

Тема 1: Бизнес и предпринимательство.
Место и роль предприятия в
народнохозяйственном комплексе страны



Содержание



- 1.1 Понятие «бизнес», «предпринимательство», «предприятие», «фирма», «организация».
- 1.2 [Предприятие как основной субъект рыночной экономики](#)
- 1.3 Сущность, роль и особенности условий работы предприятий до и после перехода на рыночные отношения с макроэкономических позиций
- 1.4 [Основные цели и функции предприятий в условиях рынка](#)
- 1.5 Факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятий в условиях рынка
- 1.6 [Предпринимательство и организационные формы предприятия.](#)
- 1.7 [Конкурентная среда предприятия](#)

1.1 Понятие «бизнес», «предпринимательство», «предприятие,» «фирма», «организация». Предприятие как основной субъект рыночной экономики



Алан Хоскинг, автор «Business studies» — одного из многих систематических изданий Холборнского колледжа (Лондон), дал следующее определение бизнеса:

Бизнес - это деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению и продаже товаров или оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций.



Бизнес как процесс предполагает определенные функции:

- ведение финансов и учета,
- управление кадрами,
- материально-техническое обеспечение,
- производственную деятельность,
- маркетинг,
- научно-исследовательские и проектные работы, поддержка бизнеса (консалтинг) и связь с общественностью(PR).



Другие экономисты рассматривают бизнес как

- вид конкретной экономической деятельности, организованной в рамках определенной структуры, целью и результатом которой является получение дохода.
- понятие «бизнес» определено полем (областью) коммерческой деятельности, т.е. деятельности, непосредственно направленной на получение прибыли.



Любой бизнес, таким образом, имеет свою экономико-организационную форму в виде предприятия.

Предприятие, стремясь выделиться на рынке из среды подобных, **создает и регистрирует свои отличия в виде фирменного названия и атрибутов.**

Здесь понятие бизнеса шире: **бизнес** рассматривается **не только как процесс деятельности, но и как объект собственности, который можно продать, заложить, застраховать, завещать.**

В этом случае бизнес становится объектом сделки, товаром.



Бизнес как товар имеет ряд особенностей:

- это **товар инвестиционный**, т.е. товар, вложения в который осуществляются с целью отдачи в будущем;
- бизнес является **системой**, но продаваться может как вся система в целом, так и ее части (элементы);
- **потребность в этом товаре зависит от процессов**, которые происходят как **внутри** самого товара, так и **во внешней среде**;
- **необходимость участия государства не только в регулировании механизма купли-продажи бизнеса, но и в формировании рыночных цен на бизнес** (это связано с особым значением устойчивости бизнеса для стабильности в обществе).

* См.: Оценка бизнеса : учебник / под ред. А.Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2000.

Предпринимательство



Предпринимательство – это любая деятельность, организованная на свой страх и риск, направленная на производство товаров и услуг в целях получения прибыли.

В отличие от бизнеса – *рискованная (новаторская)*.

Страх - страховые запасы/резервы – личное накопленное имущество.

Риск – угроза потерь в силу неблагоприятных событий.

- ! Любая коммерческая деятельность должна быть связана с предпринимательством.
 - ! Бизнесмен и предприниматель отличаются. *Бизнесмен* – сохраняет свое дело. *Предприниматель* – вносит новое.
- Понятие бизнес гораздо шире, чем предпринимательство.

Предприятие



Основное звено в бизнесе – *предприятие*.

Предприятие - это самостоятельный, хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Аналогом предприятия является *коммерческая организация*.

Коммерческая деятельность направлена на получение прибыли, так коммерческая деятельность должна являться *предпринимательской*.

Собственник – хозяин и, как правило - организатор. Может передать организацию – менеджеру.

Каждое предприятие в условиях рынка стремится производить те товары и услуги, которые дают наибольшую прибыль. В то же время в условиях рынка нет гарантии, что предприятие ее получит.

Фирма



Фирма - организация, которая владеет и ведет хозяйственную деятельность, преследует коммерческие цели и пользуется правами юридического лица.

Каждая фирма как организационно-хозяйственная единица имеет одно или несколько предприятий, специализирующихся на конкретных видах деятельности в области промышленности, торговли, строительства, транспорта и т.д.

Фирма изначально рассматривается как *основной субъект рыночных отношений*, органически сочетающий в себе функции собственности и хозяйствования и несущий имущественную ответственность.

Организация



Организация - самостоятельный хозяйственный субъект, производящий продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.



1.2 Предприятие как основной субъект рыночной экономики



Предприятие - самостоятельный хозяйственный субъект, производящий продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Именно предприятия выпускают продукцию, выполняют работы и услуги, т.е. *создают основу для потребления и приумножения национального богатства.*



Характеристика предприятия предполагает определение его основных признаков, делающих его самостоятельным субъектом рыночных отношений:

- - **организационное единство** подразумевает наличие на предприятии определенным образом организованного коллектива со своей внутренней структурой и порядком управления;
- - **производственно-техническое единство** заключается в том, что предприятие объединяет экономические ресурсы для производства товаров и услуг, т. е. имеет конкретный комплекс средств производства, капитал, технологию;
- - **наличие обособленного имущества**, которое предприятие самостоятельно использует в определенных целях;
- - **имущественная ответственность**: предприятие несет полную ответственность своим имуществом по обязательствам, возникающим в процессе его деятельности;
- - **оперативно - хозяйственная и экономическая самостоятельность** выражается в том, что предприятие само осуществляет разного рода сделки и операции, само получает прибыль и несет убытки.



1.3 Сущность, роль и особенности условий работы предприятий до и после перехода на рыночные отношения с макроэкономических позиций



Предприятия выпускают продукцию, выполняют работы и услуги, т.е. **создают основу для потребления и приумножения национального богатства.**

Если схематично представить себе всю систему хозяйственного управления в стране в виде пирамиды, то ее фундамент составляют *предприятия*.



Предприятия в условиях **плановой экономики** работали по схеме. При этой схеме **основой являются ресурсы**; именно они являлись ограничителем объема выпуска продукции. Таким образом, объем выпуска продукции на предприятиях в условиях плановой экономики в основном зависел от возможностей государства обеспечить предприятие необходимыми ресурсами.

С переходом российских предприятий на **рыночные отношения** ситуация в корне изменилась. Предприятия были вынуждены работать по совершенно иной схеме. В этой схеме **основой является спрос покупателей**, т.е. возможность сбыть свою продукцию. Для этого необходимо изучать:

- конъюнктуру рынка,
- запросы покупателей,
- емкость рынка,
- качество продукции у потенциального конкурента,
- и другие вопросы, характерные для рыночных отношений.



*История развития общественного производства свидетельствует, что наиболее эффективно предприятия функционируют в условиях **цивилизованного рынка**, для которого характерны:*

- наличие различных форм собственности,
- здоровая конкуренция,
- демонополизация экономики,
- свободное ценообразование,
- наличие развитой рыночной инфраструктуры,
- преимущество потребителя по сравнению с производителем,
- и другие необходимые атрибуты.



При любой форме хозяйствования предприятия играют важнейшую роль в экономике государства. С макроэкономических позиций предприятия являются основой для:

- увеличения национального дохода, валового внутреннего продукта, валового национального продукта;
- значительная часть государственного бюджета формируется за счет налогов и сборов с предприятий;
- обеспечения обороноспособности государства;
- обеспечения простого и расширенного воспроизводства;
- развития национальной науки и ускорения НТП;
- повышения материального благосостояния всех слоев граждан страны;
- развития медицины, образования и культуры;
- решения проблемы занятости;
- решения многих других социальных проблем.



1.4 Основные цели и функции предприятий в условиях рынка



Основной целью предприятия в условиях рынка является **устойчивое получение прибыли.**

Предприятия могут добиться устойчивого получения прибыли, если в своей работе будут придерживаться определенных принципов.

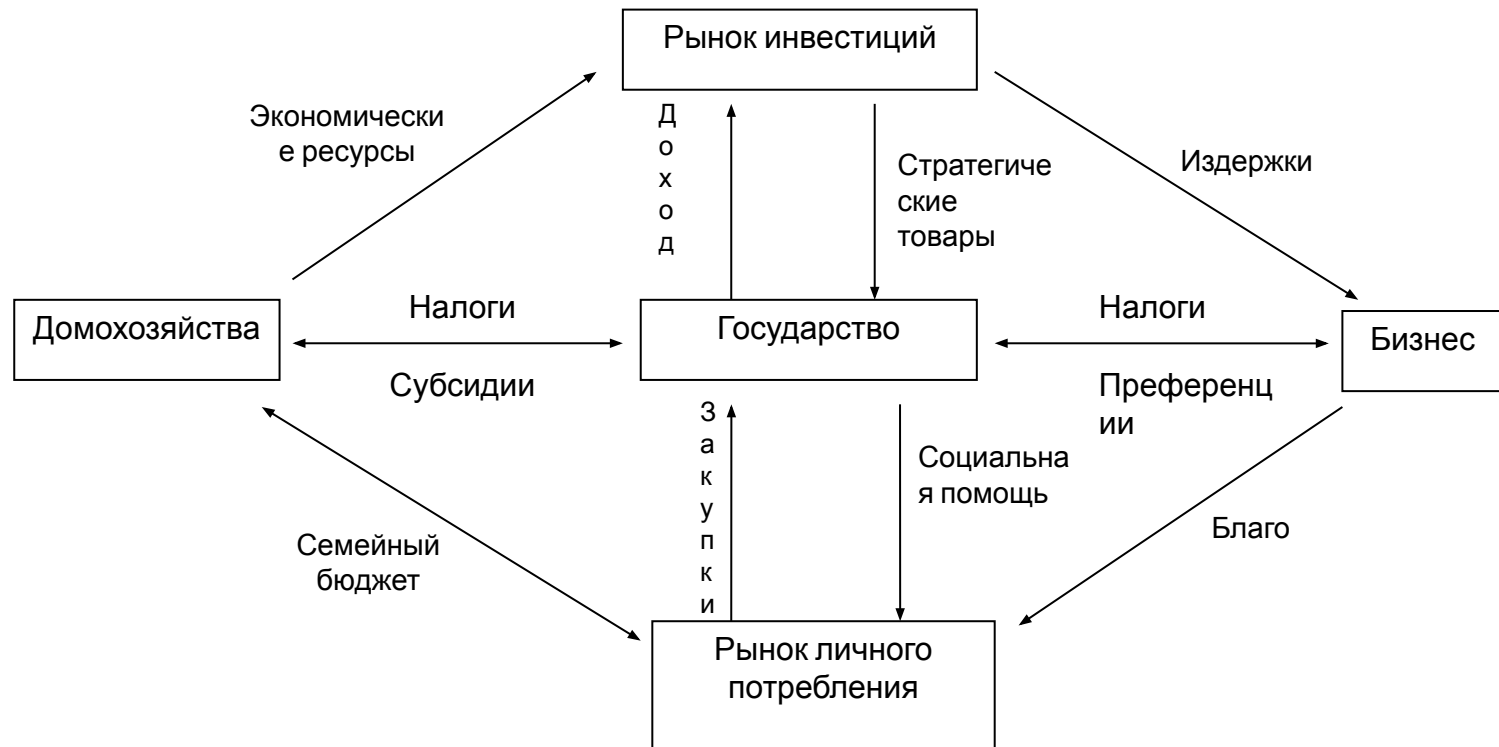


Немецкий экономист Г.Шмален выделяет следующие принципы управления предприятием:

- **Экономичность.** В ее основе лежат требования - не тратить даром производственные факторы (ресурсы), т.е. работать «экономично»;
- **Финансовая устойчивость.** Означает такую деятельность предприятия, при которой оно могло в любой момент времени расплатиться со своими долгами или:
 - ✓ собственными средствами,
 - ✓ путем отсрочки,
 - ✓ за счет получения кредита .
- **Прибыль.**

Высшая цель предприятия (предпринимательской деятельности) – превышение результатов над затратами, т.е. достижение возможно большей прибыли.

Основной механизм рыночной экономики – кругооборот товаров и услуг, обеспечивающих конкурентную среду удовлетворения человеческих потребностей.





К основным функциям предприятия можно отнести:

- изготовление продукции производственного и личного потребления в соответствии с профилем предприятия;
- продажа и поставка продукции потребителю;
- послепродажное обслуживание;
- материально — техническое обеспечение производства;
- управление и организация труда персонала на предприятии;
- повышение качества продукции, снижение удельных издержек и рост объемов производства;
- предпринимательство;
- уплата налогов, а также обязательных и добровольных взносов и платежей в бюджет и другие финансовые органы;
- соблюдение действующих стандартов, нормативов, государственных законов.



1.5 Факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятий в условиях рынка



Под словом «**фактор**» понимается движущая сила, влияющая на эффективность функционирования предприятия в условиях рынка.

В условиях рыночной экономики на эффективность работы предприятия влияют самые разнообразные факторы. Их можно классифицировать по самым различным признакам.



В зависимости от направленности действия все факторы можно объединить в две группы:

- ПОЗИТИВНЫЕ,
- НЕГАТИВНЫЕ.

Позитивные - это такие факторы, которые благотворно влияют на деятельность предприятия, а негативные - наоборот.



В зависимости от места возникновения все факторы можно классифицировать на:

- внутренние,
- внешние.

Внутренние факторы зависят от деятельности самого предприятия, т.е. **само предприятие их порождает.**

Например, на предприятии разработана и внедрена хорошая система материального стимулирования, которая значительно повысила мотивацию труда работников, что способствовало повышению эффективности производства.



Внутренние факторы настолько разнообразны, что их также целесообразно объединить в следующие группы:

- связанные с личностью руководителя и способностью его команды управлять предприятием в условиях рынка;
- связанные с ускорением НТП, с инновационной политикой предприятия;
- связанные с совершенствованием организации производства и труда, управлением предприятием;
- связанные с организационно-правовой формой хозяйствования;
- связанные с созданием благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- связанные со спецификой производства и отрасли;
- связанные с качеством и конкурентоспособностью продукции, с управлением издержками и ценовой политикой;
- связанные с амортизационной и инвестиционной политикой.



Кроме того, все внутренние факторы можно разделить на:

- объективные,
- субъективные.

Объективные - это такие факторы, возникновение которых **не зависит от субъекта управления**, например ухудшение горно-геологических условий на горном предприятии или стихийные бедствия.

Субъективные факторы, а они составляют абсолютное большинство, полностью **зависят от субъекта управления**, и они должны быть всегда в поле зрения и анализа.



*Эффективность работы предприятия в условиях рынка в значительной степени зависит и от **внешних факторов**, которые **можно классифицировать в следующие группы**:*

- связанные с изменением конъюнктуры внутреннего и мирового рынка. В основном это проявляется в изменении спроса и предложения, а также в колебании цен;
- связанные с изменениями политической обстановки как внутри страны, так и в более глобальном масштабе;
- связанные с инфляционными процессами;
- связанные с деятельностью государства.



1.6 Предпринимательство и организационные формы предприятия



Предпринимательство - это вид деятельности, осуществляемый на свой страх и риск, под свою имущественную ответственность, направленный на получение дохода.

Организационные формы предприятия:

- Коммерческие и некоммерческие организации (Индивидуальный частный предприниматель);
- Хозяйственные товарищества и общества;
- Общество с ограниченной ответственностью- LTD;
- АО : ОАО, ЗАО.



Индивидуальные предприниматели

Индивидуальные предприниматели (*трейдеры*) - лицо, которое ведет дело за свой счет, **лично занимается управлением бизнесом и несет личную ответственность**, самостоятельно принимает решения.

Его вознаграждение – *полученная в результате предпринимательской деятельности прибыль.*

Например: местное производство (работающие на себя ремесленники), местная розничная торговля (владелец ресторана), владельцы ферм.



Юридические требования:

- получение лицензии на ведение торговли;
- представление деклараций о состоянии финансов в отдел внутренних бюджетных поступлений для взимания налогов (*предоставление в Управление по взиманию пошлин и акцизного сбора для взимания налога на добавленную стоимость, если годовой оборот > 21,5 тыс.ф.ст.*);
- соблюдение действующего законодательства в найме на работу, если применяется труд других лиц;
- соблюдение законов или инструкции в данной области предпринимательства.



Преимущества индивидуального предпринимательства:

- часто клиенты лично известны ИП => он может незамедлительно реагировать на изменения их потребностей и вкусов;
- свойственна гибкость, возможность оперативного принятия решения.



Недостатки индивидуального предпринимательства:

- ограниченность финансовых ресурсов
- ограниченность масштабов
- слабая конкурентоспособность

И все же роль ИП велика (занятость, особые виды товаров, ...)



Хозяйственные товарищества и общества

Наиболее распространенной формой коллективного предпринимательства является *хозяйственные товарищества и общества*.

Согласно ГК РФ хозяйственными товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей уставным (складочным) капиталом.



Хозяйственные товарищества и общества имеют общие черты:

- имущество, созданное за счет вкладов учредителей, принадлежит ему на праве собственности;
- все они – *коммерческие организации*;
- общества и товарищества как юридические лица могут быть участниками других обществ и товариществ.



Хозяйственные товарищества и общества близки по своей организационно-правовой форме хозяйствования, что дает возможность преобразования одного вида в другой.

Но между ними имеются *различия*.

Товарищество- это объединение лиц.

Общество- объединение капиталов.



Товарищества:

А) полное товарищество

Полным товариществом признается товарищество, участники которого (полные товарищи), в соответствии с заключенным между ними договорами, занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Создается на основе учредительного договора.

Наименование должно содержать либо имена всех участников и слова «полное товарищество», либо имя одного или нескольких участников с добавлением слова «и компания» и «полное товарищество».

Управление осуществляется всеми участниками (по общему согласию).

В учредительном договоре может быть оговорено, что решение принимается большинством голосов.

Прибыль и убытки распределяются пропорционально между участниками или в соответствии с соглашением.



- *Б) товарищество на вере (коммандитное товарищество)*

Товарищество на вере представляет собой товарищество, в котором **наряду с участниками**, осуществляющими от имени товарищества деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом, **имеется один или несколько участников-вкладчиков (коммандистов)**, которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

При включении в наименование товарищества на вере имени вкладчика автоматически делает его *полным товарищем*.



ООО (общество с ограниченной ответственностью) – LTD

ООО признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли, определенные учредительными документами.

Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Пример: ООО «Крафт Фудс Рус» (название содержит наименование общества и слова ООО).

Число участников не должно превышать предела, установленного ФЗ об «ООО».

Высший орган- общее собрание его участников.



Преимущества и недостатки

«+»:

- может быть создано одним лицом;
- члены общества несут ограниченную ответственность.

«-»:

- уставный капитал не может быть меньше величины, установленной законом;
- менее привлекательна для кредиторов (ФЗ РФ - №312).



В России в настоящее время, по данным регистрирующих органов, общества с ограниченной ответственностью составляют более 70% от числа всех коммерческих юридических лиц.



АО (pb, inc pb)

ФЗ «об АО»:

АО признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций.

Участники не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Основной учредительный документ- *устав*.

Устав содержит: фирменное наименование, место нахождения, тип АО; количество, номинал, категории акций, права владельца, размер уставного капитала и др.

АО, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, **признается открытым.**



ОАО

ОАО обязано ежегодно публиковать годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

Акционеры могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров.

Вправе проводить открытую подписку на выпускаемые акции.

Число учредителей и акционеров не ограничено.

Примеры: ОАО «АвтоВаз», «Карелэнерго».



ЗАО

АО, акции которого распределяются только между его учредителями, признается *закрытым*.

Акции распределяются только среди учредителей или заранее определенного круга лиц.

Не вправе проводить открытую подписку.

Право преимущественного приобретения продаваемых другими акционерами акций.

Число участников ограничено, не более 50 человек.

Примеры: ЗАО «Эвалар».



Размер уставного капитала:

- ОАО- не менее 1000 минимальных размеров оплаты труда на дату регистрации общества
- ЗАО- не менее 100 МРОТ

Может создаваться резервный фонд (не менее 15% уставного капитала).

Высший орган управления: *собрание акционеров.*



Преимущества:

- рациональность, там где необходимо крупномасштабное производство;
- гарантия, что при выходе его участников из общества основной капитал общества будет сохранен;
- это проводники ускорения НТП;
- имеют право выпускать акции;
- акционер имеет, ограниченную ответственность в случае банкротства.



Недостатки:

- отсутствие возможности всех участников принимать участие в управлении, т.к. для реального контроля необходимо иметь ~ 20% акции.



1.7 Конкурентная среда предприятия



- **Конкуренция** - это экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды.
- **Конкуренция** - важное средство контроля в рыночной системе.

Состояние конкурентной среды и действия конкурентов влияют на маркетинговые решения компании, ее планы и политику.



Виды конкуренции:

- *функциональная*. Такая конкуренция возникает между разными товарами (услугами), удовлетворяющими одну и ту же потребность. Например, автомобильные и железнодорожные перевозки;
- *видовая*. Этот вид конкуренции возникает между товарами (услугами) одного вида, но имеющими, по крайней мере, одно существенное отличие. Например, мотоциклы с различной мощностью двигателя;
- *предметная*. Конкуренция между товарами разных производителей, имеющими практически одинаковые свойства.



Изучение конкурентов не только дает компании представление о том, на каком рынке она работает, но и *позволяет ей сравнить собственные показатели с показателями конкурентов*. Такое сравнение весьма полезно, поскольку дает компании возможность определить, на каких направлениях она должна сосредоточить свои усилия и средства, чтобы добиться преимуществ перед конкурентами или ликвидировать свое отставание от них.



Анализ характеристик конкурентов и сравнение их с соответствующими характеристиками компании обычно проводят по пяти основным группам параметров:

- *товары и услуги* (качество, престиж торговой марки, упаковка, срок службы, гарантийный срок, уровень послепродажного обслуживания, технические характеристики, стиль, надежность, удобство в эксплуатации, универсальность, размеры и др.);
- *цена* (прейскурантная цена, условия предоставления скидок, размер скидок, условия расчетов, сроки платежей и др.);
- *каналы распределения* (наличие доставки товара, сети региональных складов, посредники, охват рынка каналами распределения и др.);
- *продвижение* (реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи).



Конкурентоспособность

Достижение успеха компанией связано с постоянным поддержанием высокой *конкурентоспособности*. Конкурентоспособность не является абсолютной величиной. Она складывается из комплекса указанных выше параметров, каждый из которых берется в сравнении с аналогичными параметрами конкурентов.



Высокая конкурентоспособность обеспечивается постоянным опережением конкурентов:

- в выводе на рынок новых товаров,
- в уровне обслуживания потребителей,
- в снижении издержек производства,
- во внедрении новых маркетинговых приемов и т. п..



Исследование конкурентной среды должно быть *непрерывным* и отражать не только текущее состояние дел, но и складывающиеся тенденции.

Трендовый анализ данных, полученных в результате таких исследований, компания должна использовать для прогнозирования изменений в конкурентной среде и заблаговременно планировать ответные ходы на возможные неблагоприятные изменения ситуации.

Анализ пяти сил Портера





Модель конкуренции Портера используется для оценки силы конкуренции в отрасли, которая ведет к снижению прибыльности.

Назначение модели Портера в том, что организация должна осуществить поиск такой сферы деятельности, в которой она защищена от действия конкурентных сил, или там имеется возможность использовать эти силы в своих интересах.

Структура

- **Угроза появления продуктов-заменителей.** Наличие продуктов-заменителей, склонность потребителей к которым может увеличиться вследствие изменения цены (эластичность спроса);
- **Угроза появления новых игроков.** Рынки, приносящие высокую прибыль, привлекают новых игроков. В результате появляются многочисленные новые игроки, существенно снижающие прибыль. Если не предпринимать действий по блокированию или затруднению входа новых игроков, прибыль будет последовательно снижаться с ростом уровня конкуренции;
- **Рыночная власть поставщиков.** Поставщики сырья, компонентов, рабочей силы и услуг могут влиять на деятельность компании. Они могут отказаться работать с компанией или установить чрезмерно высокие цены на уникальные ресурсы;
- **Рыночная власть потребителей.** Влияние потребителей на компанию и чувствительность потребителя на изменение цены;
- **Уровень конкурентной борьбы.** Для большинства отраслей это определяющий фактор, влияющий на уровень конкуренции в отрасли. Иногда игроки конкурируют агрессивно, иногда происходит неценовая конкуренция в инновациях, маркетинге, бизнес-моделях и т. д.



Применимость анализа пяти сил по Портеру требует условий:

- покупатели, конкуренты и поставщики не связаны, не взаимодействуют и не сговариваются;
- цена определяется структурными преимуществами (создавая входной барьер);
- нестабильность на рынке достаточно низка и позволяет участникам рынка планировать и осуществлять реакцию на действия конкурентов.



Модель пяти сил Портера позволяет оценить конкурентную среду по 5 силам конкуренции, которые представлены в виде определенных групп, влияющих на положение предприятия в отрасли. Таким образом, проводится оценка, какое значение имеет каждая из 5 сил конкуренции по модели Портера и как это сказывается на деятельности предприятия.



Карта конкурентных преимуществ



Преимущества	Ф-аутсайдер		Ф соб.	Ф1		Приоритетное конкурентно-способное развитие
	-2	-1	0	+1	+2	
1. Масштаб производства		x				
2. Производительность труда			x			→ II
3. Цена				x		
4. Сервис			x			
5. Качество		x				→ III
6. Доступность			x			
7. Реклама				x		
8. Менеджмент	x					→ I
9. Экология					x	

Вопросы для самоконтроля



1. Дайте определение понятию «бизнес».
2. Какая деятельность называется предпринимательской?
3. Каковы основные признаки предприятия?
4. Какова основная цель предприятия в условиях рынка?
5. Перечислите функции предприятия.
6. Назовите внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятий.
7. Назовите организационные формы предприятия.
8. Каковы преимущества и недостатки ООО?
9. Что такое конкуренция?
10. Перечислите пять сил конкуренции по Портеру.

Список использованной литературы



- Круглова Н. Ю. Основы бизнеса (предпринимательства) : учебник / Н.Ю.Круглова. - М. : КНОРУС, 2010. – 544 с.
- Чалдаева Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Изд-во Юрайт, 2011. – 348 с. - (Основы наук).
- Википедия [Электронный ресурс] - Электрон. дан. - URL : <http://wikipedia.ru>., свободный. - Яз. рус.
- Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] / Изд-во Директ-Медиа. - Электрон. дан. - М, сор.. 2001. - URL: <http://www.biblioclub.ru/> , свободный. - Яз. рус.



Дополнительная литература

- Сергеев И.В. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / И. В. Сергеев. - 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 576 с. : ил.
- Хоскинг А. Курс предпринимательства: практическое пособие : [перевод с английского] / А. Хоскинг. - М. : Междунар. отношения, 1993. – 352 с.
- Экономика предприятия : учеб. пособие / под ред. проф. В. К. Скляренко, В. М. Прудникова. - М. : ИНФРА-М, 2004. – 256 с. - (Высшее образование).
- Экономика фирмы: учебник для вузов / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. – М. : Юнити-Дана, 2003 – 461 с.