

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**Индивидуальная предпринимательская деятельность в современной  
России на примере ИП Давидян  
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ**

Студентки 4 курса 463 группы  
направления 38.03.01 «Экономика»  
профиль «Экономика предпринимательства»  
экономического факультета  
Казаковой Екатерины Юрьевны

Научный руководитель

к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_

Е.В.Порезанова

подпись, дата

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_

Е.В. Огурцова

подпись, дата

Саратов 2017

## Введение

Одним из ключевых моментов хозяйственного механизма, является предпринимательская деятельность, а предприниматель, в свою очередь, является одной из важнейших фигур в социально-экономической сфере жизни общества.

В римском праве "предпринимательство" рассматривалось как занятие, дело, деятельность, особенно коммерческая.

Достаточно просто и весьма емкое определение предпринимательства дает В.И. Даль. В частности, он пишет, что «предпринимать» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к свершению чего-либо значительного»: отсюда «предприниматель» - «предпринявший» что-либо.

Принято считать, что одним из первых, кто серьезно заинтересовался предпринимательством, был А. Смит. Однако лет за десять до него этими проблемами очень интенсивно занимался Р. Кантильон. Именно он сформулировал тезис, согласно которому расхождения между спросом и предложением на рынке дают возможность отдельным субъектам рыночных отношений покупать товары дешевле и продавать их дороже. Именно он назвал этих субъектов рынка предпринимателями ("предприниматель" - в переводе с французского "посредник").

Согласно современному российскому законодательству предпринимательская деятельность (или предпринимательство) - это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества - продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. Однако и это определение не отличается полнотой.

Основное содержание работы. Большинство практиков и исследователей делают акцент на получение прибыли, рассматривая ее как конечную цель предпринимательства. Однако предпринимательство имеет своей ко-

нечной целью не столько прибыль, сколько непрерывность воспроизводственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей индивидуума или социальной группы, общества в целом.

Таблица 1 - Классификация предпринимательской деятельности<sup>1</sup>

Признаки классификации	Характеристика предпринимательской деятельности			
	По сфере деятельности	Производственная	Коммерческая	Финансовая
По организационно-правовому статусу	Без образования юридического лица	Частное предприятие	Фермерские хозяйства	Общество с ограниченной ответственностью
	Малое предприятие	Смешанное товарищество	Закрытое или открытое акционерное общество	Совместное предприятие
По отношению к собственности	Индивидуальная (без применения наемного труда)	Частная	Государственная	
По количеству собственников	Индивидуальная, частная	Семейная	Коллективная	Смешанная, совместная
По масштабам производства и численности работников	Малое предприятие	Среднее предприятие	Большое предприятие	
По территориальному признаку	Сельская, районная	Городская, областная	Региональная, национальная	Зарубежная
По отраслевой принадлежности	Строительная, текстильная	Металлообрабатывающая, горнодобывающая	Пищевая, судостроительная	Энергетика, транспорт, связь

Рассмотрим политическую функцию. Отношения по поводу владения, пользования и распоряжения средствами производства и продуктами труда помимо имущественных и правовых аспектов всегда имели социальный, этический

<sup>1</sup> Зимин А.Ф. , Тимирьянова В.М. Экономика предприятия: Учебное пособие /А.Ф. Зимин, В.М. Тимирьянова – М.:ИД ФРУМ: ИНФРА-М, 2014. -288 с.

ский и политический оттенки отношений элементов внутренней и внешней предпринимательской среды

Для того чтобы сохранить жизнеспособность и эффективность предпринимательской единицы, предприниматель должен ставить перед собой определенные цели точно так же, как он это делал до ее создания. Эти цели могут быть различны. Наиболее типичными являются:

-цели развития предпринимательских единиц заключаются в изменении количественных параметров и качества функционирования предпринимательских единиц для перевода в желаемое, более благоприятное состояние, характеризующееся лучшими значениями целевых показателей. Цели развития могут состоять в определении финансируемого ею уровня качества и эффективного производства, выхода на определенный уровень производства и потребления, удовлетворения потребностей потребителей;

- цели поддержания предпринимательских единиц в достигнутом ею состоянии возникают в условиях, когда надо закрепить это состояние, потому что он удовлетворяет предпринимателя либо вызван опасностью ухудшения этого состояния, которое надо предотвратить;

-цель выхода из нежелательного состояния или цели дальнейшего спада, обеспечение выхода из кризиса характерны для ситуации, когда параметры, показатели функционирования предпринимательских единиц существенно ниже нормативного уровня, не удовлетворяют, целевым установкам предпринимателя и запросам потребителей, значительно хуже состояния аналогичных объектов. Целью предпринимателя в этой ситуации является преодоление спада, недопущение показателей предельно допустимого уровня, стабилизация социально-экономической обстановки и создание предпосылок подъема.

Например, целями могут быть:

-накопление денежных средств для завоевания новых рынков и развития производства;

-улучшение социальных условий сотрудников предпринимательских единиц;

- оптимизация спроса покупателей на продукцию предпринимательских единиц;
- оказание помощи в улучшении этических и моральных норм общества, улучшение культуры потребления и т. д.

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в рамках текущей или перспективной стратегии предпринимательских единиц, которая определяет направления и методы осуществления предпринимательской деятельности, ее стиль. Все это обеспечивает эффективное поведение предпринимательских единиц в сложившихся или меняющихся условиях окружающей среды.

Прибыль является критерием того, насколько хорошо предприниматели удовлетворяют запросы клиентов. Как правило, чем выше прибыль, тем лучше удовлетворены потребности покупателей, и наоборот, чем ниже прибыль, тем меньше довольны покупатели.

Общэкономические функции.

Ресурсная функция

Организаторская функция

Социальная функция

Творческая функция

Новая цель для предпринимателя – это стимулирующий фактор.

Магазин «Нирвана» зарегистрирован в начале 2015 года как ИП Давидян Артём Самвэлович.

Находится магазин по адресу г.Саратов Проспект Энтузиастов 3.

Всего в работе предприятия задействован 10 человек: директор, зам. директора (коммерческий директор), бухгалтер, заведующий складом, водитель, четыре продавца, уборщица.

Форма собственности – частная.

Тип – магазин, так как реализует не большой ассортимент кальянов. Площадь магазина «Нирвана» составляет 63 м<sup>2</sup>: из них 21 м<sup>2</sup> занимает торговый зал, 5

м<sup>2</sup> – подсобное помещение, 32 м<sup>2</sup> - склад и 5 м<sup>2</sup> - помещение для приемки товаров.

Таблица 2 - Оценка ассортимента товаров магазина «Нирвана»

Наименование секции	Количество разновидностей товара	Период торговли
Кальян	30	Круглогодичный
Табак Американский	20	Круглогодичный
Табак Египетский	10	Круглогодичный
Уголь	8	Круглогодичный

Основной формой хозяйственных связей с поставщиками товаров является договор поставки товаров. Гражданским кодексом Российской Федерации установлено, что по договору поставки поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязан передать в обусловленный срок производимые или закупаемые им товары для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием. Договор вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента его заключения. Оно считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

После выбора поставщика магазин заключает с ним договор поставки. На основании которого поставщик обязуется передать покупателю, т. е. «Нирвана», в обусловленный срок товар, а покупатель – принять и платить.

Расчеты с поставщиками производятся в безналичной форме. По ГК РФ, при не выполнении своих обязательств, оговоренных в договоре поставки, одна из сторон может расторгнуть договор. Но перед тем как его расторгнуть, она обязана сообщить другой стороне о нарушении условий договора, и если обе стороны согласны с нарушением условий договора, то договор, может быть, расторгнут, в противном случае сторона может обратиться в арбитражный суд, согласно ГК РФ статье 452 п.2 .

Проводя систематический и глубокий анализ хозяйственной деятельности, можно:

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;
- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам реализуемых товаров и предоставляемых услуг;
- определять расходы на торговую деятельность (издержки обращения), тенденции их изменения, что необходимо для определения продажной цены и расчета рентабельности;
- находить оптимальные пути решения хозяйственных проблем торгового предприятия и получения достаточной прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

Для характеристики эффективности торгового предприятия, а также в целях проведения сравнительного анализа необходимо знать не только абсолютную величину прибыли, но и ее уровень. Уровень прибыли характеризует рентабельность торговых организаций – один из показателей эффективности их деятельности. Наиболее распространенный показатель рентабельности торговли – отношение суммы прибыли к товарообороту:

$$\text{Рентабельность} = 0,57/22,88 * 100 = 2,49\%$$

Это означает, что «Нирвана» получил 2,49руб. с 100 руб. товарооборота.

Однако этот показатель не является единственным показателем рентабельности хозяйственной деятельности, ибо он показывает лишь долю чистого дохода торговли к сумме товарооборота.

Также оценку эффективности хозяйственной деятельности можно определить путем сопоставления прибыли с произведенными затратами:

$$\text{Эф}_{кр} = \frac{\Pi}{P} \times 100,$$

где  $\Pi$  – прибыль торгового предприятия за определенный период;

P – расходы торгового предприятия.

$$\text{Эф}_{\text{кр}} = 0,57/22,3 * 100 = 2,63\%.$$

Этот показатель показывает, какова доля прибыли на каждый затраченный рубль.

Таблица 3 - Финансовые результаты «Нирвана» за 2015 и 2016 гг.<sup>2</sup>

Показатели	2015 г.		2016 г.		Изменение 2016 г. к 2015 г.	
	Сумма, млн. руб.	В % к обороту	Сумма, млн. руб.	В % к обороту	Сумма, млн. руб.	В % к обороту
Товарооборот	17,12		22,88		5,76	
Коммерческие расходы+ материальные затраты	11,72	68,45	15,37	67,17	3,65	1,28
Заработная плата + начисления на фонд ЗП	1,45	8,46	1,61	7,30	0,16	1,16
Налоги	3,42	19,97	4,57	19,92	1,15	0,06
Прибыль	0,51	3,03	0,57	2,49	0,06	0,06

По данным таблицы 3 видно, что прибыль магазина «Нирвана» в 2016 г. составила 570,2 тыс. руб. и увеличилась по сравнению с 2015 г. на 60,3 тыс.р. Уровень рентабельности в 2016 г. ниже предшествующего на 0,48 и равен 2,49%.

Чтобы работа предприятия была более эффективна, нужно проводить исследования по изучению перспектив спроса, требованию потребителей,

<sup>2</sup> Бухгалтерский отчет ИП Давидян

анализировать отзывы потребителей и вносить изменения в деятельность фирмы. Также большое значение имеет организация рекламы, стимулирование сбыта, что в свою очередь тоже влияет на эффективность предприятия, поэтому хорошее знание положения на рынке способствует принятию оптимального управленческого решения, устранению потребительских ошибок и правильному выбору каналов сбыта.

Как показывает практика в конкурентных табачных магазинах постоянно повышается опыт, мастерство обслуживания и продаж, а это приводит к необходимости обучения продавцов, в том числе и искусству мерчандайзинга. Мерчандайзинг – представление товара и торговых услуг в розничном торговом предприятии. Он включает: развитие самообслуживания и других форм активной продажи; выкладку и демонстрацию товара, его потребительских свойств; использование упаковки и маркировки с исчерпывающей информацией для покупателей; гибкую политику цен; внутримагазинную рекламу; расширение дополнительных торговых услуг; стимулирование спроса.

В больших организациях выделяются специально подготовленные сотрудники – мерчандайзеры. Мерчандайзинг изменил представление о дизайне торговых точек, который раньше основывался на том, что магазин должен быть красивым и удобным. Теперь дизайн должен быть еще функциональным и целевым, чтобы привлекать покупателей и приносить максимальную прибыль. Таким образом, цель мерчандайзинга – способствовать выгодной продаже и наиболее полному удовлетворению потребительского спроса.

Таким образом, из вышеизложенного можно сделать выводы.

1. Магазины необходимо разработать эффективную рекламную политику направленную на улучшение его имиджа и известность. Следует обратить внимание на значительность и популярность наружных средств информации. Нужно сделать все, чтобы потенциальный покупатель, нашел или заметил место продаж с помощью наружных средств оформления. Сюда можно отне-

сти и комплексное оформление фасада, вывески, и различные выносные конструкции.

2. Для повышения продаж, магазину «Нирвана» достаточно проведения разовых рекламных акции, т.к. товар специфический и клиентская база устойчиво сформировавшаяся.

3. Для повышения продаж в будущем, магазин «Нирвана» должен использовать специалиста по рекламе на постоянной основе, что бы способствовать выгодной продаже и наиболее полному удовлетворению потребительского спроса.

Совершенствование организации коммерческой деятельности в магазине, в т.ч. его маркетинговой деятельности, более четкая детализация функций и задач управления и обслуживания во многом повысит конкурентоспособность магазина «Нирвана».

Динамику розничного товарооборота магазина «Нирвана» по товарным группам изучим путем составления таблица 4.

Таблица 4 - Розничный товарооборот магазина «Нирвана» по группам за 2015 и 2016 годы.<sup>3</sup>

Товарные группы	2015 г.		2016 г.		Отклонение	
	Сумма, млн. руб	Удельный вес, %	Сумма, млн. руб	Удельный вес, %	Сумма, млн. руб.	Удельный вес, %
Кальяны	0,80	4,67	0,74	3,23	-0,06	-6,89
Табак: Американский	1,13	6,60	1,20	5,24	+0,07	1,36
Табак: Российский	2,28	13,31	2,55	11,14	+0,27	2,17
Табак: Египет	4,06	23,71	4,69	20,45	+0,63	3,26
Табак: Турция	8,27	48,30	10,80	47,20	+2,53	1,1
Прочие виды товаров	1,68	9,81	2,14	9,35	+0,46	0,46
Итого	17,12	100	22,88	100	4,99	0

<sup>3</sup> Отчет п продажам ИП Давидян

Предоставленные данные в таблице 4 свидетельствуют, что объемы розничного товарооборота магазина за 2016 год повысились по сравнению с 2015 годом. Увеличилась продажа Американского табака.

В отчетном году по сравнению с 2015 годом снизилась продажа кальянов (6,8%). Это можно объяснить снижением рождаемости в городе, что ведет к сокращению числа пользователей кальянов, а также увеличением числа конкурентов со стороны торгующих организаций кальянов.

#### Заключение.

Главная цель предпринимателя – максимизация его возможностей удовлетворять комплекс социально-экономических потребностей предпринимателя в условиях неопределенности, которая конкретизируется под влиянием внешней среды, исходя из возможностей внутренней среды и из его прошлого, а также из выполняемых предпринимательских единиц функций.

Для того чтобы сохранить жизнеспособность и эффективность предпринимательской единицы, предприниматель должен ставить перед собой определенные цели точно так же, как он это делал до ее создания. Эти цели могут быть различны. Наиболее типичными являются:

-цели развития предпринимательских единиц заключаются в изменении количественных параметров и качества функционирования предпринимательских единиц для перевода в желаемое, более благоприятное состояние, характеризующееся лучшими значениями целевых показателей. Цели развития могут состоять в определении финансируемого ею уровня качества и эффективного производства, выхода на определенный уровень производства и потребления, удовлетворения потребностей потребителей;

Решающим условием развития предпринимательских единиц является единство целей предпринимателя и членов коллектива. Естественно, что достижение полного соответствия целей не представляется возможным. Но должна существовать гармония интересов, определенный уровень совпадения

целевых установок для всех участников предпринимательской деятельности, переход за пределы которых недопустим.

Проводя систематический и глубокий анализ хозяйственной деятельности, можно:

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;

- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам реализуемых товаров и предоставляемых услуг;

- определять расходы на торговую деятельность (издержки обращения), тенденции их изменения, что необходимо для определения продажной цены и расчета рентабельности;

- находить оптимальные пути решения хозяйственных проблем торгового предприятия и получения достаточной прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

Чтобы работа предприятия была более эффективна, нужно проводить исследования по изучению перспектив спроса, требованию потребителей, анализировать отзывы потребителей и вносить изменения в деятельность фирмы. Также большое значение имеет организация рекламы, стимулирование сбыта, что в свою очередь тоже влияет на эффективность предприятия, поэтому хорошее знание положения на рынке способствует принятию оптимального управленческого решения, устранению потребительских ошибок и правильному выбору каналов сбыта.