



ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (ЧАСТИНА 1)

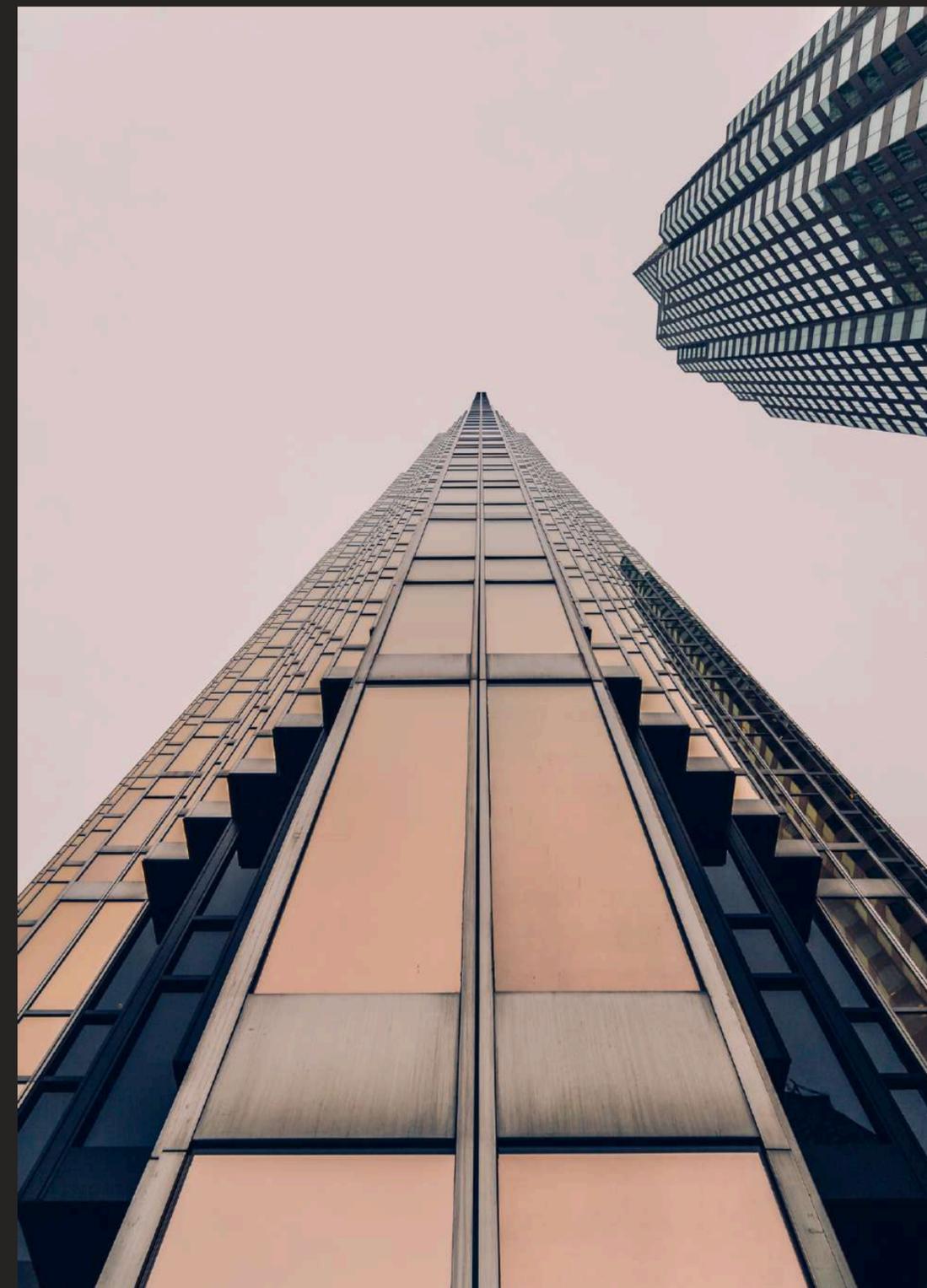
Лекція з навчальної дисципліни “Організація діяльності підприємницьких, торгівельних та біржових структур”

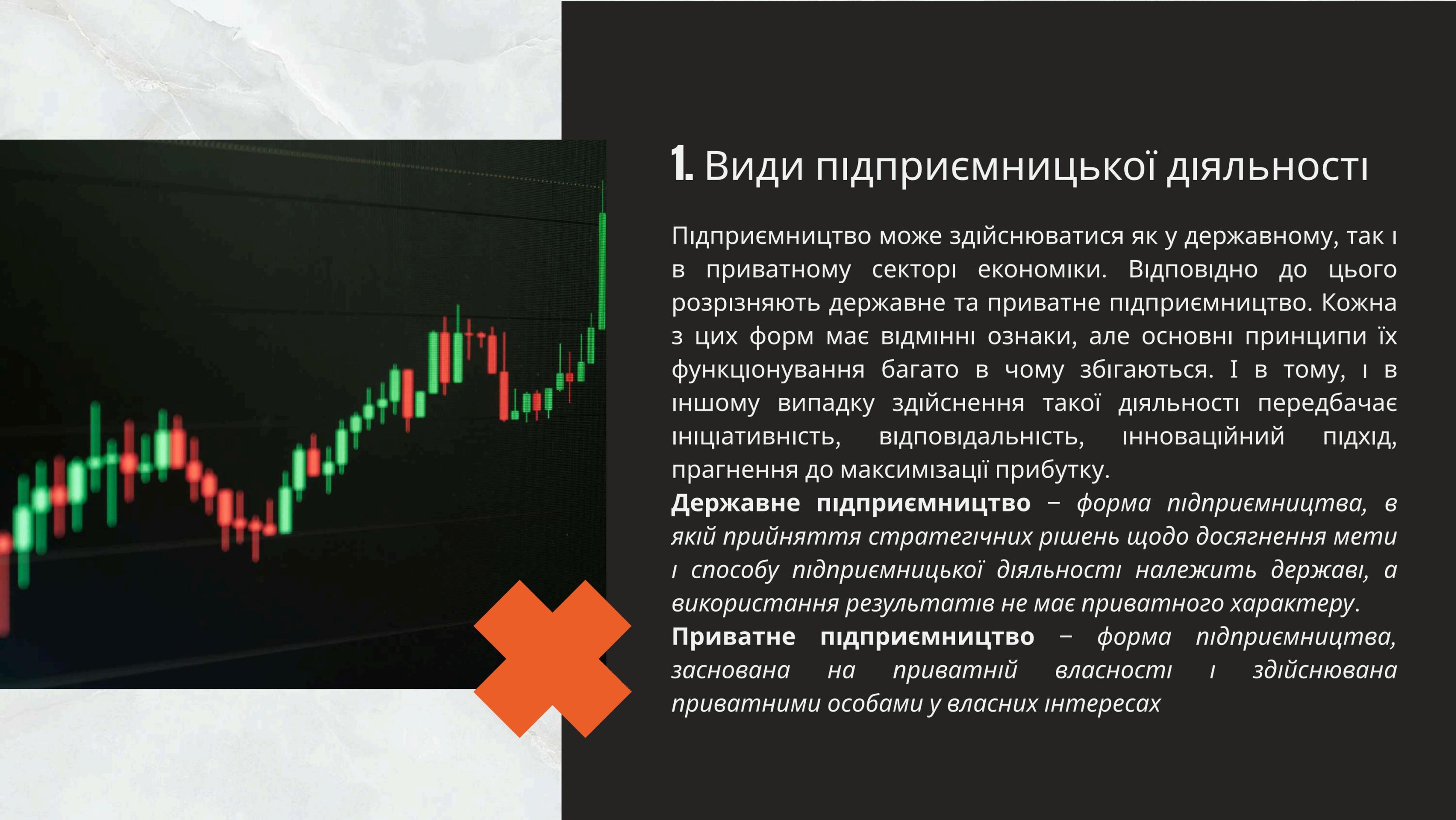




ПЛАН

1. Види підприємницької діяльності
2. Мале інноваційне підприємництво
3. Функції торгового підприємництва
4. Біржова діяльність суб'єктів господарювання
5. Сучасні моделі підприємницької діяльності
6. Інтернет-трейдинг





1. Види підприємницької діяльності

Підприємництво може здійснюватися як у державному, так і в приватному секторі економіки. Відповідно до цього розрізняють державне та приватне підприємництво. Кожна з цих форм має відмінні ознаки, але основні принципи їх функціонування багато в чому збігаються. І в тому, і в іншому випадку здійснення такої діяльності передбачає ініціативність, відповідальність, інноваційний підхід, прагнення до максимізації прибутку.

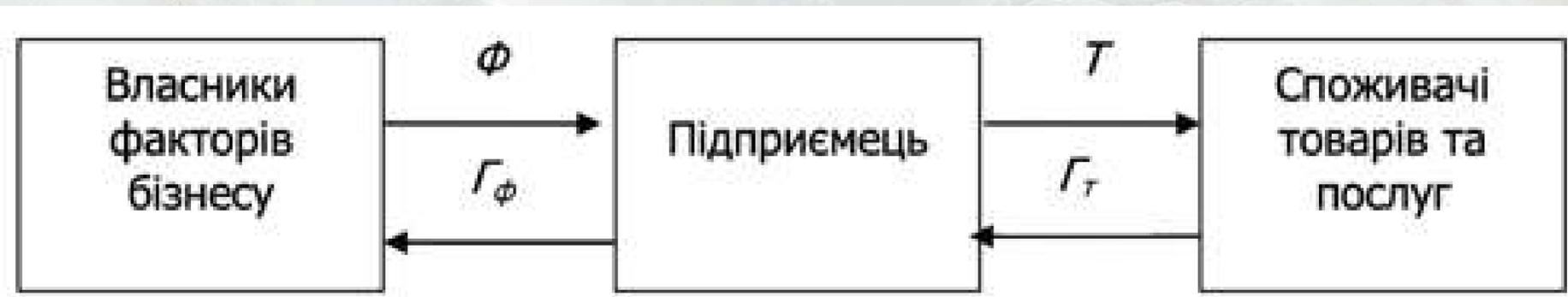
Державне підприємництво – форма підприємництва, в якій прийняття стратегічних рішень щодо досягнення мети і способу підприємницької діяльності належить державі, а використання результатів не має приватного характеру.

Приватне підприємництво – форма підприємництва, заснована на приватній власності і здійснювана приватними особами у власних інтересах

Підприємницька діяльність дуже різноманітна і тією чи іншою мірою пов'язана з основними фазами відтворювального процесу – виробництвом продукції і послуг, обміном і розподілом товарів, їх споживанням.

Розглянемо докладніше картину підприємницьких дій, що перетворюють ресурси на кінцевий продукт підприємницької діяльності. Наведена на рисунку схема має принциповий характер, вона стосується всіх видів підприємництва та відображає головні елементи і провідних учасників бізнес-операцій





Як бачимо зі схеми, у здійсненні бізнесу беруть участь три провідні дійові особи: сам підприємець, той, хто постачає йому ресурси підприємницької діяльності у вигляді факторів підприємництва, і особи, які споживають продукт підприємництва у вигляді товарів і послуг.



У кінцевому підсумку результат підприємництва полягає в тому, що бізнесменові вдається з вигодою для себе задовольнити певне коло потреб у товарах і послугах, реалізуючи свій товар T і отримуючи взамін гроші $ГТ$ від споживачів товару.

У результаті отримуємо таку загальну схему підприємницької операції. Бізнесмен купує за наявні у нього гроші $ГФ$ необхідні йому для здійснення підприємницьких дій фактори $Ф$ у вигляді природних і трудових ресурсів, засобів виробництва. Потім ці ресурси перетворюються на товари і послуги T , необхідні споживачам. Продукт підприємницької діяльності T продається покупцям, у результаті чого бізнесмени отримують грошову виручку $ГТ$. Отже, логічний ланцюг підприємницьких дій має такий вигляд: $ГФ - Ф - T - ГТ$.

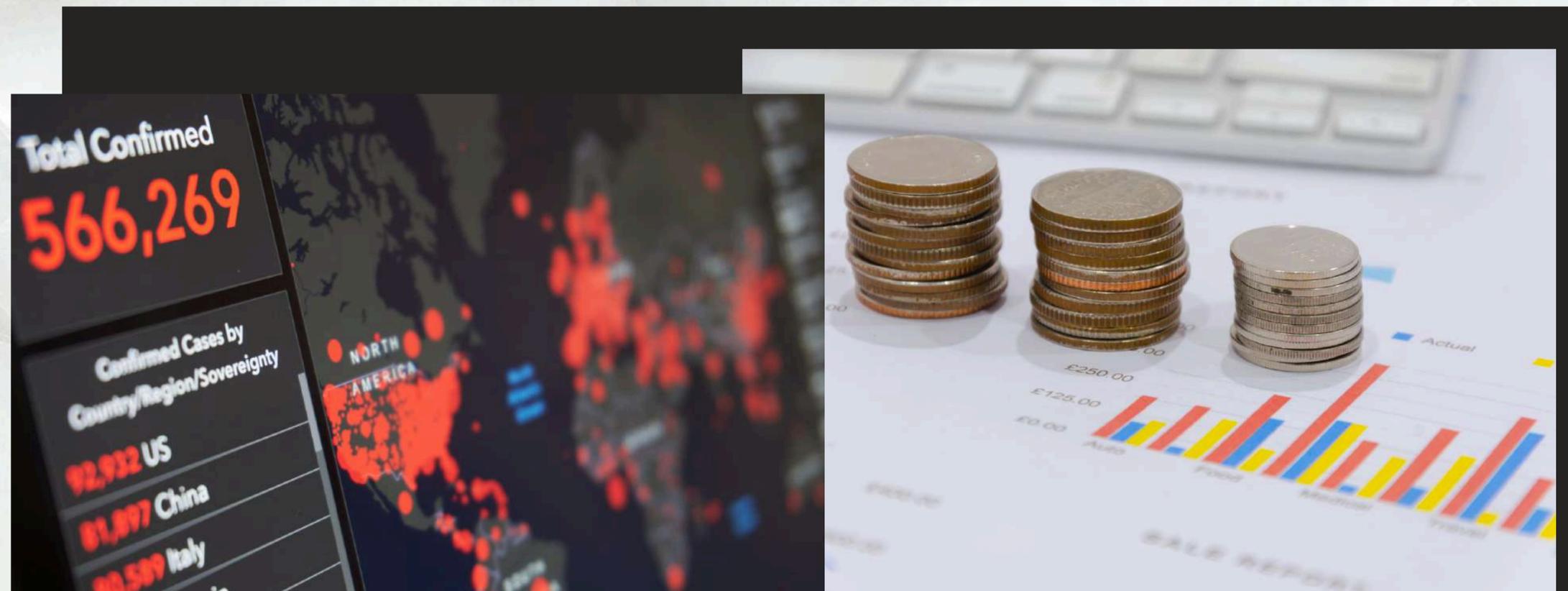
Виходячи з цього, можна виділити такі види підприємницької діяльності: виробнича, наукова, фінансова, страхова та комерційна

Виробниче підприємництво – це підприємництво, спрямоване на виготовлення різноманітної продукції, виконання робіт і надання послуг для споживачів. Цей вид підприємництва можна назвати основним, оскільки від нього безпосередньо залежить рівень розвитку економіки і добробут населення країни.

Наукове підприємництво є перед виробничою стадією і реалізується в діяльності венчурних (ризикованих) підприємств. Вони працюють над втіленням у виробництво нової ідеї або продукту і спеціалізуються на проведенні науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

Венчурні (ризикові) підприємства не повертають вкладені в них інвестором кошти і не виплачують відсотки за ними. Однак інвестор отримує права на всі запатентовані і незапатентовані ноу-хау, інновації та засновницький прибуток від діяльності ризикових підприємств у разі їх успіху.

Середній дохід на венчурний капітал у розвинених країнах приблизно в два рази перевищує середній дохід промислових компаній. Венчурні підприємства засновуються великими компаніями, банками, страховими фірмами і, таким чином, останні використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їх енергію і творчу ініціативу, а також частково перекладають на них ризик нововведень

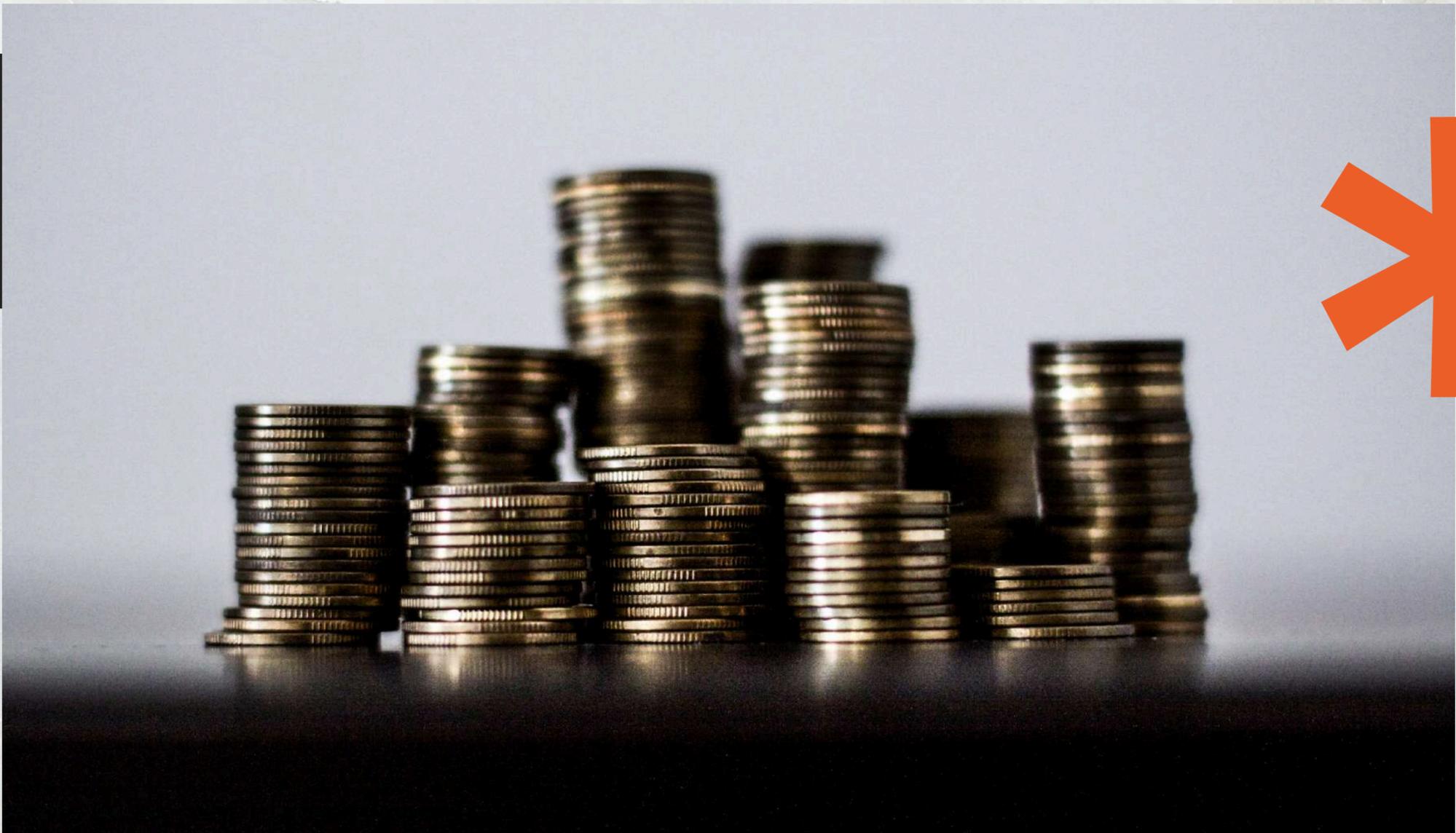


Комерційне підприємництво передбачає діяльність з купівлі-продажу товарів і послуг. Такою діяльністю займаються, перш за все, торговельні організації і різні посередники.

Підприємницька активність у сфері посередництва дозволяє поєднати у стислі терміни економічні інтереси виробника і споживача. Посередництво, з точки зору виробника, підвищує ступінь ефективності його роботи, оскільки дає можливість зосередити активність тільки на виробництві, передаючи посереднику функції щодо просування товару до споживача. Крім того, включення посередника у відносини між виробником і споживачем істотно скорочує термін оборотності капіталу і підвищує прибутковість виробництва.

Посередники можуть вести підприємницьку діяльність самостійно або виступати на ринку від імені виробників або споживачів. Як посередницькі підприємницькі організації на ринку виступають оптові постачальницько-збутові організації, брокери, дилери, дистриб'ютори, біржі, певною мірою комерційні банки та інші кредитні організації.



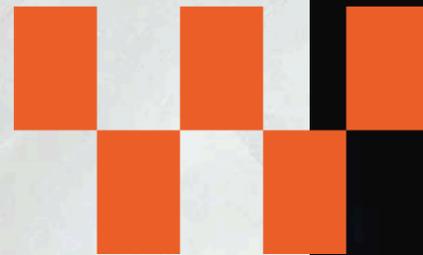


Фінансове підприємництво – діяльність з купівлі-продажу грошей, валюти і цінних паперів. Такою діяльністю займаються комерційні банки, фондові біржі, інвестиційні фонди та ін.

Страхове підприємництво – діяльність зі страхування ризиків і відшкодування витрат. Цей вид діяльності здійснюють страхові компанії та інші організації.

Підприємці-страховики прекрасно розуміють, що страхові внески, які сплачуються страхувальником, повинні перевищувати суми, що витрачаються страховиком на відшкодування шкоди. Інакше підприємець не отримає ніякого прибутку. Весь розрахунок у страховій справі на те, що ймовірність виникнення нещасних випадків, каліцтв, пожеж, аварій, крадіжок відносно невелика. Отже, більшість страхувальників не матимуть підстав для отримання відшкодування втрат. Гроші, сплачені цими страхувальниками, повністю переходять до підприємця і не повертаються. Ці гроші використовуються і для страхового відшкодування збитку тим, хто постраждав, і як джерело прибутку підприємця. До того ж страхові фірми роблять все можливе, щоб мінімізувати суми, що виділяються ними для компенсації збитку, зазнаного страхувальниками

Крім того, у всіх розвинених країнах виділяється такий самостійний вид підприємництва, як **консультативний (консалтинг)**. Він охоплює інформаційні, консультативні та маркетингові види послуг.





2. МАЛЕ ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО



Об'єктивна необхідність розвитку вітчизняного малого інноваційного підприємництва на сучасному етапі потребує вивчення обставин його виникнення, визначення економічної суті, виявлення особливостей їх функціонування, факторів, можливостей і перспектив.

За свідченням англійського економіста Г. Беннока, із 70 найважливіших винаходів ХХ ст. більше половини були зроблені дрібними фірмами або самотійними винахідниками. Саме малими підприємствами створені електронні трубки для телевізорів, установки кондиціонування повітря, електростатичні копіювальні машини, транзистори, міксери і навіть реактивний двигун, не кажучи вже про такі дрібниці, як кулькова авторучка, застібка, пилососи, тостери і багато іншого





Прототипи малих інноваційних підприємств (МІП) у нашій країні з'явилися наприкінці 80-х років минулого століття, у період перебудови, коли темпи зростання їх кількості і питомої ваги у загальному масиві малих підприємств були максимальні.

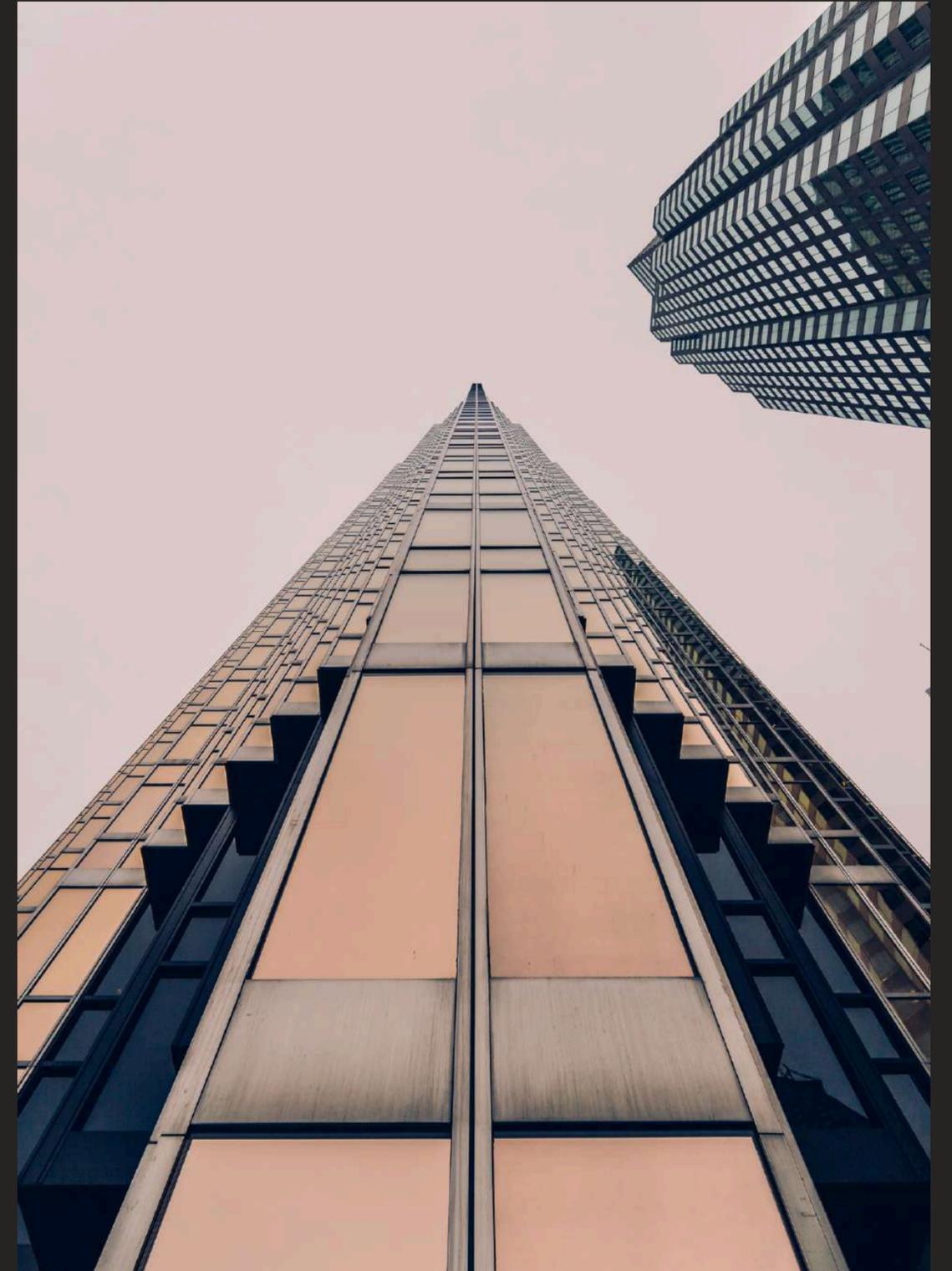
Малі підприємства інноваційної спрямованості наприкінці 80-х–початку 90-х років минулого століття формувалися різними шляхами. Одні виділялися з науково-дослідних інститутів (НДІ), науково-виробничих об'єднань, інші створювалися як «ринкові двійники» лабораторій і відділів галузевих НДІ та заводів. Вони займалися як науковими, прикладними дослідженнями, так і повним циклом «дослідження-виробництво-збут»





Деякі підприємства створювалися за ініціативи розробників, що відчули в собі потяг до підприємництва й мали намір випускати конкурентоспроможну, прибуткову наукоємну продукцію. Часто такі компанії, маючи на меті швидке просування продукції за кордон, організовували спільні підприємства з іноземними партнерами. У середині 90-х років ХХ ст. уже чітко формується цілий клас суб'єктів інноваційного малого підприємництва, для якого бізнес є самометою

Мале підприємництво за своєю природою є інноваційним, а в умовах економіки знань ця якість посилюється і перетворюється на ключовий чинник трансформаційних змін. По-перше, мале підприємництво є інституціональною структурою, що забезпечує рухливість і динамізм економічної системи та сприяє швидкій комерціалізації результатів досліджень і розробок, а також адаптації до зміни умов у всіх сферах діяльності.

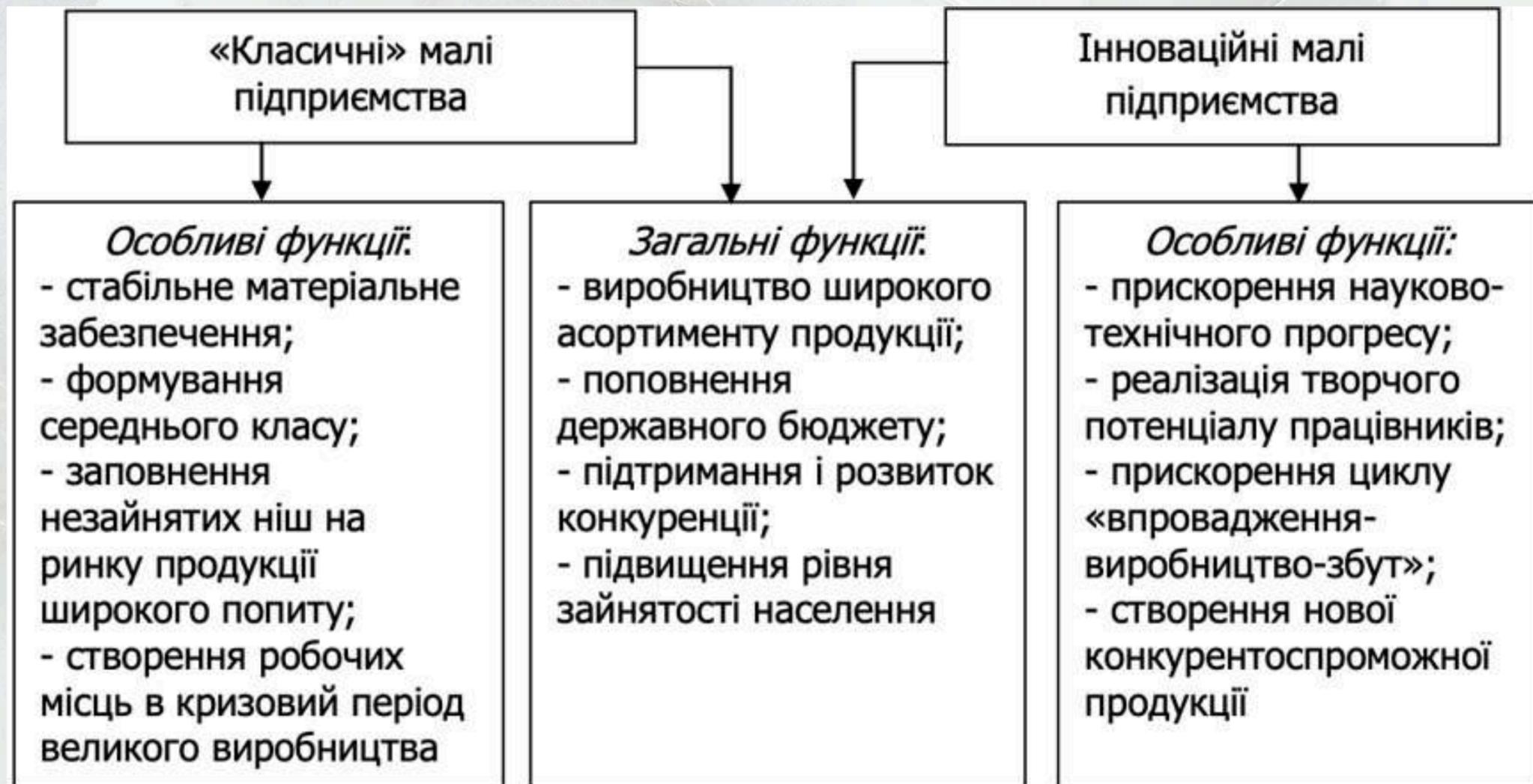




По-друге, завдяки сучасним інформаційним технологіям, які істотним чином змінюють саму модель функціонування різних структур, забезпечується доступ малих підприємств до нових видів діяльності та збільшується частка малого підприємництва на світовому ринку товарів і послуг. Крім того, інформаційні технології створюють умови для зниження витрат виробництва (інтернет-технології значно здешевлюють процеси у сфері маркетингу, реклами, логістики, консалтингу, реєстрації, організації контактів з партнерами) і відповідно дозволяють малим підприємствам підвищити свою конкурентоспроможність. МІП не можна ототожнювати з малими підприємствами, які здійснюють інші види економічної діяльності, хоча вони і мають не тільки відмінні, а й загальні функції



Функцій «класичного» та інноваційного малого підприємства





Говорячи про феномен малого інноваційного підприємництва, необхідно виходити з постулату, що малі інноваційні підприємства є структурною частиною малого підприємництва з властивими йому особливостями та функціями.

Отже, **МІП** – це особливий тип сучасної підприємницької діяльності, спрямованої на отримання прибутку від проведення науково-дослідної роботи, результатом якої є створення нової (або вдосконалення існуючої) конкурентоспроможної продукції (технології, послуг), покликаної істотно поліпшити умови виробництва або життя людини, та її успішна комерціалізація



У зарубіжній практиці використовують різні варіанти назв для такого роду організацій: інноваційне мале підприємство (innovative small enterprise), високотехнологічна фірма (high technology firm), фірма новітньої технології (new technology-based firm – NTBF), фірма, заснована на використанні знань (knowledge-based firm), «експлерент» – фірма-новатор, яка свідомо йде на значний ризик, а отримання прибутків від продажу нових товарів і технологій залежить від обдарованості інтелектуалів, що працюють на цій фірмі



МІП можна умовно розділити на такі групи

Перша група – незалежні МІП, до яких відносять суб'єктів, абсолютно незалежних від будь-якої іншої ринкової (або неринкової) структури і тих, що не працюють на її замовлення. Вони самоорганізуються з ініціативи носія ідеї – менеджера-винахідника, який створює команду вчених і фахівців для досягнення конкретної мети (роботи над об'єктом винаходу)



МІП можна умовно розділити на такі групи

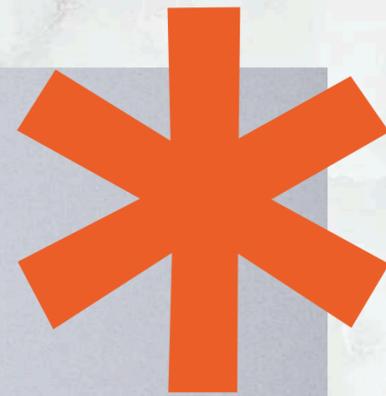
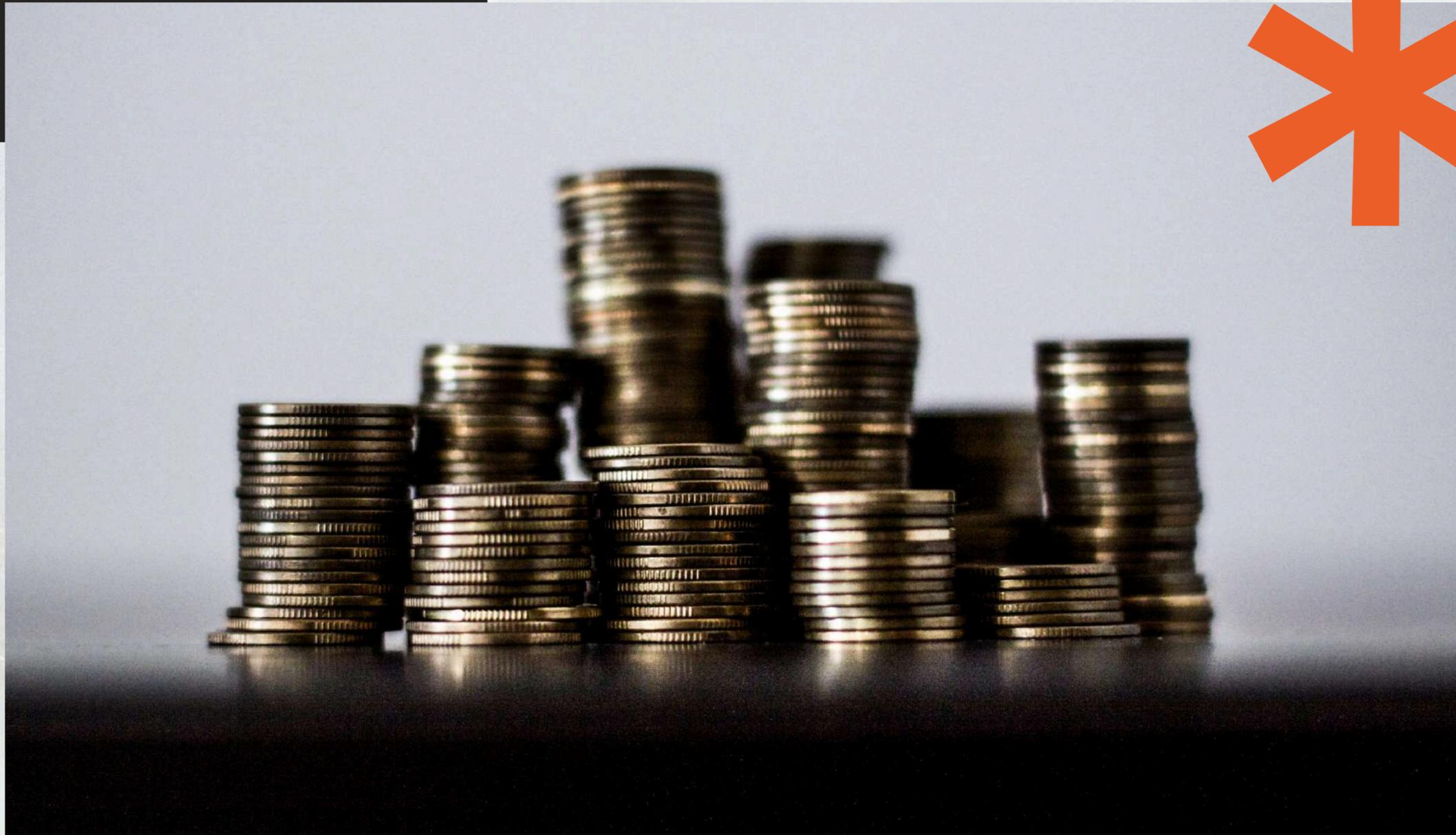
Друга група – МІП, що працюють на замовлення. Вони дуже схожі на попередню групу з тією лише відмінністю, що створюються завдяки багатосторонній підтримці спонсора або (і) замовника. Останній ініціює організацію МІП, забезпечує її необхідними фінансовими ресурсами та обладнанням, допомагає інформацією, а натомість отримує унікальний продукт. Замовник і виконавець будують свої взаємовідносини на договірних засадах, але з високим ступенем довіри, а також з можливостями тривалої співпраці у разі успіху.



МІП можна умовно розділити на такі групи

Третя група – це інтегровані МІП, що входять до структури компанії, яка має широкі повноваження, свободу дій і доступ до загальнокорпоративних фондів розвитку. Такі МІП є повноцінними конкурентами відносно зовнішніх економічних агентів і підрозділів самої компанії.





Переваги МІП

Мале інноваційне підприємництво має ряд переваг практично у всіх сферах економіки, що полягають у: гнучкості й оперативності прийняття рішень, сприйнятті нововведень у виробничій та управлінській діяльності, швидкій адаптації до місцевих умов, високому рівні спеціалізації виробництва і праці, швидкій оборотності коштів, невисоких витратах на управління.

Слід відзначити, що інноваційна діяльність є ризикованим видом підприємництва, вимагає великих одноразових витрат, які не завжди окупаються. Тому є потреба у страховому захисті ризиків інноваційної діяльності як засобі зниження фінансових втрат інвесторів у разі невдалої реалізації проектів.

3. Функції торгового підприємництва

Важливе місце у ринковій економіці посідає підприємство у сфері торгівлі (комерція), де швидше і з меншим вкладенням ресурсів можна отримати доходи від проведених бізнес-операцій. Як оперативно-організаційна система комерційне підприємство має справу з товарообмінними та товарно-грошовими операціями, що проводяться з урахуванням поточних і перспективних ринкових змін.

У вузькому розумінні комерційне підприємство – це підприємство у сфері торгівлі, пов'язане із здійсненням процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту покупців (споживачів) та отримання прибутку.

У широкому розумінні комерційне підприємство є господарсько-торговельною діяльністю, яка здійснюється суб'єктами господарювання у сфері виробництва і товарного обігу та спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення й виробів народного споживання, а також допоміжною діяльністю у вигляді надання відповідних послуг.





ПОСЕРЕДНИЦТВО ЯК ВИД ПІДПРИЄМНИЦТВА ХАРАКТЕРИЗУЄТЬСЯ НАСАМПЕРЕД ТИМ, ЩО ПОСЕРЕДНИК НЕ ВИРОБЛЯЄ ПРОДУКЦІЮ, НЕ ТОРГУЄ ТОВАРАМИ, ВАЛЮТОЮ, ЦІННИМИ ПАПЕРАМИ, НЕ НАДАЄ ГРОШІ В КРЕДИТ, А СПРИЯЄ ЗДІЙСНЕННЮ ВСІХ ЦИХ ОПЕРАЦІЙ І УКЛАДАННЮ ВІДПОВІДНИХ УГОД. ПОСЕРЕДНИК НАЙЧАСТІШЕ ЗАЙМАЄ МІСЦЕ МІЖ ВИРОБНИКОМ, ПРОДАВЦЕМ ТОВАРУ, З ОДНОГО БОКУ, І ПОКУПЦЕМ, СПОЖИВАЧЕМ - З ІНШОГО, ПОЄДНУЮЧИ ІХ В ЄДИНИЙ ЛАНЦЮГ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ УГОДИ.

ГОСПОДАРСЬКО-ТОРГОВЕЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ МОЖЕ ЗДІЙСНЮВАТИСЯ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В ТАКИХ ФОРМАХ: МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ПОСТАЧАННЯ І ЗБУТ; ЕЛЕКТРОПОСТАЧАННЯ; ЗАГОТІВЛЯ; ОПТОВА ТОРГІВЛЯ; РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ І ГРОМАДСЬКЕ ХАРЧУВАННЯ; ПРОДАЖ І ПЕРЕДАЧА В ОРЕНДУ ЗАСОБІВ ВИРОБНИЦТВА; КОМЕРЦІЙНЕ ПОСЕРЕДНИЦТВО У ЗДІЙСНЕННІ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНША ДОПОМІЖНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ (ПОСЛУГ)





Підприємництво у сфері торгівлі відіграє значну роль в активізації економічних процесів, зокрема: забезпечує встановлення збалансованого ринку; сприяє формуванню оптимальних пропорцій між виробництвом та суміжними сферами; виявляє попит на товари; стимулює виробниче підприємництво; здійснює ефективний товарний оборот; задовольняє потреби населення у товарах та послугах; стимулює діяльність суб'єктів ринку; робить відповідний внесок у формування доходів державного і місцевого бюджетів за рахунок сплати податків. Крім того, підприємництво у сфері торгівлі дозволяє всім учасникам комерційного обороту вигідно співпрацювати на основі планування, реалізації торгових операцій, закладає основу для формування виробничих програм та перспективних напрямів щодо випуску продукції за кількісними та якісними параметрами, асортиментною структурою. А це, у свою чергу, свідчить про те, що комерція визначає економічний стан виробничих підприємств, їх успіх на товарному ринку. Якщо вироблена продукція не буде реалізована у сфері торгівлі в намічених обсягах, це негативно вплине на господарсько-фінансову діяльність виробничих підприємств.





Успіх у комерційному підприємстві може досягатися за рахунок: гнучкості і мобільності діяльності з урахуванням ринкової ситуації, що змінюється; виявлення комерційних пріоритетів та їх реалізації; активного використання у прийнятті комерційних рішень принципів менеджменту і маркетингу; вміння передбачити комерційні ризики; адаптації комерційних працівників до нових умов роботи.



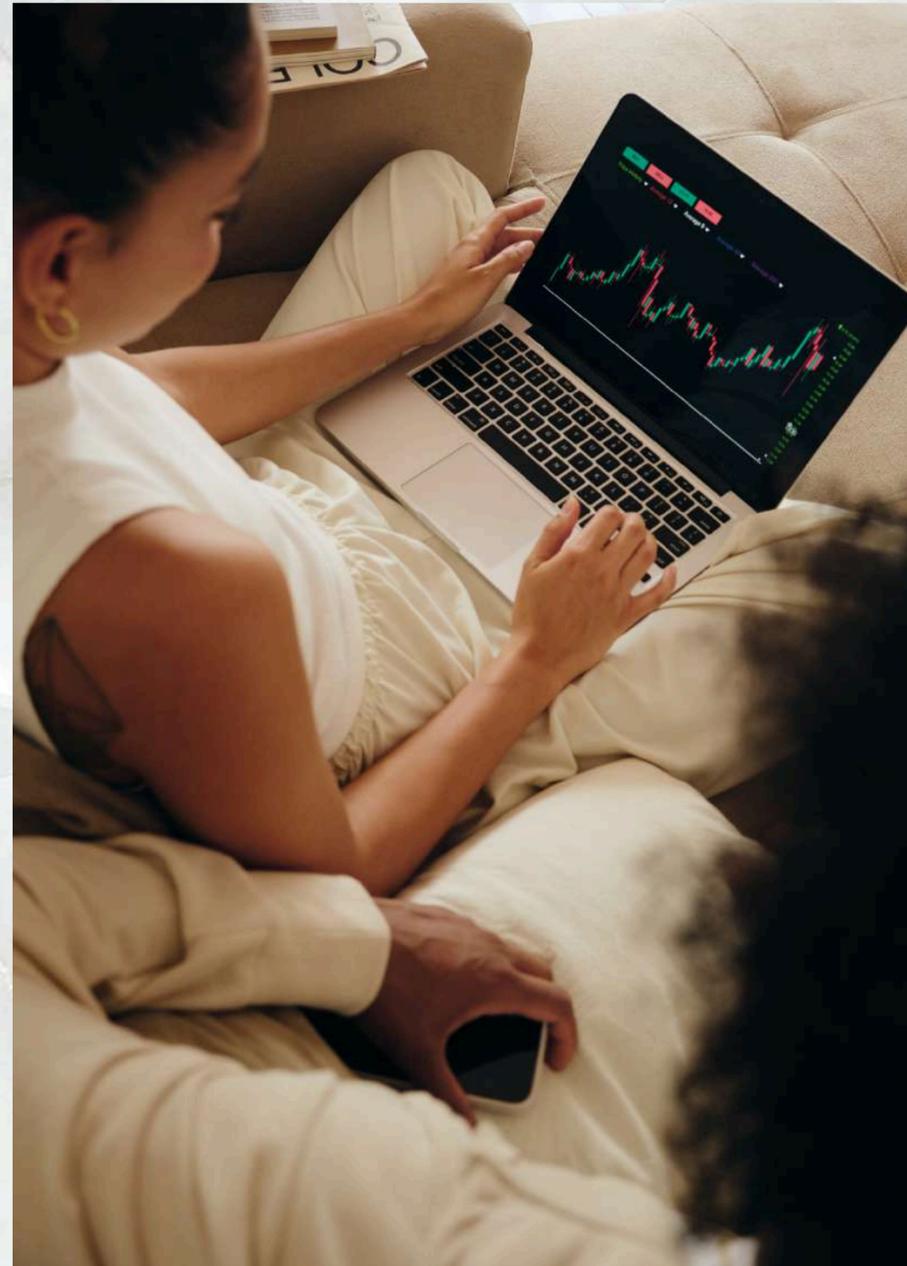


У сфері комерційного товарного обігу виконується великий комплекс різних процесів і операцій, які за характером функцій можна поділити на два види: виробничі, або технологічні, і комерційні (суто торговельні). Технологічні процеси пов'язані з рухом товарів та є продовженням процесу виробництва у сфері обігу (транспортування, зберігання, пакування, фасування, підсортування). Ці процеси відображають механізм управління матеріальним потоком вантажів із включенням виробничо-технологічних операцій, що супроводжують організацію просування товарів від виробника до кінцевого споживача.



Комерційні процеси – це процеси, пов’язані із зміною форм вартості, тобто з купівлею та продажем товарів. До комерційних також відносять торговельні процеси, які забезпечують нормальне функціонування торгового механізму, зокрема: організацію ринкових досліджень, оцінку інфраструктури основних конкурентів, установлення партнерських зв’язків тощо

Крім цих головних процесів, що відбуваються у сфері торгівлі, важливими є виконання додаткових торговельних та експлуатаційних послуг, які останнім часом домінують при врахуванні інтересів споживачів у процесі купівлі-продажу. Це доставка товарів додому, установка куплених технічно складних товарів вдома у покупців, приймання замовлень та ін. Послуги передпродажного, продажного та післяпродажного сервісу – невід’ємні елементи в досягненні комерційного успіху підприємства.



Комерційне підприємництво реалізується через комерційні функції, які залежно від участі у формуванні доходів умовно можна поділити на дві групи. Успішне здійснення цих функцій залежить від рівня ефективності здійснення комерційної діяльності на конкретному підприємстві, кваліфікації його працівників, їх ініціативності, підприємливості



Комерційні функції торговельного підприємства

Безпосередньо приносять доходи:

- оптова та роздрібна реалізація товарів;
- надання додаткових послуг;
- здійснення експортно-імпортних операцій, рекламування товарів і послуг;
- здійснення правової та претенційної роботи;
- надання частини торговельних або складських площ в оренду іншим комерційним структурам

Опосередковано беруть участь у формуванні доходів:

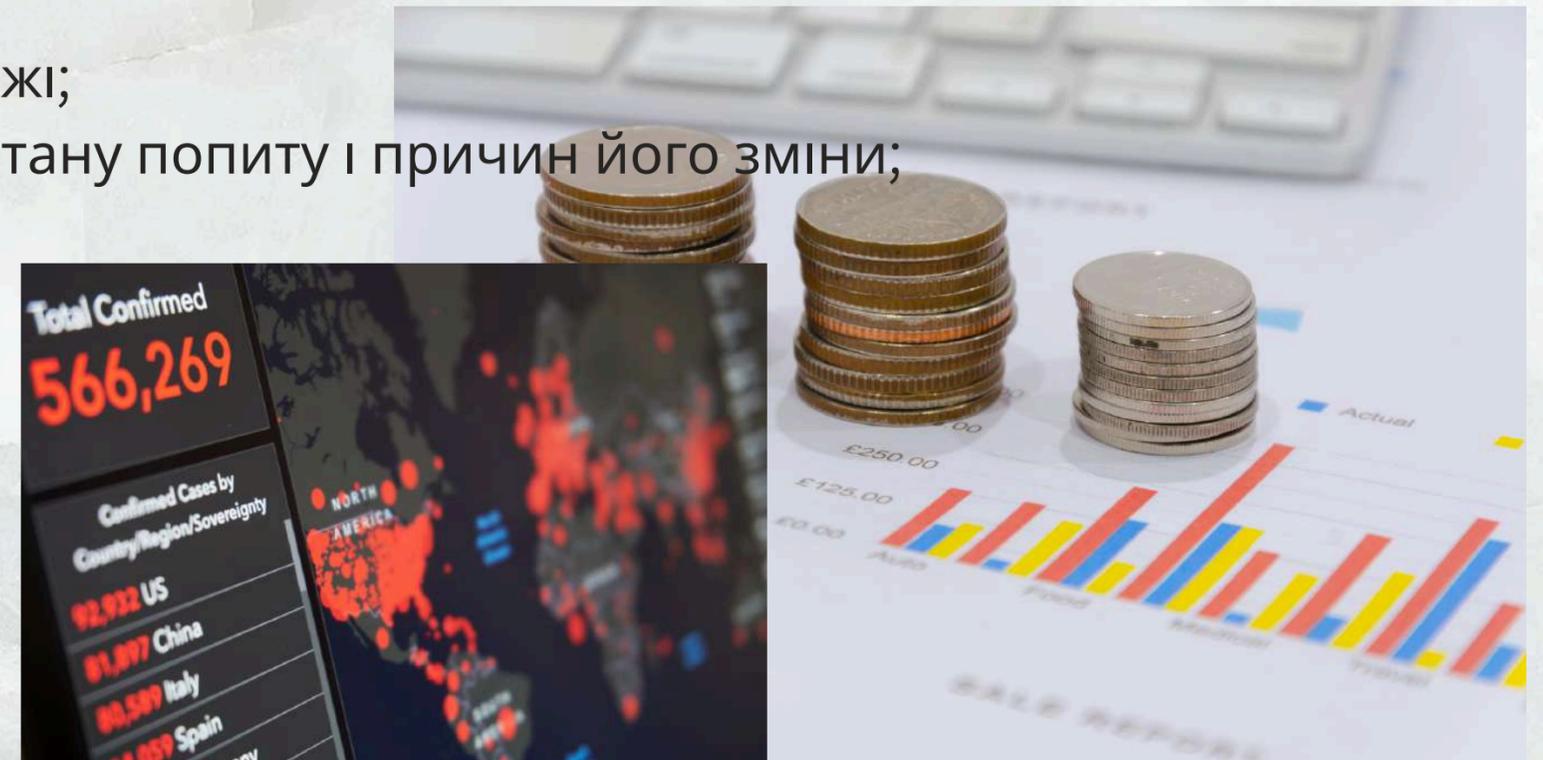
- вивчення ринку та його кон'юнктури, прогнозування попиту;
- закупівля товарів, формування товарного асортименту;
- установлення господарських зв'язків;
- пошук та вибір постачальників;
- організація участі в оптових ярмарках і виставках;
- виявлення додаткових товарних ресурсів, маневрування товарною масою;
- контроль за виконанням договорів і якістю продукції;
- вплив торгівлі на промисловість;
- форми обслуговування покупців

Складовими діяльностями комерційних служб в оптовій ланці є:

- комплексне вивчення ринку товарів своєї номенклатури в районі діяльності. Вивчення ринку може здійснюватися самотійно або спільно з виробничими, роздрібними підприємствами, науково-дослідними установами;
- визначення потреби в товарах і послугах на підставі проведення маркетингових досліджень;
- проведення спеціальних спостережень за попитом населення на товари, участь у проведенні експериментів, опитувань спеціалістів і покупців;
- розроблення прогнозів попиту на товари;
- збір, обробка й аналіз інформації, отриманої від роздрібної ланки і сфери виробництва.

Роздрібні торговельні підприємства надають оптовим структурам інформацію про:

- потребу в товарах;
- постачання, продаж і запаси товарів у роздрібній мережі;
- результати опитувань покупців та експертів відносно стану попиту і причин його зміни;
- результати виставок-продажів, сезонних розпродажів;
- товари, попит на які не задовольняється



Питання для обговорення

1. Які основні відмінності між державним і приватним підприємництвом?
2. У чому полягає сутність виробничого підприємництва і чому воно вважається базовим видом?
3. Як венчурні підприємства сприяють розвитку інновацій?
4. Чому комерційне підприємництво відіграє важливу роль у ринковій економіці?
5. Яке значення має мале інноваційне підприємництво для економічного розвитку країни?
6. Які ризики супроводжують страхове підприємництво?
7. Чим відрізняються незалежні, замовні та інтегровані малі інноваційні підприємства?
8. Які функції виконує комерційне підприємництво у сфері торгівлі?
9. Як розвиток інформаційних технологій впливає на ефективність малого бізнесу?
10. Які фактори забезпечують успіх у комерційному підприємстві?

