
сивной медицинской помощи, чем молодое здоровое население. Достижения в области медицины и медицинских технологий могут увеличить расходы на медицинское лечение. Факторы, связанные с образом жизни человека, могут увеличить потребность и, следовательно, стоимость страхования. К ним относятся ожирение, вызванное недостатком упражнений и нездоровым выбором продуктов питания, чрезмерное употребление алкоголя, курение и употребление наркотиков. Другие факторы, отмеченные в исследовании PWC, включают движение к более широким доступным планам, более дорогим технологиям и сменной стоимости от Medicaid и незастрахованных частных плательщиков.

Если сравнивать медицинское страхование США с другими странами, то можно заметить существенные различия. Результаты исследований Фонда Содружества показали, что из всех опрошенных стран люди в США осуществляют больше наличных расходов, имеют больше споров со страховыми компаниями, чем другие страны, и больше отказов от страховых выплат. Исследование показало, что, хотя система США является самой дорогой, она последовательно выполняется по сравнению с другими странами. Одним из главных различий между США и другими странами является то, что США является единственной страной без всеобщего медицинского страхования.

Литература

1. Health insurance. [электронный ресурс]//www.wikipedia.org (дата обращения: 05.04.2011)

БИЗНЕС. ОТНОШЕНИЯ БИЗНЕСА

Е.А. Гришина, 2 курс, экономический факультет
Научный руководитель – ст. преподаватель С.В. Антонова
ФГОУ ВПО «Ульяновская ГСХА»

This article focuses on the problems of business. It is recognized a business as a legally organization designed to provide goods or services, or both, to consumers, businesses and governmental entities.

Важнейшим атрибутом рыночной экономики является бизнес, который пронизывает все её институты. Что же представляет собой бизнес?

Бизнес — это предпринимательская деятельность или какое-либо дело, приносящее доход или другую материальную выгоду, а так же деловая практика или политика компании или отдельного предпринимателя. Бизнес может осуществляться юридическим лицом или непосредственно физическим лицом. Эффективность предпринимательской деятельности может оцениваться не только размерами полученной прибыли, но и изменением стоимости бизнеса. Для определения сущности бизнеса, нам необходимо изучить его классификацию.

Прежде всего, следует отметить, что выделяют несколько распространенных форм собственности:

1. Индивидуальное предприятие: индивидуальное предпринимательство - это бизнес, принадлежащий одному человеку. Собственник может работать на предприятии сам или нанимать других. Владелец бизнеса несет личную ответственность за долги, вытекающие из бизнеса.

2. Партнерство: является одной из форм собственности, в которой два или более человек работают для достижения общей цели, для получения прибыли от этой деятельности. В большинстве форм партнерства, каждый партнер несет личную ответственность за долги, понесенные бизнесом. Существуют три типичных классификации партнерства: общие товарищества, товарищества с ограниченной ответственностью и общество с ограниченной ответственностью.

3. Корпорация — это юридическое лицо, которое, будучи объединением физических лиц, при этом независимо от них (то есть самоуправляемо). В широком смысле под корпорацией можно

понимать всякое объединение с экономическими целями деятельности. Корпорация может быть организована некоммерческими или коммерческими предприятиями и владеть несколькими акционерами и находиться под контролем совета директоров, который нанимает управленческий персонал предприятия.

4. Кооператив. К кооперативам часто относят самостоятельные компании или хозяйственные организации с ограниченной ответственностью лиц, которые можно организовать на коммерческих или некоммерческих предприятиях. Кооператив отличается от корпорации тем, что он имеет своих членов, которые в отличие от акционеров, разделяют полномочия по принятию решений. Кооперативы, как правило, классифицируются как потребительские кооперативы или трудовые кооперативы. Кооперативы имеют существенное значение для идейной основы экономической демократии.

Существует много видов бизнеса, поэтому предприятия классифицируются по-разному. Одни из наиболее распространенных видов ориентированы на основную деятельность, приносящую доход от бизнеса:

1. Предприятия сельского хозяйства и горнодобывающей промышленности связаны с производством сырья, такого, как растения или минералы.

2. Финансовыми предприятиями являются банки и другие компании, которые генерируют прибыль за счет инвестиций и управления капиталом.

3. Промышленные производители выпускают продукцию из сырья или компонентов сырья, которую они затем продают для получения прибыли. Компании, которые производят потребительские товары длительного пользования, такие как автомобили или производственные трубы, считаются производителями.

4. Предприятия, проводящие сделки с недвижимостью получают прибыль от продаж и аренды недвижимого имущества, жилья и зданий.

5. Розничные продавцы и оптовые торговцы выступают как посредники в получении товаров, выпущенных производителями и предназначенные для потребителей, получая прибыль в результате продажи товаров или предоставлении услуг.

Мы выделили основные виды бизнеса, но, кроме них, существует множество других категорий и подразделений.

Предприятие имеет важную “интеллектуальную собственность”, которая нуждается в защите от компаний-конкурентов для того, чтобы компания оставалась прибыльной. Для этого необходимо наличие патентов, авторских прав или право на сохранение коммерческой тайны. Большинство предприятий имеют названия, логотипы и бренды, которые приносят прибыль, потому что являются торговой маркой.

Как показывают исследования, что, даже производя лучшую продукцию, предоставляя лучшие услуги и практику деловых отношений, необходимо иметь надежные, прочные отношения для того, чтобы преуспеть в бизнесе. Уважение партнеров это основа для построения деловых отношений. Уважение предполагает принимать человека как личность, принимать его таким, каков он есть и создает атмосферу доверия между партнерами. Доверие приводит к готовности быть открытым к новым возможностям, новому сотрудничеству, новым стратегиям и идеям и к созданию новой продукции.

Литература

1. Business. Business Relationships. [электронный ресурс]//www.wikipedia.org (дата обращения: 26.02.11)
2. Sullivan, Arthur; Steven M. Sheffrin (2003). Economics: Principles in action. Upper Saddle River, New Jersey 07458: Pearson Prentice Hall. p. 29. ISBN 0-13-063085-3.