фирмы выше, чем преимущества крупной фирмы.

Объяснение необходимости существования фирмы как институциональной структуры только в связи с тем, что снижаются издержки трансакций, недостаточно. Следует иметь в виду, что производство характеризуется свойствами «организованного процесса». Оно носит коллективный характер при все усложняющейся его организации. В производство вовлечено множество самых разнообразных факторов, деятельность которых должна координироваться. На фирме осуществляется непрерывный процесс управления, складывающийся в разветвленную систему принятия и исполнения решений, связи между которыми не описываются как взаимодействие спроса и предложения, т.е. их нельзя описать на основе представлений о трансакциях.

Внутри фирмы осуществляется сложная управленческая деятельность, построенная по иерархическому принципу. В процессе управления соблюдаются соподчиненность и сбалансированность определенных задач и функций, что предполагает строгое следование некоторым правилам (ограничениям) со стороны участников производственного процесса, т.е. осуществление административных функций, которые становятся одним из отличительных признаков фирмы. Здесь уместно дать еще одно определение фирмы - хозяйственная единица коллективного характера, обладающая всей полнотой прав для заключения контрактов, обеспечивающих все стороны ее деятельности. Это определение дополняет сказанное выше.

Фирма занимает важнейшее место в институциональной структуре рыночной экономики. Институциональная структура рыночной системы включает такие институты, как рынок и фирма. Фирма нуждается в объективном контроле со стороны рынка. Но и рынок нуждается в фирмах, так как только организация производства в виде фирм может дать необходимый результат для развития рыночной экономики. Существование рынка и фирмы есть сосуществование в единой рыночной экономике двух типов отношений; традиционно рыночных и альтернативных им внутрифирменных отношений, которые Р. Коуз трактует как отношения сознательного регулирования производства, отношения координации, для эффективности которых большое значение имеют нерыночные методы и формы (приказы, личное доверие, внутрифирменные правила, традиции, моральные факторы). Причем развитие этих нерыночных отношений Р. Коуз выводит из законов рыночной экономики: соотношение рыночных и нерыночных связей определяется движением (сокращением или увеличением) рыночных трансакционных издержек.

Современная фирма - это сложный многоотраслевой комплекс промышленных, торговых и финансовых предприятий национального и международного уровня. Главное в нынешней фирме - ее кадровая компонента: предприниматели, менеджеры, ученые, инженеры, рабочие с их мастерством, профессионализмом, компетентностью, инновационным потенциалом, конкурентной энергией, управленческими новациями, опирающимися на конкретную материально-техническую базу и реальную величину функционирующего капитала. Процветание фирмы, ее известность - производные от таланта и труда ее коллектива.

Фирма влияет на судьбы своих сотрудников, воздействует на жизнь многих людей разных стран. «Дженерал моторс», «Крупп», «Нобель», «Тойота», «Грюндиг», «АйБиЭм», «Форд» - олицетворяют экономическую власть, могущество, политическое влияние. Фирмы насыщают рынок высококачественной продукцией, поднимают на транснациональную высоту авторитет президентов и премьер-министров. На сильные фирмы опирается государственная политика макроэкономической стабилизации.

В современном мире в легальной экономике насчитывается около 50 млн. фирм - разнообразных предпринимательских структур, 99% которых относятся к малому и среднему бизнесу. Они крайне неравномерно распределяются по континентам и странам. Свыше 20 млн. фирм функционирует в США, около 16 млн. - в странах ЕС, свыше 7 млн. - в Японии, 5 млн. фирм приходится на европейские страны, не входящие в ЕС. Конечно, фирма фирме рознь. 20 млн. мельчайших и мелких фирм не заменят 500 крупнейших, на которые приходятся главные направления наукоемких и традиционных производств[[5]](#footnote-5).

Фирмы-лидеры, товары которых знают в любом уголке земли, завоевывают не только рынок, но и симпатии покупателей, имеют товарный знак, который ценится очень высоко. Высшая честь для фирмы, когда ее название становится синонимом производимого продукта. Слово «ксерокс» - по названию американской фирмы «Ксерокс Корпорэйшн» - вошло практически во все основные языки. В русском языке есть слово «карандаш»- от названия швейцарской фирмы «Каран д'Аш». В балансах многих западных фирм товарные знаки находят свою стоимостную оценку. Так, товарный знак «Кэмел» оценен владельцем примерно в 10 млн. долл., товарный знак «Кока-кола» - в 3 млрд. долл. Товарные знаки современных фирм - гаранты высокого качества товара.

Таким образом, западные фирмы являются мощным средством экономической и социальной интеграции народного хозяйства общества. Механизм интересов фирмы, человека и общества функционирует на основе «конкурентного баланса» между прибылями, ценами и высоким уровнем жизни. Активным участником этих интересов выступает государство.

Итак, можно сделать вывод, что фирма действительно находится в центре рыночной экономики и без нее не возможна предпринимательская деятельность.

**1.3 Цели и функции фирмы**

Всякая предпринимательская деятельность имеет своей целью получение прибыли или, точнее, максимизацию прибыли. Поэтому поведение фирмы можно описать с помощью производственной функции, которая определяет нацеленность фирмы на максимизацию прибыли. Существуют два подхода к внутрифирменной эффективности: 1) деятельность фирмы описывается ее производственной функцией, так что при всех возможных комбинациях факторов производства (главным образом, труда и капитала) обеспечивается максимальный выпуск продукции; 2) фирма выбирает комбинацию факторов с наименьшими издержками для каждого возможного объема выпуска продукции. Это дает возможность вывести кривые средних и предельных издержек.

Многообразием возможных положений отдельных фирм на рынке определяется различная нацеленность их функционирования. Это может быть желане выжить при определенном конкретном условии, предполагающем получение минимума прибыли; увеличение доли участия на рынке или захват нового рынка; повышение качества продукции и т.п.

Существуют подходы, при которых используется тезис максимизации тех или иных параметров. Предполагается, что фирма стремится функционировать на каком-то удовлетворительном уровне эффективности, поскольку не располагает возможностями максимизации. При характеристике целевой нормы эффективности предусматривается механизм, обеспечивающий достижение желательного уровня.

Конкретно сформулированная цель деятельности фирмы может включать разнообразные аспекты (хотя основным останется получение прибыли).

В Японии многие всемирно известные фирмы придерживаются концепции, отражающей еще более широкие цели деятельности, содержащие стремление "...к производству продукции наивысшего качества при наименьших ценах посредством наиболее полного использования производственного потенциала в соответствии с общими интересами экономики и в целях повышения благосостояния всего общества"[[6]](#footnote-6).

Функции фирмы представляют собой удовлетворение индивидуальных или групповых потребностей, в результате чего предприятие добивается общественного признания своей деятельности, такое признание, в свою очередь, обеспечивает предприятию возможность расширять производство, наращивать объемы продаж, увеличивать прибыль и в конечном счете укреплять свои рыночные позиции. При этом особое место отводится созданию фирмой определенной ценности для своих потребителей, так как это оказывает решающее влияние на результат ее деятельности. Ценность, созданная фирмой для своих потребителей, определяется денежной суммой, которую последние готовы заплатить за ее товары или услуги. Фирма получает прибыль только в том случае, если эта денежная сумма превышает все затраты, необходимые для создания ценности.

В условиях рыночных отношений ключевой фигурой выступает предприниматель. Предприниматель создает в рыночной экономики фирмы, представляющие собой самостоятельные хозяйственные единицы разных форм собственности, объединившие экономические ресурсы для осуществления коммерческой деятельности. Статус предпринимателя приобретается посредством государственной регистрации фирмы. При этом субъектом предпринимательской деятельности может быть как отдельный гражданин, так и объединение граждан. Таким образом, фирма - это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Однако представление о том, что в современных условиях единственной целью деятельности фирмы является получение максимальной прибыли, было бы ошибочным. Из этого определения ясно, что цель деятельности фирмы получение прибыли, но при удовлетворении общественных потребностей. Получение максимальной прибыли - это конечная цель любой коммерческой деятельности. Эта цель достигается через определения и реализацию набора целевых установок как тактического, так и стратегического порядка. Ими являются:

- увеличение объема продаж;

- достижение более высоких темпов роста;

- увеличение доли рынка;

- увеличение прибыли по отношению к вложенному капиталу;

- увеличение дохода на акцию компании (если это акционерная компания);

- увеличение рыночной стоимости акций (если это открытое акционерное общество);

- изменение структуры капитала.

Цивилизованные рыночные отношения требуют разумного сочетания всех целей. Конечно, бизнес - это экономическая деятельность предпринимателей, их искусство и способность получать все большую прибыль, обеспечивать высокий уровень рентабельности. Вместе с тем развитие бизнеса в условиях открытой экономики способствует насыщению потребительского рынка товарами и услугами, активизирует структурную перестройку экономики, стимулирует внедрение научно-технических достижений, повышению эффективности производства - все это и составляет удовлетворение общественных потребностей.

Приступая к созданию фирмы, предприниматели должны иметь перед собой четкую и ясную цель. Эта цель должна быть подкреплена системой постоянного получения заказов на их продукцию или услуги. Намечаемый выпуск продукции или оказание услуг должны быть обеспечены всеми нужными материальными ресурсами. Наконец, начиная новое дело, следует продумать возможность постоянного пополнения капитала.

Важным качеством любого предпринимателя, современной фирмы является способность гибко реагировать на изменение ситуации. Для этого надо быть компетентным в избранной сфере деятельности, обладать необходимыми чертами характера: целеустремленностью, упорством, готовностью к неудачам, способностью учится, и делать выводы из своих ошибок. Следует подобрать надежных партнеров и соратников. Надо быть готовым к конкурентной борьбе. Необходимо четко организовать маркетинг, уметь поддерживать неформальные связи, а на более поздних этапах - официальные отношения как с поставщиками сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, так и с потребителями продукции, с заказчиками.

Современная фирма - сложная организационная структура и в условиях рыночных отношений возрастает значение трёх основных направлений:

- научной организации производства;

- научной организации труда;

- научной организации управления.

Цель научной организации производства - создание оптимальной технико-технологической системы на предприятии. Это надежное и эффективное функционирующие производственное оборудование и технология, упорядоченные технико-организационные взаимосвязи работников.

Задача научной организации труда (НОТ) - построение здоровых нормальных отношений в коллективе. НОТ включает систему мер по созданию условий для высокопроизводственного, эффективного творческого труда. Но возможности НОТ ограничены технико-технологическим состоянием фирмы, его финансовыми и экономическими активами.

Научная организация управления - это система технических, экономических и гуманитарных средств, обеспечивающих целенаправленность воздействия на материальную и человеческую подсистемы предприятия. Она способствует их взаимодействию в целях достижения наилучшего морально-технологического и экономического эффекта.

Любая предпринимательская акция - это организация взаимосвязей между людьми. И чем более основательно она воссоздана, тем больше надежд на получение экономической выгоды, на прибыльное возмещение понесенных затрат.

Таблица 1: Цели деятельности фирмы[[7]](#footnote-7)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Общественная группа | Ожидаемые результаты деятельности фирмы |  |
| Общество в целом | Экономический рост |  |
|  | Поступления от налогов |  |
|  | Уравнивание власти |  |
|  | Уравнивание доходов |  |
|  | Сохранение окружающей среды |  |
|  | Сохранение природных ресурсов |  |
| Местная община | Благосостояние общины |  |
| Держатели акций | Рост доходов |  |
| Кредиторы | Рост стоимости акций |  |
| Потребители | Стабильность доходов |  |
|  | Справедливые цены |  |
|  | Обеспечение выбора |  |
|  | Удовлетворение потребностей |  |
| Управляющие | Рост доходов |  |
|  | Профессиональный интерес |  |
| Работники наемного труда | Занятость |  |
|  | Уровень оплаты |  |
|  | Досуг |  |
|  | Условия труда |  |
|  | Удовлетворение от работы |  |

**1.4 Важнейшие показатели эффективности фирмы**

Для оценки качества работы предприятия и ее руководства используются

различные показатели. Их число в отдельных странах доходит до 80, что

понятно: чем всесторонней анализ проводится, тем больше информации, или

тем больше объективности будет у информации) получат потенциальные инвесторы и кредиторы. Мы ограничимся только несколькими показателями, которые можно использовать для оценки эффективности управления.

Выбор показателей эффективности работы фирмы зависит от целей анализа. Таковыми могут быть:

1. Стратегические цели. Необходимо сравнить результаты деятельности данной фирмы с результатами деятельности ее конкурентов или связанных с нею фирм. Для этого выбираются обобщающие показатели и показатели каких-либо элементов деятельности.

2.Тактические цели. Руководство контролирует деятельность фирмы. Рассчитываются показатели эффективности функционирования отдельных подразделений или производства какой-либо определенной продукции.

3. Задачи планирования. Необходимо сопоставить выгодность использования различных ресурсов или различных сочетаний данных ресурсов за какой-либо период для определения возможных изменений в будущем.

4.Прочие цели руководства. Переговоры с профсоюзами о заключении коллективного договора, оценка влияния ожидаемых государственных ограничений и т.д.

Деятельность фирмы (предпринимательская деятельность) может быть представлена в виде потока финансовых ресурсов кредиторов и инвесторов, превращающихся в физические факторы производства, которые трансформируются в готовую физическую продукцию, а товары и услуги - через готовые сделки - превращаются в выходящие потоки финансовых ресурсов, распределяемых среди кредиторов и инвесторов и затем вновь вводимых в производство. На этапах инвестирования производства и реализации продукции участников предпринимательской деятельности интересуют различные аспекты использования факторов производства, и поэтому система показателей эффективности их использования достаточно сложна и многообразна.

Обобщающие показатели эффективности деятельности фирмы в целом определяются сопоставлением объема всех средств фирмы и совокупного результата ее деятельности.

К этим показателям относятся[[8]](#footnote-8):

* рентабельность всего капитала (активов) фирмы

PА = П / А

где П - прибыль; А - капитал (активы) фирмы - совокупность

всех средств;

* оборачиваемость всего капитала (активов) фирмы

Ro = Q / A

где Q - объем реализованной продукции;

* издержки на единицу реализованной продукции

S = И / Q

где И - общие издержки;

* рентабельность производства

Р = П / Ф,

где Ф - среднегодовая стоимость основных и оборотных фондов.

Наиболее обобщающим показателем в этой группе является рентабельность всего капитала, которая отражает прибыль фирмы на одну денежную единицу средств (всех видов ресурсов предприятия в денежном выражении, независимо от источника привлечения этих средств). Этот показатель называют также нормой прибыли или показателем окупаемости средств. Уровень и динамика рассматриваемого показателя являются главным объектом внимания администрации предприятия. Норма прибыли отражает достигнутый на предприятии определенный баланс экономических интересов всех участников бизнеса и «аутсайдеров». Конкретно интересы каждого представлены другими, частными по отношению к рассматриваемому показателями. Так, для собственников предприятий важен необходимый уровень рентабельности собственного капитала как отношение чистой прибыли (после уплаты налогов и процентов) к величине собственного капитала.

Для более полного анализа деятельности фирмы по использованию факторов производства требуются дальнейшая дифференциация показателей и установление взаимосвязей между обобщающими и частными показателями.

**Глава 2**

**Организационные формы предпринимательства**

**2.1. Организационно - правовая форма**

Как мы уже заметили, фирма является, самостоятельным субъектом, что в первую очередь означает свободу в принятии экономических решений. Однако любое решение, касающееся деятельности фирмы, принимается с учетом результатов анализа внутренней и внешней среды. *Внутренняя среда* фирмы - это собственная экономика предприятия, охватывающая все составляющие его деятельности: производственные процессы, реализацию продукции, финансовое, материальное и кадровое обеспечение, систему управления. *Внешняя среда* фирмы - это экономическая, правовая и социальная среда, в которой фирма работает, являясь частью национального хозяйства.

Предпринимательский сектор национального хозяйства обычно насчитывает огромное количество фирм, которые для целей экономического анализа группируются по ряду существенных признаков. Наиболее распространенным являются классификации по формам собственности, размерам, характеру деятельности, отраслевой принадлежности, доминирующему фактору производства, правовому статусу.

**По формам собственности** фирмы подразделяются:

- К **частным фирмам** относят предприятия, основанные на частной собственности, которая «наряду со свободой заключать обязывающие партнеров юридические контракты позволяет частным лицам или предприятиям по своему усмотрению приобретать, контролировать, применять и реализовать материальные ресурсы»[[9]](#footnote-9).

**- государственные фирмы**, под которыми понимаются как чисто государственные, в которых капитал и управление принадлежат государству. К этому типу также относятся предприятия, где государство владеет большей частью капитала и играет решающую роль в управлении

**- смешанные предприятия,** где в качестве уставного капитала участвует как частный, так и государственный, причем значительней, а порой и преобладающей долей. Такие предприятия в Кыргызстане возникли в результате акционирования крупных предприятий, где государство оставило за собой значительную долю капитала и сейчас постепенно продает ее на аукционах, уменьшая примерно до 25%[[10]](#footnote-10).

- В последние годы появились **совместные предприятия**, основанные на собственности двух государств (кыргызско-турецкие, кыргызско-германские и другие). Эти предприятия имеют особый статус и способ функционирования.

**По размерам**фирмы делятся на малые, средние и крупные*.* В основу такого деления положены два критерия: численность занятых и объем продаж. Чаще всего разграничительным признаком выступает численность занятых работников, причем в разных странах распределение по размерам предприятия может быть различным.

Предприятия различают **по характеру деятельности.** Одни из них действуют в сфере материального производства, производя потребительские и инвестиционные товары, другие в сфере услуг. И третья группа предприятий занимается посреднической деятельностью, основной задачей которой является установление взаимовыгодных контактов между производителями и потребителями, продавцами и покупателями.

**По количеству видов производимой продукции** предприятия бывают специализированные, выпускающие узкий круг товаров, а также многопрофильные, выпускающие разные товары.

**Формы предпринимательства можно подразделить** на организационно-правовые и организационно-экономические. В числе организационно-правовой различают следующие виды предприятий:

1. хозяйственные товарищества и общества;

2. производственные кооперативы;

3. государственные и муниципальные унитарные предприятия;

4. некоммерческие организации (включая потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации/объединения, фонды и др.);

5. индивидуальные предприниматели.

**Хозяйственные товарищества и общества**

Рассмотрим, прежде всего, хозяйственные товарищества и общества, так как это наиболее распространенные типы предприятий (фирм). Товарищество**,** представляет собой объединение лиц, созданное для осуществления предпринимательской деятельности. Товарищества создаются в том случае, когда в организации предприятия решают принять участия два или более партнера. Кроме того, действия одного из партнеров являются обязывающими для всех остальных, даже если они не согласны с этими действиями.

Среди основных преимуществ товарищества можно назвать следующие:

1. Подобно частному владению, партнерство легко организовать. Почти во всех случаях заключается письменное соглашение, причем бюрократические процедуры необременительны.

2. Поскольку в товарищество объединяется много людей, начальный капитал может быть большим, чем в единоличном частном предприятии.

3. Управление фирмой может быть специализировано. Каждый из партнеров может принять на себя ответственность за конкретный участок работы.

Кроме того, можно выделить и ряд недостатков:

1. Разделение управления может привести к несовместимости интересов, к несогласованной политике или бездействию, когда требуются решительные действия.

2. Финансы компании все еще ограниченны, хотя значительно превосходят возможности частного владения.

3. Выход из партнерства или смерть партнера, как правило, влекут за собой распад и полную реорганизацию фирмы, потенциальный срыв ее деятельности.

4. Товарищество страдают от неограниченной ответственности за деятельности предприятия. Полное партнерство означает, что каждый компаньон полностью отвечает по долгам предприятия.

Участники товарищества подразделяются на две группы: *полные товарищи (товарищество с неограниченной ответственностью) и коммандитные товарищества(товарищество с ограниченной ответственностью)*

*Полным* признается *товарищество*, участники которого в соответствии с заключенным между ним и договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществам. Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Как правило, каждый участник полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность принадлежащим им имуществом по обязательствам товарищества, то есть всем своим имуществом, включая личное.

*Коммандитные товарищества*, признается товарищества, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом, имеется один или несколько участников – вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности. Поскольку данная правовая форма позволяет привлекать значительные финансовые ресурсы через практически неограниченное число коммандитистов, она характерна для более крупных предприятий. В коммандитных товариществах часть партнеров может обладать неограниченной, часть - ограниченной ответственностью.

*Общество с ограниченной ответственностью* создается по соглашению не менее двух граждан либо юридических лиц путем объединения их вкладов (как в денежной, так и в натуральной форме) в целях осуществления хозяйственной деятельности. Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам. Они несут ответственность только в пределах стоимости внесенных ими вкладов. В отличие от них участники общества с дополнительной ответственностью несут ответственность всем своим имуществом.

Наиболее распространенным является *акционерные общества*. Акционерное общество - это одна из организационно-правовых форм предприятий. Она создается путем централизации денежных средств (объединения капитала) различных лиц, проводимой посредством продажи акций с целью осуществления хозяйственной деятельности и получения прибыли. Это основная форма организации крупных, части средних и малых предприятий, собственность которых формируется в результате слияния капиталов основателей компании, а также выпуска ценных бумаг (акций, облигаций и т.д.) и их продажи. Порядок его организации регламентируется украинским законодательством. Права юридического лица акционерное общество приобретает с момента его регистрации в Государственной регистрационной палате или другом уполномоченном государственном органе. При регистрации выдается Свидетельство о регистрации акционерного общества, где указываются дата и номер государственной регистрации, название общества, а также наименование регистрирующего органа.

Акционерные общества обеспечивают три важные цели:

1. Привлечение временно свободных капиталов для организации производства, товаров и услуг.

2. Оформление такой структуры производства, которая работает непосредственно на потребителя, обеспечивает “перелив” акционерных капиталов из отрасли и предприятий, малоэффективных в более эффективные отрасли.

3. Усиление мотивации труда.

Акционерные общества имеют такие положительные черты:

- при определённых условиях (при наличии доверия государству, возвращения трудовых сбережений и так далее) - значительное расширение источников накопления за счёт вкладов в сберегательных банках;

- развитие акционерной собственности способствует демократизации управления предприятием, созданию их материально-технической базы в разных сферах промышленности, сельском хозяйстве, улучшению использования рабочего времени, функционирования живой работы, увеличению творческой инициативы работников и служащих, их приобщению к управлению производством, демократизации отношений собственности на предприятии;

- они обеспечивают значительное уменьшение диспропорций в экономике: между спросом и предложением и тому подобное;

- акционерные компании способствуют эффективному регулированию количества денежной массы. Так, продавая акции, государство уменьшает её, а, покупая - выпускает какое-то количество денег в оборот. Таким образом, можно так же регулировать уровень инфляции;

- акционерные общества способствуют улучшению качества функционирования и развития технико-экономических отношений, то есть отношений специализации, кооперирования, концентрации производства;

- такая форма собственности способствует рационализации процесса управления высшими органами. В частности, право министерств и ведомств быть собственниками акций акционерных предприятий ослабит ведомственную монополию, увеличит заинтересованность их в активном развитии предприятий и объединений, будет способствовать сокращению управленческого аппарата, демократизации процессов управления. Это усилит борьбу с бюрократией, ослабит административные методы управления, которые до сих пор ещё могут оставаться;

- акционерный капитал ускоряет межотраслевое движение средств из одних сфер в другие, в которых изготавливается необходимые товары народного потребления. Это будет стимулировать использование достижение научно-технической революции в базовых наукоёмких сфер промышленности, в аграрно-промышленном комплексе, лёгкой промышленности, сфере услуг.

Но для акционерных обществ так же характерны и некоторые недостатки:

- возможность с помощью акций централизовать трудовые сбережения, и таким образом, усилить экономических контроль за значительным количеством населения;

- купив контрольный пакет акций (сейчас для этого нужно сконцентрировать в одних руках не менее 5% акций) крупные корпорации устанавливают контроль над мелкими компаниями, а через систему участия;

- акционерные компании могут производить различные финансовые махинации на фондовых рынках, получая дополнительную возможность чрезмерного обогащения;

- с помощью акций активно ведётся подкуп высших чиновников государственного аппарата;

Их отличие состоит в том, что им представлено право привлекать необходимые средства путем выпуска ценных бумаг - акций. При этом участники акционерного общества несут ответственность за результаты его деятельности в пределах стоимости принадлежащих им акций. Акционерные общества, участники которых могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается *открытым*. Такое акционерное общество вправе проводить подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом. Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков. Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается *закрытым.* Учредительным документом акционерного общества является устав. Уставный капитал составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Высшим органом управления акционерного общества является общее собрание акционеров.

**Производственные кооперативы**

Существует два вида кооперативных обществ: *рабочие кооперативы* (или кооперативы производителей) и *потребительские кооперативы* (кооперативы розничных торговцев).

Рабочие кооперативы - это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками имущественных паевых взносов). Рабочие кооперативы являются коммерческой организацией. Учредительным документом рабочих кооперативов является его устав, утверждаемый общим собранием его членов. Число членов кооперативов не должно быть меньше пяти. Имущество, находящееся в собственности рабочих кооперативов, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Кооператив не вправе выпускать акции. Член кооператива имеет один голос при принятии решений общим путем. Прибыль делиться с работником в соответствии с установленным соглашением. Потребительские кооперативы, Владельцами которых являются собственно потребители, то есть те люди, которые покупают товары, а не производят их.

Основные принципы кооперативных обществ таковы:

- Открытое членство: предела численности в кооперативном обществе нет, каждый может войти в кооператив и выйти из него в любой момент.

- Распределение прибыли: многие годы члены кооперативов получали регулярно дивиденды наличными. Размер дивидендов определяется суммой средств, принесенных в кооператив.

- Выплата процента на акционерный капитал: члены кооперативов получают фиксированный процент на свой акционерный капитал.

- Управление кооперативом осуществляется специально создаваемым комитетом - обычно это служащие, совмещающие эту работу с другой. Они выбираются членами кооператива. Текущую работу кооператива ведут управляющие. Занятые здесь полный рабочий день, назначенные членами выборного комитета.

Производственным кооперативом признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии в объединении его членами имущественных паевых взносов. Производственный кооператив является коммерческой организацией. Его учредительный документ - устав, утверждаемый общим собранием членов кооператива. Число членов кооператива не должно быть менее пяти. Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Кооператив не в праве выпускать акции. Член кооператива имеет один голос при принятии решений общим собранием.

**Государственные и муниципальные унитарные предприятия**

Государство - крупнейший работодатель, поэтому его доходы и расходы намного превышают доходы крупнейших компаний с ограниченной ответственностью.

*Унитарным предприятием* называется коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. К тому же это имущество является неделимым, то есть не может быть распределено по вкладам(долям, паям), в том числе между работниками предприятия . В форме унитарных предприятий существуют только государственные и муниципальные предприятия. Они управляют, но не владеют закрепленным за ними государственным (муниципальным) имуществом. Если подобное предприятие основано на праве оперативного управления федеральным имуществом, то есть управляется государственными органами, оно именуется федеральным казенным предприятием. Все остальные унитарные предприятия являются предприятиями, основанными на праве хозяйственного ведения.

**Некоммерческие организации**

К некоммерческим организациям относятся потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации, фонды.

*Общественные и религиозные организации -* это добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединявшихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей. Организации вправе осуществлять предпринимательскую деятельность лишь для достижения целей, ради которых они созданы, и соответствующие этим целям. Участники указанных организаций не сохраняют прав на переданное ими этим организациям в собственность имущество, в том числе на членские взносы. Они не отвечают по обязательствам общественных и религиозных организаций, в которых участвуют в качестве их членов, а указанные организации не отвечают по обязательствам своих членов.

*Фондом* признается не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные и иные общественно полезные цели. Имущество, переданное фонду его учредителями, является собственность фонда. Учредители не отвечают по обязательствам созданного им фонда, а фонд не отвечает по обязательствам своих учредителей. Для осуществления предпринимательской деятельности фонды вправе создавать хозяйственные общества или участвовать в них. Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества.

**Индивидуальный предприниматель**

*Индивидуальный предприниматель* - это гражданин, занимающийся предпринимательской деятельностью, без образования юридического лица. Индивидуальный предприниматель, не имеющий наемных работников, как правило, по законодательству работает по патенту, где сам определяет свой доход и платит определенную сумму по налогам ежемесячно. Если индивидуальный предприниматель имеет одного или несколько наемных работников, то на основании законодательства он уже работает по упрощенной декларации, либо по общеустановленным порядкам.

Можно выделить такие преимущества данного вида:

1. Единоличное владение легко учредить, так как юридическая процедура оформления весьма легка и регистрация фирмы такого рода обычно не требует больших затрат.

2. Владелец сам себе хозяин и располагает значительной свободой действий. Для принятия решений о том, что и как производить. Не надо ждать решений никаких собраний, партнеров или директоров.

3. Владелец может предоставлять клиенту персональные услуги.

4. Стимулы эффективной работы - самые энергичные. Владелец получает все в случае успеха и теряет все в случае неудачи.

Однако существуют и недостатки этой организационной формы, и они весьма значительные:

1. За редким исключением, финансовые ресурсы единоличного предпринимателя недостаточны для того, чтобы фирма могла вырасти в крупное предприятие. Такая как единоличных владений процент банкротства относительно высок, коммерческие банки не очень охотно предоставляют им большие кредиты.

2. Осуществляется полный контроль над деятельностью предприятия, владелец должен выполнять все основные решения, например, относительно покупки, продажи, привлечения и содержания персонала; не упускать из внимания технические аспекты, которые могут возникнуть в производства, в рекламе и в распределении продукции.

3. Наиболее важным недостаток заключается в том, то единоличный владелец являет субъектом неограниченной ответственности. Это означает, что самостоятельные предприниматели рискуют не только активами фирмы, но и своими личными активами. Если предприятие обанкротилось, он персонально и единолично отвечает по долгам фирмы. Для уплаты долгов в этом случае может быть продано личное имущество владельца.

**2.2.Организационно - экономическая форма**

К основным организационно - экономическим формам предпринимательства можно отнести**концерны, ассоциации, консорциумы, синдикаты, картели, финансово - промышленные группы**[[11]](#footnote-11).

**Концерн *-*** это многоотраслевое акционерное общество, контролирующее предприятия через систему участия. Концерн приобретает контрольный пакет акций различных компаний, являющихся по отношению к нему дочерними. В свою очередь дочерние компании также могут владеть контрольными пакетами акций других акционерных компаний, нередко расположенных в других странах.

**Ассоциации**- это мягкая форма добровольного объединения экономически самостоятельных предприятий, организаций, которые одновременно могут входить в другие образования. В состав ассоциации, как правило, входят односпециализированные предприятия и организации, расположенные на определенной территории. Основная цель создания ассоциаций - совместные решения научно - технических, производственных, экономических, социальных и других задач.

**Консорциум** - представляет собой объединение предпринимателей с целью совместного проведения крупной финансовой операции (например, осуществление значительных инвестиций в крупный промышленный проект)[[12]](#footnote-12). Такое объединение предпринимателей имеет возможность вложить средства в крупный проект, при этом значительно уменьшается риск, возникающий при крупных вложениях, так как ответственность раскладывается на множество участников. В условиях научно - технической революции консорциумы возникают в новых отраслях и на стыке различных отраслей и предусматривают проведение совместных научных исследований.

**Синдикат**- объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли с целью устранения излишней конкуренции между ними.

**Картель**- означает соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на продукцию, услуги, о разделе рынков сбыта, долях в общем, объеме производства и др.

**Финансово промышленные группы**являются новой организационно - экономической формой предпринимательства. Они представляют собой объединение промышленного, банковского, страхового и торгового капиталов, а также интеллектуального потенциала предприятий и организаций.

Так как в условиях рыночной экономики мы не перестаем оглядываться на зарубежные страны, хочется отметить основные формы коммерческих предприятий в экономически развитых странах. Это частнопредпринимательская фирма, партнерство и корпорация.

**Частнопредпринимательская фирма *-*** это предприятие, владелец которого самостоятельно ведет дела в собственных интересах. Он управляет фирмой, получает всю прибыль, несет персональную ответственность по всем её обязательствам. Собственник фирмы обладает правом найма и увольнения работников, заключает договоры, контракты. Преимущество частнопредпринимательской фирмы - в простоте её организации, управления, свободе действий, в достаточно сильной экономической мотивации(одно лицо получает всю прибыль). Недостатки такой фирмы - ограниченность финансовых и материальных ресурсов, отсутствие развитой системы внутренней специализации производства и управления, неограниченная ответственность.

**Партнерство**- это предприятие, фирма, организованная несколькими лицами, совместно владеющими и управляющими ею. Важнейшие права здесь принадлежат всем партнерам, однако может быть партнерство и с ограниченной ответственностью, когда наряду с основными участниками, полностью отвечающими за деятельность фирмы, имеются партнеры, ответственность которых ограничивается суммой их вклада в дело (так называемые партнеры с ограниченной ответственностью). В условиях партнерства относительно легче решить финансовые вопросы, связанные с началом и продолжением деятельности предприятия, фирмы. Здесь в большей мере, чем в частнопредпринимательской фирме, можно использовать разделение труда и специализацию в производстве и управлении. Недостаток партнерства - разделение функций, вследствие чего возможна несогласованность действий, и даже несовместимость интересов. В результате возникающих противоречий или выхода из дела одного или нескольких партнеров возникает угроза потенциального распада партнерства.

Под **корпорацией**понимается предприятие, фирма, имеющая форму юридического лица, где ответственность каждого собственника ограничена его вкладом в данное предприятие. Это общество, основано на паях. Приобретая акции общества, отдельные лица становятся собственниками корпорации. Таким образом, привлекаются финансовые средства огромного числа людей. Держатели акций получают часть дохода в виде дивидендов. Они рискуют только той суммой, которую заплатили при покупке акций. Корпорация существует независимо от её владельцев-акционеров, что позволяет ей функционировать относительно стабильно.

Корпорация как форма объединения фирм имеет свои преимущества:

1. Она является наиболее эффективной формой организации бизнеса в вопросах привлечения денежного капитала. Корпорациям присущ уникальный способ финансирования - через продажу акций и облигаций, который позволяет привлекать сбережения многочисленных домохозяйств. Через рынок ценных бумаг корпорации могут объединять в общий фонд финансовые ресурсы огромного числа отдельных лиц.

2. Ограниченная ответственность. Владельцы корпораций (то есть держатели акций) рискуют только той суммой, которую они заплатили за покупку акций. Их личные активы не ставятся под угрозу, даже если корпорация обанкротится. Кредиторы могут предъявить иск корпорации как юридическому лицу, но не владельцам корпорации как частным лицам. Право ограниченной ответственности заметно облегчает задачу корпорации в привлечении денежного капитала.

3. Поскольку корпорация является юридическим лицом, она существует независимо от ее владельцев и в этом отношении - от ее собственных должностных лиц. Партнерство внезапно и непредсказуемо могут погибнуть, а корпорации, по крайней мере согласно законам, вечны. Передача собственности корпорации через продажу акций не подрывает ее целостности. Одним словом, корпорации обладают известным постоянством, недостающим другим формам бизнеса, которое открывает возможность перспективного планирования и роста.

Недостатки все же существуют:

1. Регистрация устава корпорации сопряжена с некоторыми бюрократическими процедурами и с расходами на юридические услуги.

2. Следующий возможный недостаток корпорации касается вопросов, связанных с налогообложением прибыли корпорации. Речь идет о проблеме двойного налогообложения: та часть дохода корпорации, которая выплачивается в виде дивидендов держателям акций, облагается налогом дважды - первый раз как часть прибыли корпорации, второй - как часть личного дохода владельца акций.

3. При единоличном предпринимательстве и партнерстве владельцы недвижимости и финансовых активов сами непосредственно управляют этими активами и их контролируют. Но в крупных корпорациях, акции которых широко распределены среди сотен тысяч владельцев, появляется значительное расхождение между функциями собственности и контроля.

Причины этого кроются в бездеятельности типичного держателя акций. Большая часть владельцев акций не использует права участия в голосовании или же если используют это право, то лишь подписываясь под предоставлением полномочий, действующим должностным лицам корпорации. Все компании с ограниченной ответственностью должны быть зарегистрированы.

**Глава 3**

**Фирма, как субъект рыночных отношений**

**3.1. Механизм функционирования предприятия**

Социально-экономическая роль предприятия в условиях рынка существенно меняется по ряду направлений:

· основные требования, которое выдвигает рынок фирме, работать так, чтобы результатом деятельности был не только выпуск продукции или услуг, но и получение прибыли.

· не только произвести продукцию, но и сбыть её, реализовать. наращивание объемов целесообразно только в условиях гарантированного сбыта последней.

· на смену существовавшим ограничениям со стороны вышестоящих органов приходит самостоятельность предприятий по многим вопросам его деятельности, но как плата за эту самостоятельность - возможность несостоятельности и банкротства.

Следовательно. Поведение фирмы в рыночных условиях хозяйствования видоизменяется, и это изменение касается многих вопросов деятельности фирмы. Любая фирма независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, отраслевой принадлежности, выпускаемой продукции или оказываемых услуг является *открытой экономической системой.*

Выше уже отмечено, что в условиях рынка предприятие решает две задачи - произвести продукцию и реализовать её. В зависимости от решения этих задач оно будет процветать или станет несостоятельным. Для того чтобы знать, что необходимо производить - какой ассортимент, в каком количестве - предприятие должно изучить рынок. Прежде чем начнет расходовать ресурсы для изготовления конкретной продукции, то есть заняться маркетингом. При чем маркетинг необходимо заниматься постоянно - как до запуска продукции в производство, так и после в процессе реализации продукции.

Для принятия решений необходимо собрать и проанализировать достоверную информацию, которая включает:

· *характеристику товаров*: являются они товарами конечного потребления или промежуточными, готовыми изделиями или полуфабрикатами, необходима служба сервиса или нет, приемлема ли цена потребителю, каковы цены у конкурентов;

· *общую характеристику рынка*: большое или малое число потребителей, способы покупки товаров, отношение покупателей к товарам, условиям и срокам поставки, условия продаж у конкурентов;

· *каналы распространения товаров*: наличие посредников между производителями и потребителями, их количество;

· *конкретное состояние рынка*: существует ли конкуренция между производителями товаров, и каков её уровень;

· *законодательные ограничения*: существуют ли законодательные ограничения, которые могут препятствовать маркетинговой деятельности;

· *уровни управленческой деятельности в области маркетинга*: долговременные цели фирмы, учитывающие ситуацию на внутренних и внешних рынках и тенденции ее развития;

· *финансовые, материальные и иные ресурсы необходимые для достижения этих целей*;

· *перспективные*, (до 5 лет) цели фирмы, возникающие при этом задачи и обеспеченность их необходимыми ресурсами;

· *оперативные, текущие цели и задачи, выдвигаемые конъюнктурой рынка, не противоречащие долговременным стратегическим целям;*

Обратите внимание на то, что предприятие на входе потребляет ресурсы определенного вида, чтобы потом в результате производственного процесса на выходе получить трансформированные ресурсы. Ресурсы иной потребительной стоимости. Соотношение ресурсов на входе и на выходе составляет содержание такого понятия, как **экономика предприятия.**

**3.2. Конкурентоспособность фирмы**

Основной целью любой фирмы в условиях рыночной экономики является сохранение и расширение своих позиций на рынке, рост или, по крайне мере, стабильное получение прибыли. Это возможно только при ориентации на максимизацию прибыли, главным средством достижения которой выступает обеспечение высокой конкурентоспособности. В результате конкурентной борьбы между фирмами, выпускающими одинаковую продукцию или оказывающие одинаковые услуги применительно к территории, в пределах которой эти фирмы функционируют, выявляется конкурентное преимущество той или иной фирмы. Конкурентное преимущество - это то, что выигрышно отличает данное предприятие от его конкурентов и обеспечивает его превосходство на рынке[[13]](#footnote-13). Конкурентное преимущество базируется на конкурентоспособности и обычно связано либо с более высоким, чем у конкурентов качеством товаров, либо с более низкими издержками их производства. Для того чтобы успешно осуществлять свою деятельность в условиях рыночной конкуренции, фирмы должны выпускать на рынок сравнимые товары с меньшими, чем у конкурентов издержками, и получать большую прибыль как разницу примерно одинаковых цен и более низких затрат (стратегия меньших издержек). Или создавать для покупателя большую ценность в виде нового качества товара, особых потребительских свойств, высокого уровня сервиса, что выражается в более высокой цене и при сравнимых с конкурентами издержках соответственно в более высокой прибыли (стратегия дифференциации).

Руководство фирмы должно серьезно проанализировать имеющиеся конкурентные преимущества и выбрать стратегию поведения на рынке. Как любой экономический выбор, необходимость четкой ориентации в своей стратегии связана с ограниченностью экономических (производственных) ресурсов. Попытки совместить элементы разных стратегий ведут к падению эффективности. Из этого, однако, не следует, что фирма сделавшая ставку на более низкие издержки, не должна заботиться о приемлемом для потребителей качестве своих товаров и услуг. В свою очередь, предприятие, выбравшее стратегию дифференциации, не должно несоразмерно завышать цены по сравнению с конкурентами.

Выбирая оптимальную для своей фирмы стратегию, её руководство также должно решить, в какой сфере конкуренции будет реализоваться конкурентное преимущество. Речь идет либо о конкуренции во всех секторах экономики одновременно, либо о нацеленности на какой-то узкий его сегмент. Причем, избрав узкий целевой сегмент и работая точно в соответствии с его специфическими потребностями, фирма может иметь выигрыш с точки зрения более низких издержек или более высокой дифференциации по сравнению с конкурентами, работающими на более широкий рынок.

Насколько же конкурентоспособны малые фирмы? Могут ли они противостоять крупным фирмам? По мнению ряда зарубежных экономистов, основанному на практическом опыте, малым фирмам присуще многие положительные качества, которыми не обладают крупные фирмы. Какие же недостатки характерны для крупных фирм? Прежде всего, они не в состоянии уследить за всеми своими товарами и рынками и смотрят на любые перемены как на риск. Крупные фирмы не в состоянии ладить с людьми одержимыми, которые не редко являются инициаторами новых идей. Такой фирме очень трудно принять решение о финансирование проекта, который, возможно, начнет давать прибыль лишь через семь-десять лет. Ожидание скорой отдачи средств начисто их лишают их необходимой потенции. Наконец, на крупных фирмах не принято вознаграждать за риск. Здесь управляющие фирмой одобряют и утверждают планы, а не товары.

В противоположность крупным фирмам малые фирмы действуют по принципу ориентации на нужды. Им жизненно необходимо предлагать рынку что-то новое, реально действенное. В мелких фирмах инициатором всего нового выступает, как правило, один человек, обладающий знаниями и энергией. Следует отметить, что подавляющее большинство новых товаров рождается на мелких фирмах. Малые фирмы способны мыслить перспективно. У них относительно невысоки издержки производства на начальном этапе инновационного процесса, поскольку, как правило, длительность этого этапа может повлиять на основание и выпуск новой продукции.

Общеизвестна гибкость, присущая малым фирмам. При неудаче в одной сфере деятельности они могут, быстро переключится на другую, более эффективную. Кроме того, малые фирмы, как правило, работают над несколькими идеями сразу, т.е. осуществляют множественный конкурентный подход. Мелкие фирмы «терпимы к хаосу», что совсем или почти невозможны для традиционной крупной фирмы. Вместе с тем надо иметь в виду, что инновации - это в основном процесс неорганизованный, проходящий, как правило, то вверх, то в стороны. Если крупные корпорации разрабатывают специальные меры для предотвращения такого положения, то мелкие фирмы принимают такое положение совершенно естественно. Наконец, малые фирмы умеют работать с вкладчиками капитала в рискованные предприятия. Здесь вкладчик знает, что один успех может сразу окупить много неудач, а на крупной фирме одна неудача может серьезно подорвать все её благополучие. Таким образом, преимущества малых фирм подтверждаются: они могут успешно вести конкурентную борьбу.

**3.3. Стратегическое планирование**

После того как конкурентная рыночная стратегия и сфера конкуренции определены, следующим инструментом реализации целевых установок предприятия, обеспечивающим устойчивое положение на рынке, является стратегическое планирование, то есть систематическое составление плана действий, направленных на достижение целевых установок фирмы.

Стратегическое планирование задает перспективные направления развития предприятия, определяет основные виды его деятельности, позволяет увязать в единую систему маркетинговую, проектную, производственную и финансовую деятельность. Стратегический план обеспечивает адаптацию предприятия к внешней среде, к распределению ресурсов и внутреннюю координацию деятельности с целью выявления сильных и слабых сторон. Стратегический план на крупных предприятиях, как правило, долгосрочный. Но временной период стратегического плана для разных предприятий может быть различным и то, что является долгосрочным для одного предприятия, может быть краткосрочным для другого. Стратегическое планирование на предприятиях должно быть направлено на их долгосрочное развитие, достижение высоких темпов экономического роста. Развитие – это процесс, в котором увеличиваются возможности и желания предприятия удовлетворять свои желания и потребности потребителей. Таким образом, стратегическое планирование призвано обеспечить необходимый экономический рост и желаемый уровень развития предприятия на предстоящий долгосрочный период.

В стратегическом планировании важную роль играет государственное регулирование экономической политики, обоснование перспективных направлений развития всей рыночной системы. Стратегическое планирование на микроуровне является основой взаимодействия множества внутренних и внешних экономических процессов, факторов и явлений[[14]](#footnote-14).

Во-первых, стратегический план задает перспективное направление развития предприятия, определяет основные виды деятельности, позволяет увязать в единую систему все основные направления деятельности, а также позволяет лучше понимать структуру потребности, процессы планирования, продвижения, и сбыта продукции, механизмы формирования рыночных цен.

Во-вторых, он устанавливает каждому подразделению предприятия конкретные и четкие цели, которые согласуются с общей стратегией развития предприятия. В-третьих, он обеспечивает координацию усилий всех функциональных служб предприятия. В-четвертых, стратегический подход стимулирует менеджеров предприятия лучше оценивать свои слабые и сильные стороны с точки зрения конкурентов, возможностей, ограничений и изменений окружающей среды. В-пятых, план определяет альтернативные действия предприятия на долгосрочный период. В-шестых, создает основу для распределения ограниченных экономических ресурсов. В-седьмых, демонстрирует возможность фактического применения основных функций планирования, организации, управления, контроля и оценки деятельности предприятия, как единую систему современного менеджмента.

Процесс стратегического планирования на предприятии включает в себя осуществление следующих взаимосвязанных функций:

1) определение долгосрочной стратегии, основных целей и задач развития предприятия;

2) создание стратегических хозяйственных подразделений на предприятии;

3) обоснование и уточнение основных целей проведения маркетинговых исследований рынка;

4) осуществление ситуационного анализа и выбор направления экономического развития предприятия;

5) разработка основной стратегии маркетинга и укрупненное планирование производства продукции;

6) выбор тактики и уточненное планирование способов и средств достижения поставленных задач;

7) контроль и оценка основных результатов, корректировка выбранной стратегии и способов ее реализации.

Каждый этап имеет свое специфическое содержание для конкретных предприятий. В процессе стратегического планирования главные цели предприятия устанавливаются высшим руководством и согласуются со всеми подразделениями. Плановые службы предлагают каждому подразделению варианты первоначальных показателей валовой и нераспределенной (чистой) прибыли на долгосрочный период. После их рассмотрения подразделения выдвигают свои предложения и, тем самым, создаются необходимые предпосылки для выработки общих целей стратегического планирования. В утвержденных планах предусматриваются общие цели предприятия, его место на рынке, организационная структура управления, финансовые результаты и т.д. Таким образом, основная задача стратегического планирования на предприятиях состоит в обосновании важнейших целей и выработке правильной стратегии долгосрочного развития. В современной теории планирования принято выделять восемь основных сфер деятельности, в границах которых каждое предприятие определяет свои главные цели. Этими сферами являются положение предприятия на рынке, инновационная деятельность, уровень производительности, наличие производственных ресурсов, степень стабильности, система управления, профессионализм персонала и социальная ответственность.

**Стратегия лидерства по затратам**

Стратегия лидерства в низких издержках - это достижение более низких затрат по изготовлению производимой продукции по сравнению с конкурентами без ухудшения качества. Цель данной стратегии состоит в том, чтобы поддерживать преимущество перед конкурентами по затратам и получать больше прибыли. Продукция может продаваться по более низким ценам, либо по текущим рыночным ценам, но в этом случае она имеет возможность направлять больше средств на маркетинг и сбыт. Данная стратегия означает способность предприятия разрабатывать, производить и продавать аналогичные продукты более эффективно, чем конкуренты[[15]](#footnote-15). Данная стратегия возможна при массовом выпуске стандартизированной, как правило, дешевой продукции и отлаженных каналов сбыта.

Компания, осуществляющая данную стратегию, постоянно испытывает давление со стороны конкурентов, поэтому она требует от предприятия оптимальных размеров производства, развитой сбытовой сети, захвата определенной доли рынка и так далее.

Доминирующая роль в этой стратегии играет производство, где существуют иерархическая структура управления, имеются количественно выраженные цели и осуществляются жесткий контроль в издержках. Считается, что компания осуществляет лидерство в издержках, получает следующие выгоды[[16]](#footnote-16):

1. Низкий уровень затрат защищает фирму от мощных оптовых поставщиков, поскольку обеспечивает ей более высокую эластичность при повышении затрат на комплектацию.

2. Низкий уровень затрат защищает фирму от мощных оптовых покупателей, поскольку последние стараются использовать свою силу для снижения цен продуктов до того уровня, который представляется наиболее приемлемым среди имеющихся конкурентов. Низкий уровень затрат создает также благополучные условия по оттеснению конкурентов области продуктов заменителей.

**Стратегия дифференциации (стратегия лидерства в области качества)**

Данная стратегия состоит в такой дифференциации продукта (исключительных черт), которая предопределит его исключительный характер и оригинальность[[17]](#footnote-17).

Такая продукция предназначена для потребителей, которых не устраивает стандартная продукция и которые готовы платить за ее уникальность. Дифференциация продукции означает способность предприятия обеспечить уникальность и более высокую ценность (по сравнению с конкурентами) продуктов и показателей с точки зрения требуемого уровня качества, наличие его особых характеристик, методов сбыта и послепродажного обслуживания. Потенциальная основа дифференциации продукции - факторы, увеличивающие ценность продукта для покупателя, в том числе психологическая удовлетворенность. При дифференциации продукции себестоимость увеличивается, но затраты имеют второстепенную роль, так как компенсируются, как правило, за счет установления более высокой цены. Именно стратегия дифференциации принесла на рынок разнообразие товаров, предоставляемых покупателям продукцию повышенного качества с характерными особенностями, выпущенную на основе высоких технологий, обеспечивающих покупателю первоклассный сервис и прочее.

Обычно выделяют следующие виды дифференциации:

1. Продуктовая - предложение продуктов с характеристиками и дизайном, лучшим, чем у конкурентов.

2. Сервисная - это предложение разнообразного и более высокого по сравнению с конкурентами уровня услуг, сопутствующих продаваемым товарам (это срочность и надежность поставок, установка оборудования, послепродажное обслуживание, обучение и консультирование клиентов).

3. Дифференциация персонала - это наем и тренинг персонала, который осуществляет свои функции работы с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов.

4. Дифференциация имиджа - это создание имиджа организации или продукта, с лучшей стороны отличающей их от конкурентов.

**Глава 4**

**Предпринимательский потенциал Кыргызстана и России**

**4.1. Характерные черты предпринимательского потенциала России**

В России предпринимательство возникло и стало широко распространяться в XVII - XVIII вв. Наибольшее развитие оно получило в годы правления Петра I. В настоящее время в России в соответствии с Гражданским кодексом создаются следующие организационно-правовые формы предпринимательской деятельности: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия[[18]](#footnote-18). В числе хозяйственных товариществ - полное товарищество и коммандитное товарищество. Хозяйственные общества могут создаваться в форме обществ с ограниченной ответственность, с дополнительной ответственностью дочерних и зависимых обществ.

Характер предпринимательского потенциала России обусловлен переходным состоянием российской экономики. С одной стороны, Россия продемонстрировала способность к быстрому формированию предпринимательской инфраструктуры и самого класса предпринимателей, тем более что сами эти понятия на протяжении многих предшествовавших десятилетий воспринимались в стране исключительно негативно. За 90-е гг. в России образовались тысячи рыночных институтов, возникли миллионы собственников.

С другой стороны, многие рыночные структуры остаются крайне несовершенными и неэффективными, например рынок ценных бумаг (фондовый рынок). Сохраняется весьма заметной доля государства, как в национальном богатстве, так и в собственности акционерных и частично приватизированных предприятий. Есть все основания полагать, что в силу многих исторических и культурных традиций Россия сохранит значительный государственный сектор и в будущем. Весьма велика будет и роль государственного регулирования в экономике. При этом одной из характерных черт переходной экономики России является тесное переплетение частного и государственного капитала, заметная роль государственного аппарата, а значит, и государственного предпринимательства. Одновременно с этими продолжает оставаться сильная зависимость частных предпринимателей (как сохранивших свои позиции прежних директоров приватизированных государственных предприятий, так и новых менеджеров, возглавивших вновь созданные коммерческие структуры) от органов государственного управления и их многочисленных чиновников, имеющих огромные возможности для контроля над деятельностью частного бизнеса, его разрешения или запрещения, часто небескорыстно.

В этой связи чрезвычайно важны роль и усилия государства, а также других общественных институтов (образования, средств массовой информации и др.), направленные на формирование цивилизованного класса предпринимателей в нашей стране, законодательное и организационное обеспечение этого процесса.

В России насчитывается лишь 840 тыс. таких предприятий с числом занятых на них 6,3 млн. человек (9,5% от общего числа занятых), что несопоставимо со среднемировым уровнем (40- 50% занятых)[[19]](#footnote-19). При этом малые предприятия крайне неравномерно распространены по территории страны.

Нельзя не отметить специфику состава формирующегося российского предпринимательского класса. Согласно проведенным исследованиям, около 60% российской бизнес-элиты являются выходами из прежней советской номенклатуры (партийной, комсомольской, хозяйственной). Одна часть этих кадров сумела зваться к требованиям рынка, успешно осваивает новые знания и стиль поведения, другая - продолжает руководить предприятиями и фирмами во многом по старинке, полагаясь главным образом на личные связи и покровительства государственных чиновников. Довольно пестрым является и «не номенклатурный» сегмент российского предпринимательства: здесь и рядовые граждане, прежде всего молодежь, активно работающая в бизнесе (в основном в розничной и «челночной» торговле, не требующей значительного первоначального капитала, в посреднических услугах), и высококвалифицированные специалисты, открывающие консультативные фирмы, например, в области управления, подготовки кадров, программного обеспечения. В то же время положение российского предпринимательства, особенно малого и среднего, чрезвычайно нестабильно.

К сожалению, отличительной чертой современного российского предпринимательства является его криминализация. Немалая часть (трудно определить какая) нового предпринимательства вышла из прежнего «теневого» бизнеса и находится под прямым контролем криминальных структур. Эти структуры втягивают в свою орбиту и вполне «чистый» бизнес, облагая его всевозможными поборами. Массовым стало уклонение предпринимателей от налогов, расцвет теневой экономики, прямые хищения бюджетных средств государства и средств населения. По различным оценкам, масштабы теневой экономики достигают 25-40% ВВП страны. Особенно болезненным явлением, подрывающим основы цивилизованного предпринимательства, стала коррупция, криминальное сращивание бизнесменов и государственного аппарата.

**4.2. Характерные черты предпринимательского потенциала Кыргызстана**

По организационно-правовым формам предпринимательской деятельности в Кыргызстане следует отметить: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, акционерные общества открытого и закрытого типа, индивидуальные предприниматели. В сфере индивидуальных предпринимателей введенные новшества в налоговом законодательстве: это то, что по ведению учета ввели упрощенную форму отчетности. Экономика остается главным приоритетом нашего развития, а достижение максимально высоких темпов экономического роста - основной задачей.

Оптимальная роль государства здесь видится в том, чтобы, с одной стороны, достигнуть максимальной либерализации и открытости экономики, с другой вести активную работу по строительству инфраструктуры и привлечению частного сектора к развитию ключевых отраслей.

По мнению Президента, конкурентоспособность нашей национальной экономики может быть достигнута только в условиях её интеграции в мировую экономику[[20]](#footnote-20). Поэтому важнейшей задачей является активизация вступления Кыргызстана во Всемирную торговую организацию. Здесь нам надо задействовать весь политический и дипломатический потенциал.

В частности, одна из ключевых задач государства - оказание финансово-кредитной поддержки предпринимательству, особенно малому и среднему, принятие стабильного законодательства, в том числе налогового, способствующего развитию бизнеса. Но, как известно развитие малого и среднего бизнеса способствует конкурентоспособности государства в целом. Поэтому необходимо вести поддержку в правовых законодательных актах в пользу усиления роли предпринимательства в Кыргызстане.

«Правительство проявляет медлительность в решении вопроса об изменении налогового статуса малого и среднего бизнеса. Я приводил пример, что в Европе малый бизнес – это компании с чистым доходом, до 7 миллионов евро в год, или общими активами на балансе не меньше 5 миллионов евро. У россиян малое предприятие – это оборот до 300 тысяч долларов, у казахов до 100 тысяч. Нам надо менять нашу шкалу, иначе наш малый и средний бизнес находится в заведомо проигрышном положении и не может конкурировать на внешних рынках, обеспечивать технологическую модернизацию, развитие производства. Критерии должны быть, если не европейскими, то хотя бы соответствовать критериям наших торговых партнеров – России и Казахстана»[[21]](#footnote-21).

Особого внимания требует поддержка предпринимательства в определяющих для страны отраслях: сельском хозяйстве, легкой промышленности, строительстве, туризме. За 2005-2006 годы вновь создано 907 малых и средних предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности[[22]](#footnote-22).

На основе принятой Национальной стратегии развития нами подготовлен комплекс мер, которые должны обеспечить хороший прорыв в экономике и улучшение предпринимательского потенциала Кыргызстана. За счет привлечения инвестиций мы сможем произвести серьезные и крупные шаги.

**Заключение**

Фирма сама по себе как субъект экономики является необходимым определяющим условием существования рыночной экономики и её обязательным атрибутом. Без фирмы не существует рынка, равно как и без рынка не существует фирм.

Фирма представляет собой хозяйствующий субъект экономики, занимающийся производством товаров, предоставлением услуг, выполнением работ для удовлетворения общественных потребностей, с целью получения прибыли. В теории фирм и на практике выделяются разнообразные виды этих экономических субъектов. Среди них в Кыргызстане распространены частные предприятия, акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью, малые предприятия, совместные предприятия, кооперативы, а также достаточно широкий спектр государственных предприятий, часть из которых даже является монополистами на своих рынках. Создание благ является основной функцией фирм. Оно представляет собой удовлетворение индивидуальных или групповых потребностей, в результате чего фирма получает определенные выгоды. Важным моментом в деятельности фирм является планирование на всех этапах и стадиях проведения этой деятельности.

Что касается функционирования фирм в условиях неопределённости, то можно сказать что такие условия являются для рыночной экономики вполне обычными, что необходимо учитывать в своей деятельности. Неопределённость может считаться своеобразным стимулом к выбору наиболее эффективных действий фирм.

На основании анализа изложенных в настоящей работе сведений появляется возможность я могу сделать ряд четких и структурированных выводов о роли и месте фирмы, как экономического института, в условиях современной рыночной экономики:

1. В развитой рыночной экономике фирмы многообразны, они занимаются производством товаров, их реализацией, оказанием самых различных услуг - финансовых, посреднических, информационных, консультативных, научно-исследовательских;

2. В условиях рыночной экономики через фирмы граждане осуществляют предпринимательскую деятельность "исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке";

3. В рыночной экономике важнейшие решения - что, как, и для кого производить - принимается частными фирмами. Главным, что определяет их решения, является спрос потребителей, а также особенности рыночной структуры отрасли и предложение аналогичных товаров со стороны конкурентов.

4. Основные формы организации бизнеса в современной рыночной экономике - это корпорация (акционерное общество), индивидуальная фирма и партнерство;

5. Фирма имеет свою организационно-правовую форму и цель деятельности, в соответствии с которыми создает свою внутреннюю структуру;

6. Важнейшие функции фирмы - определение и удовлетворение нужд потребителей; организация производства; участие в распределение общественного дохода; инвестиции в реальный капитал.

7. Фирма как важнейший экономический институт требует создания и соблюдения ряда условий для своего развития в институциональной структуре общества;

8. Фирмы пытаются удовлетворить безграничные потребности общества и одновременно наиболее рационально использовать ограниченные возможности имеющихся факторов производства;

10. Стратегия, выбираемая руководителем должна быть гибкой по отношению к внешним условиям.

11. Фирмы являются местом приложения труда капитала и предпринимательского потенциала;

12. Фирма имеет многочисленные сложные взаимосвязи с окружающей средой, и ее успех в значительной степени зависит от того, кто и как регулирует и контролирует эти связи.

13. Важное место в теории фирмы занимает проблема определения ее целевой функции, критерия оценки результатов ее деятельности. В моделях классической предпринимательской фирмы критерий был один - максимизация прибыли. Последующие подходы не предполагают такого критерия.

14. Отличие фирмы, максимизирующей объем продаж, от фирмы, максимизирующей прибыль, заключалось в более высоком объеме производства и более низких ценах.

15. Фирма, как правило, группируются по ряду существенных признаков: формам собственности, размерам, характеру деятельности, отраслевой принадлежности, доминирующему фактору производства, правовому статусу.

16. Наиболее развитой формой является АО, наиболее устойчивое - полное товарищество, наиболее безопасной - коммандитное товарищество, наиболее замкнутой - ЗАО, наиболее открытой - ОАО.

17. В Российском предпринимательстве важной задачей является перевод большинство старых предприятий на рельсы рыночной экономики за счет учета воздействия рынка не только на его внешние условия хозяйствования, но и на внутренние, т.е. перестроить отношения в рамках компаний, внедрить современную систему управления, расширить экономическую демократию. Что же касается Кыргызстана, то следует отметить затруднения в развитии мелкого и среднего бизнеса и надо обеспечивать технологическую модернизацию в развитии производства.

В заключение, обобщая сказанное, можно сказать, что предмет данной работы - фирма как субъект рыночных отношений, является ключевым звеном. Это объясняется тем, что в современной экономике фирмы производят основную массу товаров и услуг. Я соглашаюсь с мнением Баликоевым В.З.: «Без фирмы не существует рынка, равно как и без рынка не существует фирма». Так как все это взаимосвязано, и одно без другого не может существовать. Функционирование фирм обеспечивают предприниматели. Предпринимательские способности - это экономический ресурс, в состав которого следует включать, прежде всего, предпринимателей, предпринимательскую инфраструктуру, а также предпринимательскую этику и культуру. В целом можно сказать, что фирма - важный, необходимый и неотъемлемый элемент рыночной экономики, в большой степени определяющий эффективность её действия в государстве.

**Список использованной литературы:**

1. Кумскова Н.Х., Савина М.М., Алышбаева А. Экономическая теория. Бишкек, 2002.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., 1982.
3. Самуэльсон П. Экономика. В 2 т. – М.: Алгон, 1992.
4. Грачев М.В. Суперкадры. Управление персоналом в международной корпорации. – М.: Дело, ЛТД, 1993.
5. Камаева В.Д., Экономическая теория. 6 издание. М.: Владос, 2000.
6. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Т.1. – М., 1992.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление. - М., 2005.
8. Попов С.А. Стратегическое управление. - М., 2000.
9. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория. 2-е издание. – М.: Норма, 2005.
10. Как работают японские предприятия / Сокр. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1998.
11. Баликоев В.З. Общая экономическая теория. – Новосибирск: ЮКЭА, 1998.
12. Бектенова Д.Ч. Финансы, денежное обращение и кредит. КРСУ. – Бишкек, 1999.
13. Николаева И.П. Экономическая теория. М.: Проспект, 1998.
14. Дзарасов С. Качество экономического роста // Экономист. - №12
15. Гусева В.И., Токторбаева К.А., Теория экономического роста и реалии Кыргызстана. Б.: КРСУ, 2006.
16. Кумскова В.И. Рыночный переход в прямом и переносном восприятии. Б.: КРСУ, 2006.
17. Кумскова Н.Х. Социально-экономические проблемы переходного периода в Кыргызстане. Б.: КРСУ, 1998.
18. Экономика Кыргызской республики: Учебное пособие. – Б.: КТУМ, 2003.
19. Булатов А.С. Экономика. - М.: Издательство БЭК, 1997.
20. Коуз Рональд. Фирма, рынок и право / Пер. с англ. - М.: "Дело ЛТД" при участии изд-ва "Catallaxy", 2003.
21. Микроэкономика. Учебник / Под ред. Е. Строганова, И. Андреева. - М.: Питер, 2002.
22. Экономика: учебник/Под ред. Доц. А. С. Булатова. - М.: Издательство БЕК, 2004.
23. Экономическая теория: Учебник / Под общей ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. - М.: Инфра-М, 1997.
24. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Управление фирмой в условиях рынка. – М.: Финансы и статистика, 1996.
25. Грачев И.Д. Развитие малого предпринимательства // Деньги и кредит.2001.
26. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М., 1992.

[www.referatseconomy/](http://www.referats.allbest.ru/economy/)

[www.revolutioneconomy/](http://www.revolution.allbest.ru/economy/)

[www.planovik.ru](http://www.planovik.ru).

[www.old.president.kg/press/vistup/](http://www.old.president.kg/press/vistup/)

1. [www.akipress.org](http://www.akipress.org)
2. [www.ca-c.org/journal/](http://www.ca-c.org/journal/)
3. Журнал «Акиpress». Бишкек: № 6, 2008.
4. Журнал «Вопросы экономики»: № 9 , 1999.

1. См.: Макконнелл К., Брю С. Экономикс. - Т.2. – М., 1992. С.394. [↑](#footnote-ref-1)
2. См.: Макконнелл К., Брю С. Экономикс. - Т.2. – М., 1992. С.395. [↑](#footnote-ref-2)
3. См.: Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., 1982. С.170. [↑](#footnote-ref-3)
4. См.: Самуэльсон П. Экономика. В 2 т. – М.: Алгон, 1992.- Т.2. – С.101. [↑](#footnote-ref-4)
5. См.: Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая теория. 2-е издание. – М.: Норма, 2005. С.100. [↑](#footnote-ref-5)
6. См.: Как работают японские предприятия / Сокр. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1998. [↑](#footnote-ref-6)
7. См.: В.Д. Камаева., Экономическая теория. 6 издание. М.: Владос, 2000. С.250. [↑](#footnote-ref-7)
8. См.: В.Д. Камаева., Экономическая теория. 6 издание. М.: Владос, 2000. С.250. [↑](#footnote-ref-8)
9. См.: Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс. Т.1. – М., 1992. – С.51. [↑](#footnote-ref-9)
10. См.: Н.Х. Кумскова, М.М. Савина, А. Алышбаева Экономическая теория. Бишкек – 2002. – С.87. [↑](#footnote-ref-10)
11. См*.:* www*.*revolutioneconomy/ [↑](#footnote-ref-11)
12. См: www*.*referatseconomy/ [↑](#footnote-ref-12)
13. См.: Макконнелл К.Р., Брю С.А. Экономикс. В 2 т. – М.: Республика, 1993. – Т.2. – С.66. [↑](#footnote-ref-13)
14. См*.: www.*top-persona.by/ [↑](#footnote-ref-14)
15. Виханский О.С. Стратегическое управление. - М., 2005. С.76. [↑](#footnote-ref-15)
16. См.: www.planovik.ru. [↑](#footnote-ref-16)
17. См.: Попов С.А. Стратегическое управление. - М., 2000. [↑](#footnote-ref-17)
18. См.: М.А. Сажина., Г.Г. Чибриков. Экономическая теория. 2-е издание. – М.: Норма, 2005. С.102. [↑](#footnote-ref-18)
19. См.: www.centrasia.ru/news/ [↑](#footnote-ref-19)
20. См*.:* www.ca-c.org/journal/ [↑](#footnote-ref-20)
21. См.: 27.01.2007 Выступление Президента Кыргызской Республики Бакиева К.С. на третьем Съезде предпринимателей Кыргызстана. www.old.president.kg/press/vistup/ [↑](#footnote-ref-21)
22. См.: www.old.president.kg/press/vistup/ [↑](#footnote-ref-22)