

фортные условия для экскурсий в малоосвоенные и малодоступные районы. В гостиницах Греции номера оснащены современной автоматизированной системой обслуживания. При входе клиента в номер звучит голос, называющий его по имени и излагающий список предоставленных удобств, оказываемых услуг и т. п.

К использованию новых туристских ресурсов относятся природно-климатические условия, исторические, социально-культурные и другие объекты (парки, заповедники, архитектурные сооружения, памятники истории и культуры). Спросом пользуются религиозные памятники: соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры, что способствует развитию в России религиозного туризма. Возникают туристские фирмы по организации религиозных и паломнических туров, а также паломнические службы при монастырях, церквях и других религиозных организациях. Часто туристам демонстрируют объекты, первоначально созданные для других целей, но ставшие достопримечательностью данного района.

Изменения в организации производства и потребления туристских услуг — это направленность на укрепление и расширение масштабов туристской деятельности. Существуют туристские фирмы-гиганты (корпорации), транснациональные по форме и монополии по сути, созданные на условиях долевого участия в деятельности или путем поглощения (слияния) крупных и мелких фирм-операторов и туристских агентств. Помимо оказания туристских услуг, фирмы-гиганты становятся владельцами транспортных предприятий, предприятий питания, сети магазинов, банков, страховых обществ и др. Создаются гостиничные цепи, реализующие единую политику по продвижению турпродукта к потребителю, согласованную с туроператорами.

Выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг. Большинство туроператоров в настоящее время предлагают свои услуги рынку через турагентства (то есть используют косвенный метод), поскольку привлечение посредников приносит определенную выгоду, в частности, не отвлекает денежные средства от основного бизнеса. У посредников большая эффективность в обеспечении широкой доступности туристских услуг и доведении их до потребителя, чем у туроператоров. Но нередко крупные туроператоры организуют собственную сбытовую сеть из принадлежащих им турагентств. Подобная стратегия предполагает освоение новых целевых рынков, имеющих перспективы дальнейшего роста. Это возлагает на туроператора ряд дополнительных функций (выявление потенциальных потребителей, разработку сбытовых мероприятий, создание дополнительных информационно-систем и др.).

Глава 28

СТАДИИ И УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

§ 28.1. СТАДИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В практике предпринимательской деятельности выделяют следующие стадии:

1. Накопление и отбор предпринимательской идеи, в которой могут быть совмещены возможности предпринимателя с потребностями рынка. Предпринимательская идея — это выявленная предпринимателем новая форма экономической активности, в которой совмещаются потенциальные или реальные потребности рынка в определенных услугах (товарах) с возможностями предпринимателя произвести эти услуги (товары) и получить дополнительный доход от нововведения. Деятельность предпринимателя предполагает создание банка идей, которые могли бы составить основной или дополнительный профиль производства услуг или посредничества. По каждой идее предприниматель принимает решение приступить или не приступить к ее практической реализации.

2. Принятие решения ведется предпринимателем по собственной индивидуальной технологии, обеспечивающей выбор одного варианта из имеющихся альтернатив.

3. Реализация принятого решения начинается с составления обоснованного бизнес-плана, сущность которого состоит в детальном изменении производства услуг (товаров) и маркетинга, а также указывается организационная форма предпринимательства.

4. Определение потребностей в ресурсах и их источников (в том числе в денежных средствах и в поставщиках).

5. Разработка необходимых (в зависимости от организационно-правовой формы) **учредительных документов.**

6. Государственная регистрация в установленном порядке предприятия, если оно создается впервые.

7. Постановка на учет в налоговом органе по месту нахождения предприятия.

8. *Открытие в банке расчетных и других счетов.*

9. *Заключение договоров на поставку сырья, материалов и других факторов производства.*

10. *Проведение необходимой рекламной кампании товаров (услуг).*

11. *Исполнение проекта, то есть техническая, финансовая и организационная подготовка производства услуг и осуществление запланированной деятельности.*

12. *Управление предприятием* — контроль, анализ и корректировка действий, партнерских связей, накопление опыта, поиск новых идей, организация учета доходов и расходов в соответствии с нормативными документами Министерства финансов РФ и др.

§ 28.2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СРЕДА И ЕЕ СТРУКТУРА

Предпринимательство может развиваться только при наличии в стране определенных внешних и внутренних условий, обеспечивающих благоприятные возможности для развития, — сформированной предпринимательской среды. Под **предпринимательской средой** понимают благоприятные социально-экономические, политические, гражданско-правовые условия (ситуации), обеспечивающие экономическую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью. Она представляет интегрированную совокупность различных (объективных и субъективных) факторов, позволяющих предпринимателям добиваться успехов в реализации поставленных целей, в осуществлении предпринимательских проектов и договоров и получении прибыли. Предпринимательская среда подразделяется на внешнюю, независимую от самих предпринимателей, и внутреннюю, которая формируется непосредственно предпринимателями. Рассмотрим факторы **внешней предпринимательской среды**.

Большое значение для развития в стране предпринимательства имеет **позитивное экономическое положение**, характеризующееся формированием условий для становления конкурентного рынка как среды существования предпринимателей, поступательное осуществление экономических реформ, обеспечивающих возможность доступа предпринимателей ко всем видам ресурсов (кроме запрещенных законом), необходимых для развития их деятельности.

Развитие предпринимательства невозможно без наличия **стабильности политической обстановки** в стране и в отдельных регионах, согласия между всеми ветвями власти, признания ими того положения, что без развития цивилизованного предпринимательства невозможен экономический рост, развитие всех отраслей экономики и повышение благосостояния общества. Важно,

чтобы в стране поддерживали идею о формировании социально-ориентированной экономики.

Предпринимательство возможно только при создании адекватной перспективному развитию страны **правовой среды**, четко устанавливающей права, обязанности и гарантии дееспособным гражданам на занятие предпринимательской или иной законной экономической деятельностью, защищающей цивилизованных предпринимателей от противоправных действий государственных (муниципальных) органов и должностных лиц. Важнейшим условием является четкое установление права на собственность и соблюдение договорных обязательств, а также ответственности предпринимателей за нарушение законодательных и нормативных актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность.

Большое значение имеет усиление **регулирующей роли государства** в процессе становления цивилизованного предпринимательства, защита законных интересов предпринимателей, обеспечение им гарантий как гражданам и организациям. Однако государство не должно вмешиваться в конкретную предпринимательскую деятельность, одновременно обеспечивая защиту экономических и политических свобод. Особая роль в регулировании предпринимательской деятельности принадлежит федеральным законам, на основе которых осуществляется регулирование.

На развитие предпринимательства оказывает также **конституционно-организаторская среда**, развитие которой выступает важнейшим условием формирования предпринимательства вообще, ибо многие институты (организации) сами являются предпринимательскими, осуществляя те или иные виды указанной деятельности. Многие институты (организации) с учетом специализации своей деятельности оказывают соответствующие услуги другим предпринимательским организациям: коммерческие банки и другие кредитно-финансовые организации, страховые организации, рекламные компании, специализированные организации по представлению профессиональных услуг (аудит, консалтинг и др.).

Особой средой существования предпринимательства является **рынок**. Предприниматели являются ведущими субъектами рыночной экономики. Если нет рынка (рыночной экономики), то не будет и предпринимателей, и наоборот. Предприниматели «работают» на потребителей, производя и реализуя необходимые им товары (работы, услуги), получая за это доход (прибыль) и личное удовлетворение.

Рынок — это место, где совершается обмен результатами предпринимательской деятельности посредством всеобщего эквивалента — денег. Рынок — это сложное и многостороннее экономическое явление, которому в научной литературе даются различные трактовки: рынок — соединение спроса и предложения; рынок — форма общественно-экономических связей между предпринимате-

лями и потребителями в процессе купли-продажи товаров (работ, услуг). Только на рынке проверяется истинная ценность (стоимость) произведенных товаров и услуг: если они не будут проданы, предприниматель не получит планируемой прибыли. Следовательно, рынок есть не только среда (сфера) функционирования предпринимателей, но и важнейший фактор их развития.

В рыночной экономике существует *рынок покупателя*, на котором при определенной стабильности цен на товары предложение превышает спрос. Экономический кризис 1998 г. отрицательно повлиял на платежеспособность потребителей, поэтому в настоящее время в России фактически существует *рынок продавца*, но, к сожалению, не отечественных товаров.

Важнейший обязательный признак рынка — его конкурентный характер. **Конкуренция** — это механизм функционирования предпринимателей, которые сотрудничают между собой, а также с покупателями. Конкуренция — это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения на соответствующем товарном рынке.

Предприниматель может добиться успеха, когда научится своевременно и правильно оценивать рыночные возможности своего предприятия, производить только необходимые субъектам рынка товары с наименьшими издержками, притом необходимого качества. Предприниматели будут добиваться успеха, когда будут предлагать товары и услуги, необходимые субъектам рынка, то есть хорошо знать конъюнктуру рынка.

Предпринимательский успех зависит от **внутренней предпринимательской среды** — определенной совокупности внутренних условий функционирования предприятия. Она зависит от самого предпринимателя, его компетентности, силы воли, целеустремленности, уровня притязаний, умений и навыков в организации и ведении бизнеса.

К внутренней предпринимательской среде относятся следующие факторы: наличие собственного капитала, выбор организационно-правовой формы предприятия, выбор предмета деятельности, подбор команды партнеров, знание рынка и квалифицированное проведение маркетинговых исследований, подбор и управление персоналом, его материальное стимулирование.

Большое значение имеет разработка обоснованного бизнес-плана, расчет последствий наступления предполагаемых рисков, внедрение новых технологий, диверсификация деятельности, разработка и внедрение обоснованной стратегии управления фирмой, четкое соблюдение предпринимателем и наемными работниками законов и нормативных актов, регулирующих деятельность данного вида бизнеса или соответствующей организационно-правовой формы предпринимательской организации.

Глава 29

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

§ 29.1. СУЩНОСТЬ И КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Малое предпринимательство — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики по установленным законами критериям (показателям), констатирующим сущность понятия. Основным критерием в первую очередь является средняя численность работников, занятых в отчетный период на предприятии. В литературе под малым предпринимательством понимается деятельность, осуществляемая относительно небольшой группой лиц, или предприятия, управляемые одним собственником.

По данным Всемирного банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства (бизнеса), превышает пятьдесят. Наиболее часто применяемые критерии: средняя численность занятых на предприятии работников, размер уставного капитала, ежегодный оборот и величина активов. Однако почти во всех развитых странах первым критерием отнесения предприятий к субъектам малого предпринимательства является **численность работающих**. В Европейском сообществе к малым предприятиям относятся предприятия, где количество занятых работников не превышает пятидесяти человек, годовой оборот составляет менее 40 млн. евро, а сумма баланса — 27 млн. евро. При определении мер поддержки субъектам предпринимательства на уровне ЕС могут применяться и другие показатели.

Как показывает мировая практика, малое предпринимательство играет большую роль в экономике любых стран, даже развитых.

Можно назвать следующие преимущества малого предпринимательства: более быстрая адаптация к местным условиям, гибкость и оперативность в принятии решений, относительно невысокие расходы на управление, более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вносить изменения в процесс производства в соответствии с требованиями рынков, относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала, ши-