

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Факультет гуманитарный
Кафедра социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Колпина Л. Г.

30.11.2017 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
Пуйман С. А.

30.11.2017 г.

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 1-23 01 01 Дизайн (по направлениям),
направление специальности 1-23 01 01-05 Дизайн (костюма и тканей)*

Составитель

Жуковец В. М., старший преподаватель кафедры социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета Института
протокол № 4 от 28.11.2017 г.

УДК 334(075.8)
ББК 659(2)09я73

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра экономических теорий Белорусского национального технического университета (протокол № 3 от 06.12.2017 г.);

Хонкевич В. К., доцент кафедры налогов и налогообложения Белорусского государственного экономического университета, кандидат экономических наук.

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению
кафедрой социально-гуманитарных дисциплин и менеджмента
(протокол № 4 от 20.11.2017 г.)

О75 **Жуковец, В. М.** Основы предпринимательства: учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-23 01 01 Дизайн (по направлениям), направление специальности 1-23 01 01-05 Дизайн (костюма и тканей) [Электронный ресурс] / Авт.-сост. В. М. Жуковец. – Электрон. дан. (1,1 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2019. – 146 с. – 1 электрон. опт. диск (CD).

Систем. требования (миним.) : Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей) 1 ГГц ; 512 Мб оперативной памяти ; 500 Мб свободного дискового пространства ; привод DVD ; операционная система Microsoft Windows 2000 SP 4 / XP SP 2 / Vista (32 бит) или более поздние версии ; Adobe Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата pdf).

Номер гос. регистрации в НИРУП «Институт прикладных программных систем» 1801814763 от 16.03.2018 г.

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках изучения дисциплины «Основы предпринимательства».

Для студентов вузов.

ISBN 978-985-547-280-4

© Институт современных знаний
имени А. М. Широкова, 2019

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс подготовлен для студентов Института современных знаний имени А. М. Широкова, получающих образование на очной форме обучения по специальности 1-23 01 01 Дизайн (по направлениям), направление специальности 1-23 01-01-05 Дизайн костюма и тканей. ЭУМК включает следующие разделы: теоретический, практический, контроля знаний и вспомогательный. В теоретическом разделе представлен опорный конспект лекций, включающий основные вопросы дисциплины по девяти темам, в соответствии с учебной программой. Всего изложено примерно 70% экзаменационных вопросов.

В практическом разделе присутствуют планы практических занятий по темам и вопросы для самопроверки, задания для проведения практических занятий и типовые задачи.

В разделе контроля знаний содержатся перечень экзаменационных вопросов и тесты по дисциплине.

Во вспомогательном разделе представлена учебная программа, а также перечень литературных источников, рекомендуемых для изучения дисциплины.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Тема 1. Сущность и сфера предпринимательской деятельности

Вопросы

- 1. Сущность предпринимательства и его роль в развитии общества.*
- 2. Исторические аспекты развития предпринимательства.*
- 3. Цели, принципы и функции предпринимательства.*
- 4. Субъекты и объекты предпринимательства.*
- 5. Виды предпринимательской деятельности. Экономическая среда предпринимательской деятельности.*

1.1. Сущность предпринимательства и его роль в развитии общества

До сих пор отсутствует единый подход к определению феномена «предпринимательство». Это непростой вопрос, и современное определение опирается на множество точек зрения:

- предпринимательство – это экономическая деятельность отдельного лица либо объединившейся группы лиц, направленная на получение прибыли;
- предпринимательство – это тип поведения хозяйствующего субъекта, которому присуще нахождение более эффективных способов использования ресурсов в условиях их ограниченности;
- предпринимательство – это рыночный тип хозяйствования, для которого характерны экономическая свобода и ответственность, риск и экономическое самоуправление и др.

Что такое предпринимательство – это вопрос, напрямую связанный с другим: а кто такой собственник капитала, успешный менеджер, удачливый маркетолог, любой бизнесмен?

Ответы и мнения до сих пор разные. Появились даже пессимисты, которые считают, что эта экономическая шарада относится к разряду неразрешимых.

1.2. Исторические аспекты развития предпринимательства

В научный оборот термин «предпринимательство» впервые был введен англичанином (по некоторым источникам, французом шотландского происхождения) Ричардом Кантильоном.

Понятие «предприниматель» Кантильон связывал с осуществлением субъектом хозяйственной деятельности с экономическим риском, т. е. с возможностью ущерба, потерь, убытков. Тот, кто ведет, такую деятельность, и есть (по Кантильону) предприниматель.

К предпринимателям Кантильон отнес, прежде всего, фермеров, ибо они, выращивая урожай, в силу капризов природы не могут знать своей выручки.

Экономический риск долго (до I пол. XX в.) оставался, по сути, главным отличительным признаком предпринимательства. Однако со временем пришло осознание того, что в условиях рыночной экономики все так или иначе рискуют: не только собственники, все владельцы разных капиталов, но и работники, которые могут потерять и работу, и заработок.

Весомый вклад в теорию предпринимательства внес затем французский экономист Ж.-Б. Сэй. Главную функцию предпринимателя Сэй увидел в соединении координации трех классических факторов производства: капитала, земли и труда. Скоординировав эти факторы производства и получив доход, предприниматель (по Сэю) должен выплатить из него по каждому из факторов производства соответствующую долю, а то, что остается после этого, составляет его предпринимательский доход.

Но в таком представлении трудно было найти четкие различия между самим предпринимателем и капиталистом или менеджером. Поэтому вопрос «Кто такой предприниматель?» продолжал будоражить умы.

Оригинальное решение предложил знаменитый австрийский ученый Йозеф Шумпетер (1883 – 1950).

В первой и второй главах «Теории экономического развития», написанной им в 29-летнем возрасте, Й. Шумпетер приходит к заключению, что для движения, развития экономике нужны особые люди – новаторы. Без них в экономике будет лишь «повторение пройденного пути». Этим людей он и назвал предпринимателями, ибо они предпринимают новые шаги, открывают новые пути.

Функция экономического новаторства (по Шумпетеру) является, однако, не вечной: она выполняется субъектом до тех пор, пока новое не превратится в привычное, в обычную рутину. Предприниматель, остающийся таковым на протяжении десятилетия, – редчайшее явление, – подчеркивает Й. Шумпетер.

Говоря о мотивации предпринимателя, Шумпетер продолжает свою логику и отмечает, что это – специфическая, необычная мотивация, она состоит не в большем удовлетворении потребностей, а в радости творчества, удовлетворенности от нахождения нового и в победе над соперниками. Поэтому главными качествами настоящего предпринимателя являются:

- избирательный, изобретательный ум;
- развитая интуиция;
- сильная воля.

Шумпетер разделяет новаторство на 2 типа, которые проявляются в следующем:

- 1) усовершенствовании старого блага и снижении издержек его производства за счет новых технологий или новых источников сырья;
- 2) производстве совершенно нового блага и открытии нового рынка его сбыта.

Источником предпринимательского дохода Й. Шумпетер считает то монопольное положение, которое временно имеет предприниматель, пока это новое не стало рутинным, пока им не овладели и конкуренты, что приведет к исчезновению его монопольной прибыли.

Таким образом, современное определение предпринимательства опирается на множество точек зрения, из которых следует, что таковым является система хозяйствования, основанная на рискованной, инновационной деятельности, цель которой – получение предпринимательского дохода, затрагивающая либо весь процесс воспроизводства, либо отдельные его стадии (производство, распределение, обмен, потребление). Следовательно, важнейшими чертами предпринимательства, отражающими его сущность, являются:

- самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов в рамках правовых норм;
- экономическая заинтересованность. Главная цель предпринимательства – получение максимальной прибыли при сочетании личных интересов с общественной пользой;
- хозяйственный риск и ответственность. При любых самых точных расчетах неопределенность и риск остаются;
- реализация нововведений, изучение новых экономических возможностей, играющих главную роль в развитии экономики.

В Гражданском кодексе Республики Беларусь дано следующее определение: предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от:

- пользования имуществом;
- продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи,

- выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления.

Все большее признание среди ученых-экономистов, хозяйственников, политиков находит практически апробированная в мире истина: предпринимательство – внутренний источник устойчивого экономического развития и материального обеспечения благосостояния населения страны.

1.3. Цели, принципы и функции предпринимательства

Разработка концепции предпринимательской деятельности обычно начинается с генерирования и формулирования концептуальной идеи, призванной обеспечить будущему субъекту предпринимательства процветание. В результате генерации (выработки) идеи становится очевидным, в каком направлении пойдет развитие бизнеса и начнется движение капитала предпринимателя, аккумулируемых им материально-вещественных, производственных, информационных и финансовых ресурсов (рис. 1.1).

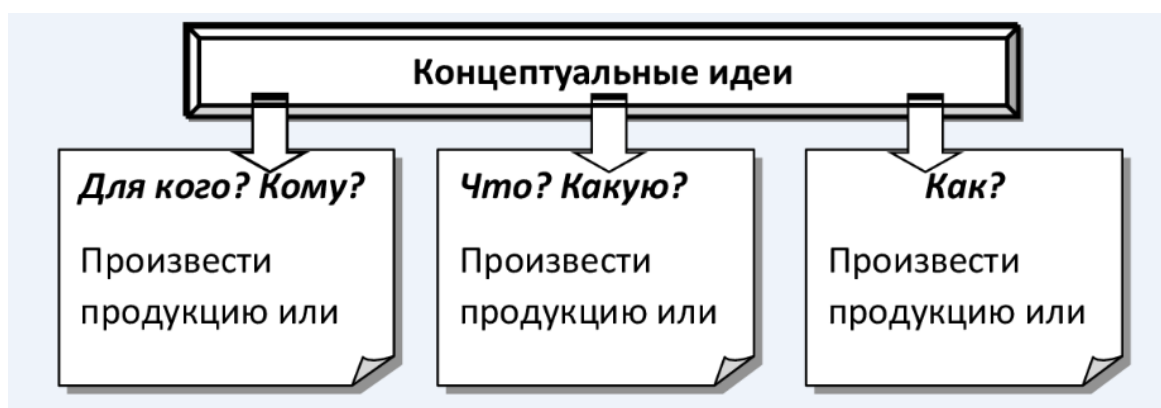


Рис. 1.1. Составляющие концептуальной идеи

Концептуальные идеи превращаются в сознании предпринимателя в систему целей, ради которых ему предстоит начать заниматься бизнесом.

Предпринимательская деятельность всегда имеет целевую функцию, которая должна выразить концептуальную идею предпринимательства:

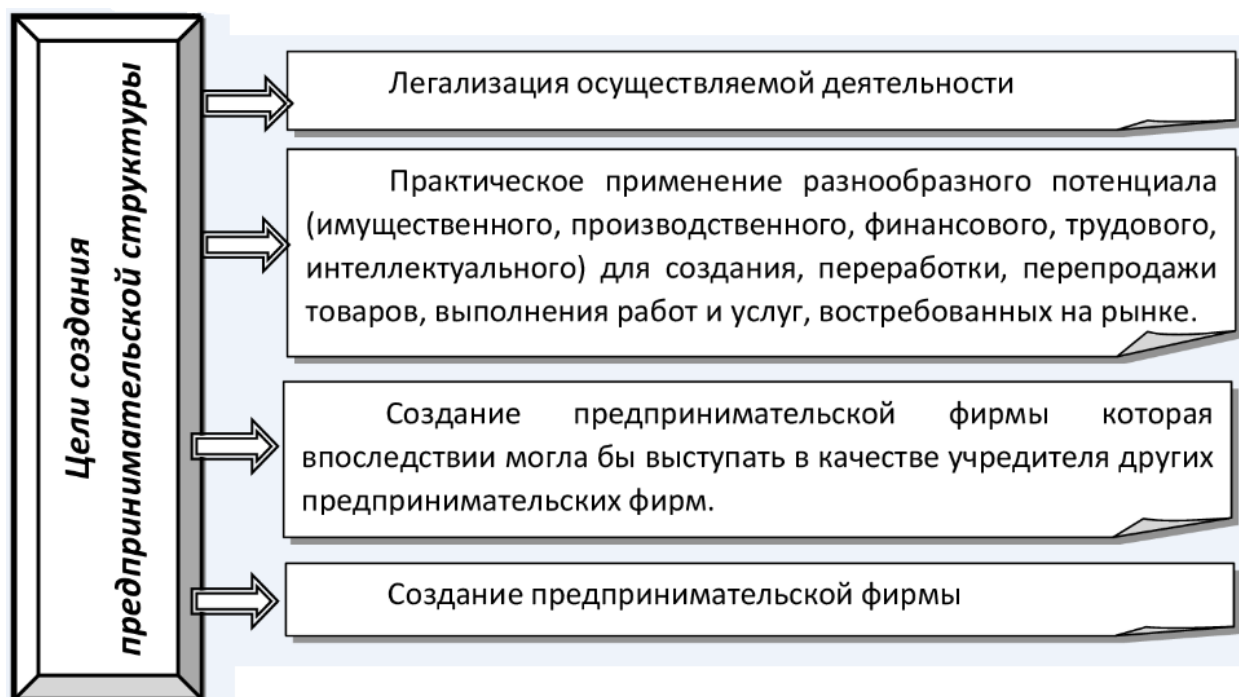


Рис. 1.2. Система предпринимательской деятельности предприятия

Предпринимательство как процесс представляет собой сложную цепочку целенаправленных действий предпринимателей, начиная с момента зарождения предпринимательской идеи и заканчивая воплощением ее в конкретный бизнес-проект. Предпринимательство – один из важнейших факторов социально-экономического прогресса. Поэтому общество заинтересовано в цивилизованном предпринимательстве, которое должно иметь развитую систему поддержки. Чтобы предпринимательская деятельность была стабильной и эффективной, необходимо создавать комплекс определенных условий во всех сферах общественной жизни: экономике, праве, политике и др. При наличии соответствующих условий предпринимательство опирается на определенные принципы деятельности (рис. 1.3).

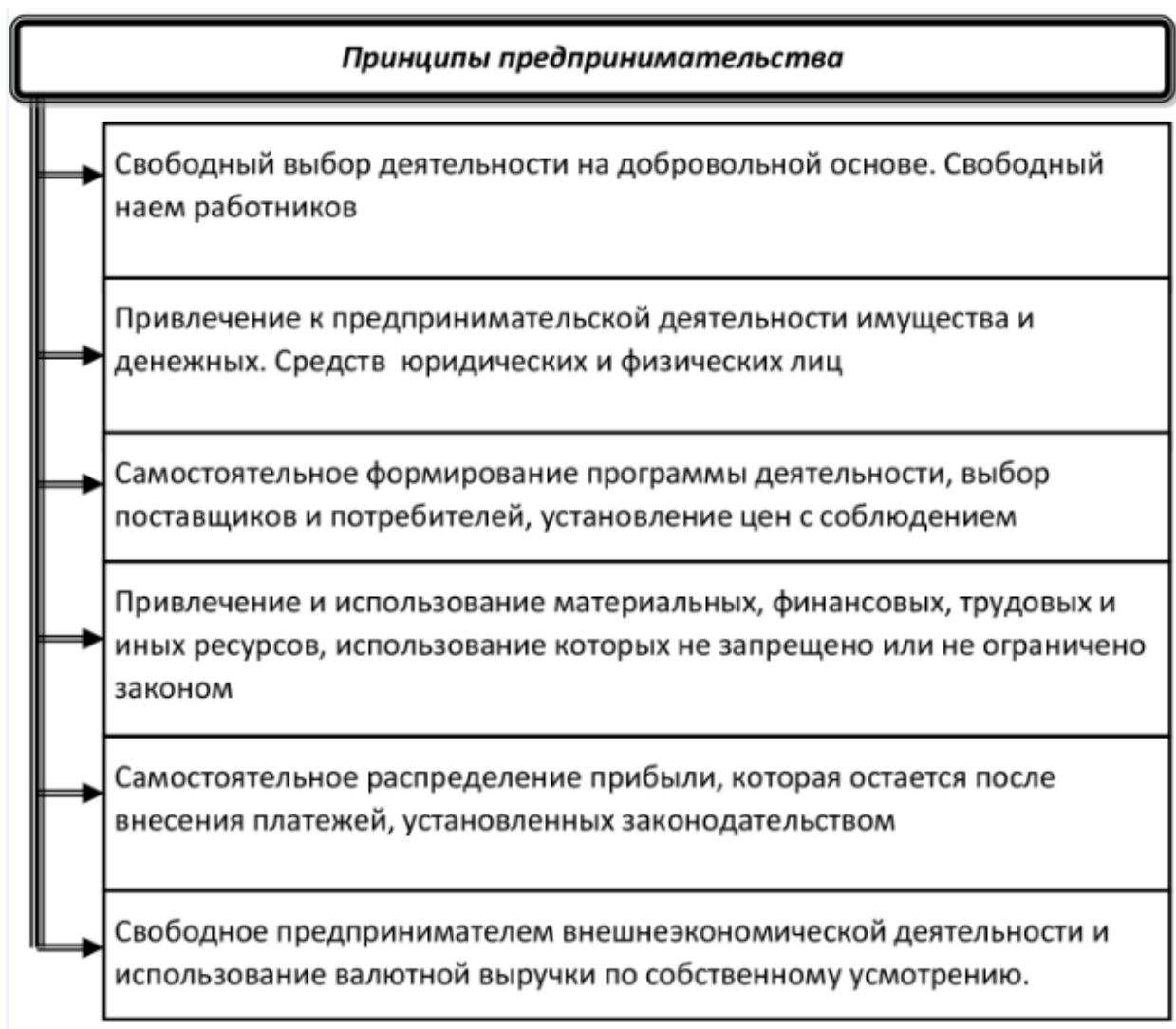


Рис. 1.3. Основные принципы предпринимательства

Сущность предпринимательства наиболее полно проявляется в его *функциях*.

Определяющей в развитой рыночной экономике является **общеэкономическая функция**, которая объективно обусловлена ролью предпринимательских организаций и индивидуальных предпринимателей как субъектов рынков. Предпринимательская деятельность направлена на производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и их доведение до конкретных потребителей: домохозяйств, других предпринимателей, государства, что, в первую очередь, и предопределяет общеэкономическую функцию. Наибольший вклад в разработку теории предпринимательства, исследование его природы и функций внес ав-

стрийский экономист Й. Шумпетер. Он называл предпринимателем того организатора производства, который прокладывает новые пути, осуществляет новые комбинации: «Быть предпринимателем – значит делать не то, что делают другие... и не так, как делают другие». В современной теории предпринимательства выделяют такие функции как новаторская, организационная, хозяйственная, социальная, личностная (рис.1.4).

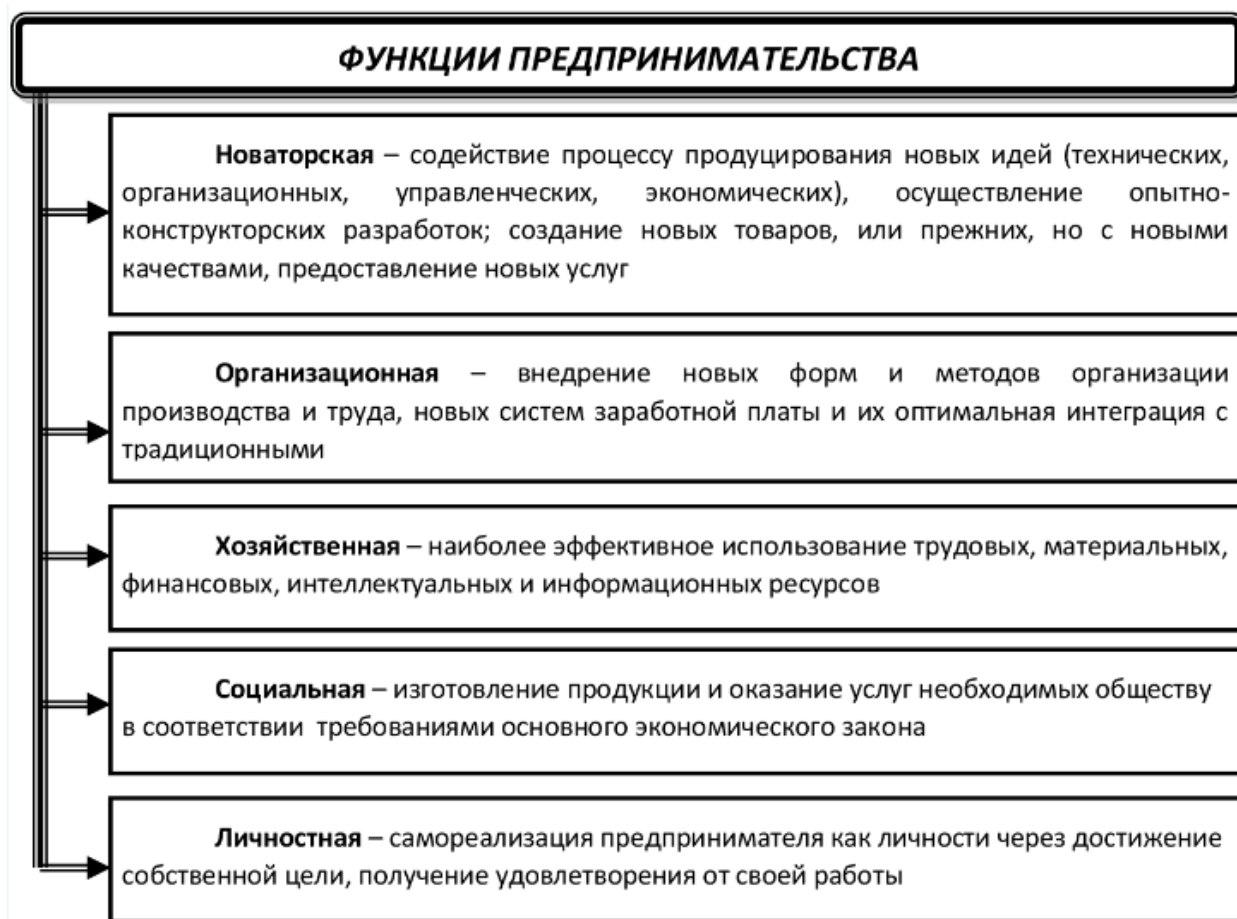


Рис. 1.4. Основные функции предпринимательства

Важнейшей функцией предпринимательства является **хозяйственная** (ресурсная). Развитие предпринимательства предполагает эффективное использование как воспроизводимых, так и ограниченных ресурсов, причем под ресурсами следует понимать все материальные и нематериальные условия и факторы производства. В первую очередь это трудовые ресурсы (в широком понимании этого слова), земля и природные ресурсы, все средства производства и научные достижения, а также предпринимательский талант.

Творческо-поисковая, инновационная функция (новаторская), связанная не только с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Творческая функция предпринимательства тесным образом связана со всеми другими функциями и обусловлена уровнем экономической свободы субъектов предпринимательской деятельности, условиями принятия управленческих решений.

В процессе становления рыночной экономики предпринимательство приобретает **социальную функцию**, выражающуюся в возможности каждого дееспособного индивидуума быть собственником дела, с наибольшей отдачей проявлять свои индивидуальные таланты и возможности. Важной составляющей социальной деятельности является обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала.

Организационная функция предпринимательства проявляется в принятии предпринимателями самостоятельного решения об организации собственного дела, его диверсификации, во внедрении внутрифирменного предпринимательства, в формировании предпринимательского управления, в создании сложных предпринимательских структур, в изменении стратегии деятельности предпринимательской фирмы и т. д. Организаторская функция особенно четко выражается в быстром развитии малого и среднего предпринимательства.

1.4. Субъекты и объекты предпринимательства

Поскольку названные особенности не определяются какой-то конкретной формой собственности, субъектами предпринимательства могут оказаться: 1) частные индивиды, 2) их объединения, 3) государство в его производственной деятельности. Что же касается средств, наличия капитала, то предприниматель вполне может использовать не только свой, но и заемный капитал, лишь бы полученный в результате его новаторской деятельности доход позволил этот капитал возместить.

Основным экономическим *субъектом предпринимательской активности* выступает предприниматель. В зависимости от особенностей вхождения в бизнес всех предпринимателей можно условно разделить на типы:

1) *новатор*. К этому типу относят предпринимателей, которые начинают свое дело с оригинальной идеи или изобретения. Такой способ вхождения в бизнес относится к наиболее эффективному;

2) *ремесленник*. Как правило, такой тип предпринимателя начинает свое дело с азов. Первоначально он работает на какой-либо фирме, по какой-то специальности. Последовательно, по цепочке, он осваивает всю технологию производства. Став профессионалом, он открывает собственное дело;

3) *хитрец*. Представитель данного типа первоначально сосредотачивает усилия на получении высшего или среднего образования. По окончании учебы он, как и ремесленник, начинает свою профессиональную деятельность в фирме и имеет несколько больше преимуществ в сравнении с ремесленником;

4) *менеджер*. Этот тип предпринимателей начинает работу в чужой фирме или открывает собственное дело после получения соответствующего образования. Представители этого типа, как правило, умеют развивать свою деятельность на любом участке работы, связанном с управлением персоналом. Они обладают хорошими организаторскими способностями;

5) *сын или дочь*. Этот способ вхождения в бизнес в мире достаточно распространен, но он ограничен только семьями уже действующих предприятий. Постепенно родители знакомят своих детей, начиная с азов, с особенностями ведения бизнеса, а затем, по мере освоения, передают им фирму.

Однако предприниматель – не единственный субъект (рис. 1.5). В любом случае он вынужден взаимодействовать с потребителем как с основным его контрагентом, с поставщиками сырья, а также с государством. И потребитель, и государство также относятся к категории субъектов предпринимательской активности – как наемные работники и партнеры по бизнесу (если специфика вида деятельности не имеет изолированного от общественных связей характера).



Рис. 1.5. Субъекты предпринимательской деятельности

Собственно предприниматели – это лица, осуществляющие инициативную деятельность на свой страх и риск, под свою экономическую и юридическую ответственность, а также коллективы предпринимателей и различные предпринимательские объединения.

Основу предпринимательского бизнеса составляет частная собственность на средства производства. Феномен предпринимателя сводится к тому, что он является постоянным «возмутителем» общественного производства, т. е. он не позволяет производству стоять на месте. В мире на этот счет бытует устоявшееся мнение, что предпринимательский слой в любом обществе довольно тонок. Такой деятельностью на высоком профессиональном уровне могут заниматься не более 6 – 8% самостоятельного населения.

Потребители являются равноправными, а не пассивными или второстепенными участниками системы бизнеса, со своим деловым интересом.

Деловой интерес потребителей – приобретение товаров (работ, услуг) реализуется посредством самостоятельного установления контактов с производителями и продавцами на основе самостоятельного поиска контрагентов по принципу максимизации прибыли.

Потребительский бизнес является стимулятором предпринимательского бизнеса, заставляя производителей считаться с запросами потребителей как естественных партнеров по бизнесу.

Участниками потребительского бизнеса выступают и сами предприниматели в качестве потребителей продукции других предприятий. Это важный фактор, балансирующий предпринимательские аппетиты каждого из бизнесменов.

С точки зрения общественного производства именно предприниматель выступает в роли активного субъекта, а с точки зрения эффективности предпринимательского процесса активную роль играет потребитель.

Деловой интерес наемных работников – получение доходов – реализуется посредством работы в предпринимательской фирме.

Работники и предприниматели идут на экономический риск, обмениваются своим достоянием, навязывают друг другу свои интересы, осуществляя свою стратегию и тактику для достижения компромиссных вариантов, что и составляет основу взаимоотношений этих двух субъектов предпринимательского бизнеса. Они могут изменить свой социальный статус, купив акции фирм, и по мере накопления средств открыть собственное дело.

Отношения с партнерами носят доверительный характер, часто давние партнеры в интересах дела обмениваются конфиденциальной информацией, охотнее идут на различные взаимные уступки, а в критических ситуациях помогают партнеру, попавшему в беду, спасти его бизнес, понимая, что потеря партнера ставит под удар и свой бизнес, который в таком случае лишается части дохода.

Государственные органы являются участниками деловых отношений в том случае, когда непосредственно выходят на рынок с деловыми предложениями.

Деловой интерес государства состоит в необходимости осуществления приоритетных общегосударственных научно-технических, научно-производственных программ (капиталоемких и наукоемких), способных принести выгоду государству и его гражданам.

Принцип взаимной выгоды различных субъектов бизнеса является иным – государство стимулирует предпринимателей на участие в приоритетных программах общегосударственного значения различными способами: льготные централизованные кредиты, заказы, закупки, льготное налогообложение и т. д. Поскольку названные особенности не определяются какой-то конкретной формой собственности, субъектами предпринимательства могут оказаться: 1) частные индивиды; 2) их объединения; 3) государство в его производственной деятельности. Что же касается средств, наличия капитала, то предприниматель вполне может использовать не только свой, но и заемный капитал, лишь бы полученный в результате его новаторской деятельности доход позволил этот капитал возместить.

Объектом предпринимательской активности выступает товар, продукт, услуга, т. е. то, что может удовлетворять чью-либо потребность в чем-либо, и то, что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

Объектом предпринимательства являются производимый предпринимателем товар, выполняемая работа или предлагаемая услуга. В условиях рыночной экономики все эти три разновидности объекта предпринимательской деятельности называются товаром.

Товар – все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Это изделия, услуга, личность, места, организации, виды деятельности идеи. Синонимом термина «товар» является «предложение».

1.5. Виды предпринимательской деятельности. Экономическая среда предпринимательской деятельности

Предпринимательство может приобретать самые разнообразные формы в зависимости от того, действует ли предприниматель самостоятельно, лично или вступает в союз с другими предпринимателями, пользуется ли только своим

имуществом или одновременно имуществом других лиц, использует свой труд или привлекает наемных работников.

Все многообразие предпринимательской деятельности может быть классифицировано по различным признакам: виду или назначению, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым и организационно-экономическим формам, степени использования наемного труда и др. (табл.1).

Классификация предпринимательства

Таблица 1

	<i>Критерий</i>	<i>Классификация предпринимательской деятельности</i>
1.	Вид или назначение	<i>Производственная, коммерческая, финансовая, консультативная</i>
2.	Формы собственности	<i>Частная, государственная, муниципальная</i>
3.	Количество собственников	<i>Индивидуальная, коллективная</i>
4.	Организационно-правовые формы	<i>Товарищества, общества, кооперативы</i>
5.	Организационно-экономические формы	<i>Концерны, ассоциации, консорциумы, синдикаты, картели, финансово-промышленные группы</i>
6.	Распространение деятельности на различные территории	<i>Местная, региональная, национальная, международная, мировая</i>
7.	Формы ответственности	<i>Полная, солидарная, субсидиарная</i>

Простейшая форма бизнеса – это индивидуальное предпринимательство без оформления статуса предприятия, фирмы, но при условии государственной регистрации систематической деятельности, предприниматель действует при этом как физическое лицо. Единоличный предприниматель вправе использовать принадлежащее ему имущество по собственному усмотрению. Так, сдающий свое жилье внаем другим людям выступает в качестве индивидуального предпринимателя.

В отдельных случаях закон предусматривает необходимость получения платных государственных лицензий, дающих право проведения некоторых видов единоличного предпринимательства. В таких лицензиях нуждаются, например, рыбаки и охотники при отстреле редкой дичи или вылове ценных пород рыб. Лицензируются и некоторые виды образовательных услуг, врачебной деятельности.

Любая экономическая деятельность связана с фазами цикла воспроизводства (производство, распределение, обмен потребление). Соответственно выделяют такие виды предпринимательства как производственное, коммерческое, финансовое, страховое, консультативное.

Производственное предпринимательство – это не только выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции производственно-технического назначения или потребительских товаров. Это еще и строительные работы, транспортные перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет. В широком смысле слова производственное предпринимательство есть создание любого полезного продукта, необходимого потребителям, обладающего способностью быть проданным по определенной цене или обмененным на другой товар.

Коммерческое предпринимательство охватывает все виды деятельности, которые непосредственным образом относятся к купле-продаже, обмену товаров на деньги, денег на товары или товаров на товары. Хотя его основу и составляют товарно-денежные операции купли-продажи, обмена, но оказыва-

ются задействованными практически те же факторы и ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, но в меньших масштабах. Оно включает поиск, закупку товара любого вида и типа, обеспечение его сохранности, транспортировку, доставку в торговую точку, продажу товара и продажное, а иногда и послепродажное обслуживание покупателя, потребителя – например, доставку на дом, установку, устранение дефектов, документальное оформление торговых сделок.

Коммерческое предпринимательство как вид бизнеса привлекает очевидной, лежащей на поверхности гипотетической возможностью продать товар по цене, намного более высокой, чем он куплен, и тем самым получить весомую прибыль.

Финансовое или финансово-кредитное предпринимательство основано на том, что предметом купли-продажи в этой сфере деятельности выступают ценные бумаги (акции, облигации), валютные ценности, национальные деньги. Страховая деятельность осуществляется в соответствии с действующим законодательством страховыми компаниями, которые гарантируют страхователям возмещение ущерба при возникновении риска потерь имущества, здоровья, жизни и др.

В настоящее время, когда экономическая ситуация во всех сферах деятельности претерпевает существенные изменения и постоянно возникают новые проблемы, необходимы высококвалифицированные специалисты, осуществляющие как общее управление предприятием, так и консультирование, дающие советы по проблеме стратегии развития предпринимательства и оказывающие иные специализированные услуги. Эти задачи выполняет ***Консультативное предпринимательство***.

Экономическая среда предпринимательской деятельности

Предпринимательство функционирует в определенной среде:

Внешняя среда – это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних

условий и факторов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности.

Внешняя среда служит источником производственных ресурсов, необходимых для формирования и поддержания производственного потенциала. Факторы внешней среды неконтролируемы со стороны предприятия. Под влиянием событий, происходящих вне предприятия, во внешней среде, руководителям приходится изменять внутреннюю организационную структуру, приспособляя ее под изменившиеся условия.

Внешняя среда предприятия – все условия и факторы, возникающие независимо от деятельности предприятия и оказывающие независимо от деятельности предприятия существенное воздействие на него.

С позиций структуризации факторов внешняя среда предприятия подразделяется на:

– микросреду, представляющую собой области прямого влияния на предприятие, которые создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, законы и государственные органы, финансово-кредитные учреждения и другие контактные аудитории;

– макросреду, оказывающую косвенное воздействие на предприятие и его микросреду (международные события, состояние экономики, научно-технический прогресс, политические и социально-культурные факторы).

Для стабильного функционирования и развития предпринимательской структуры необходимо умение адаптироваться к воздействию внешних факторов, наиболее полно использовать благоприятные условия, нейтрализовать действие негативных факторов во взаимосвязи с его функциями (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Взаимосвязь функций фирмы и внешней среды

Особая зависимость предприятия от *сети поставщиков материально-технических ресурсов* проявляется на входе в систему в виде потребности в материалах, оборудовании, рабочей силе, энергии, капитале для создания основных фондов и оборотных средств, а также обеспечения непрерывного и ритмичного процесса деятельности.

Выживание предприятия в условиях рыночных отношений в значительной мере определяется его способностью находить и удовлетворять запросы *потребителей* своего продукта. В решении данной задачи немаловажную роль играют *торговые и маркетинговые посредники*, позволяющие создавать и расширять рынки сбыта продукции и услуг предприятия.

От поведения *конкурентов* зависят не только рыночные позиции предприятия, но и факторы внутренней среды.

Для оценки влияния внешней среды целесообразно воспользоваться следующими важными показателями:

- сложность – число факторов, на которые предприятию следует реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора;

- взаимосвязанность факторов внешней среды – уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы;
- подвижность – темп изменения, скорость, с которой происходят изменения в окружении предприятия;
- неопределенность (непредсказуемость будущего) – функция, зависящая от количества и надежности информации о конкретных внешних факторах. Чем выше неопределенность, тем с большим числом проблем приходится сталкиваться менеджерам предприятия;
- привычность событий – новизна возникающих изменений.

Внутренняя среда предприятия представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов и факторов, отличных от внешнего окружения и определяющих условия реализации целей его деятельности.

Внутренняя среда определяет структуру фирмы и ее качественную определенность и включает процессные элементы (маркетинг, производство, финансы, снабжение и логистика) и структурные признаки (система целей, местоположение и правовая форма, собственники предприятия, взаимодействие с другими предприятиями, качественное оснащение предприятия, его размер) и является результатом управленческих решений.

Законы и государственные органы в конечном итоге определяют правовое поле и рамочные условия деятельности предприятия, которые могут поощрять либо сдерживать развитие тех или иных субъектов хозяйствования.

От *состояния и деятельности финансово-кредитных учреждений* напрямую зависят возможности предприятий по привлечению заемного капитала и инвестиций, их стоимость (7).

Тема 2. Экономические условия и особенности формирования предпринимательской среды

Вопросы

- 1. Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательской идеи.*
- 2. Технология выбора и сравнительного анализа предпринимательской идеи. Схема ее реализации.*
- 3. Оценка экономической целесообразности реализации предпринимательской идеи. Правила принятия инвестиционного решения о целесообразности реализации предпринимательской идеи.*

2.1. Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательской идеи

Реальная предпринимательская идея – основное условие успешной предпринимательской деятельности. Можно обладать умом, капиталом и всем необходимым для производства, но если нет идеи, ради которой капитал будет вовлекаться в процесс производства, предприниматель не состоится. Удачно сформированная идея может определить профессиональную деятельность будущего предпринимателя на долгий срок, хотя возможно и иное: для успешного ведения предпринимательской деятельности постоянно требуются новые идеи.

Предпринимательская идея – это отражение в сознании предпринимателя существующих у потребителя потребностей или предугадывание потребностей в будущем, а также представление о том, каким образом эти потребности можно удовлетворить.

Но идеи не всегда могут быть абсолютно новыми. Важно, чтобы предприниматель первым предложил рынку товар. В этом случае важно:

- 1) показать товар «лицом»;

2) предлагать не только товар, но и послепродажные услуги (доставка товара покупателю, услуги специалистов по монтажу оборудования и его обслуживанию и т. д.);

3) предусмотреть систему скидок, льгот для постоянных клиентов, пенсионеров, молодежи.

Как свидетельствует предпринимательская практика, *источников* формирования новых предпринимательских идей существует множество. Основные из них:

1) **товарный рынок.** Роль данного источника сводится к выявлению существующего на рынке дефицита и оценке прибыльности своих усилий по возможному устранению данного дефицита. Обычно к этому источнику прибегают начинающие предприниматели, имеющие малый опыт. Опытный предприниматель также исследует товарный рынок, но обычно с целью изучения рыночной ситуации, исследования спроса, а также оценки возможностей действующих и потенциальных конкурентов;

2) **географический или структурный «разрыв»** в системе общественного производства. При использовании данного источника предприниматель анализирует:

- процесс производства целой товарной группы, отдельного товара или его отдельных компонентов;
- маршрут продвижения товара от производителя к потребителю;
- форму продажи товара потребителю.

Цель этого анализа – выявить:

- ✓ структурный «разрыв» в процессе производства (этот товар производится, а тот не производится);
- ✓ географический «разрыв» в процессе поставок (это производится в нашей стране, а то ввозится из-за рубежа. Почему?);

Если в результате обнаружения «разрывов» предприниматель формирует идею и реализует ее, то это означает, что он сумел интегрироваться в процесс производства.

3) **достижения науки и техники.** Данный источник идей требует хорошей информированности в этой области и значительного интеллектуального труда. Планирование производства новых товаров осуществляется на основе внедрения в новое производство достижений науки, техники и технологии. Этой деятельностью должны заниматься профессионалы;

4) **новые возможности применения уже произведенного товара или продукта.** Это специфический источник идей. Как правило, в значительной степени появление идей на базе этого источника носит случайный характер. Однако целенаправленный поиск в этом направлении, основанный на творческом подходе, – тоже эффективный метод. Например, приборы ночного видения, ранее используемые только в военной технике, в результате конверсии военно-промышленного комплекса стали широко применяться для гражданских целей (в охранных системах или для прицелов охотничьих ружей);

5) **не осознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы,** угадываемые предпринимателем, представляют собой неисчерпаемый источник идей. Это основывается на том, что любая удовлетворенная потребность порождает новую. Если рассуждать в масштабах рынка, то обеспечение видимых общественных потребностей приводит к созреванию новых, которые еще могут не осознаваться потенциальными потребителями. Поэтому предпринимателю важно прогнозировать будущее развитие рынка. Таким образом, каждому предпринимателю необходимо обладать определенными предпринимательскими идеями (8).

2.2. Технология выбора и сравнительного анализа предпринимательской идеи. Схема ее реализации

В каждом случае процесс накопления, анализа и отбора идей имеет свои особенности. Однако существуют и общие принципы и закономерности:

- предпринимательские идеи накапливаются в определенном направлении, связанном с конкретной деятельностью субъекта;

- предприниматель из накопленных идей осуществляет отбор наиболее перспективных и отвечающих условиям деятельности;
- после отбора необходимой идеи проводится анализ на основе конкретных прогнозных экономических показателей.

Критерии отбора предпринимательских идей и цепочку действий предпринимателя, необходимых для осмысления содержания идеи и принятия решений, можно представить схематично (рис. 2.1).

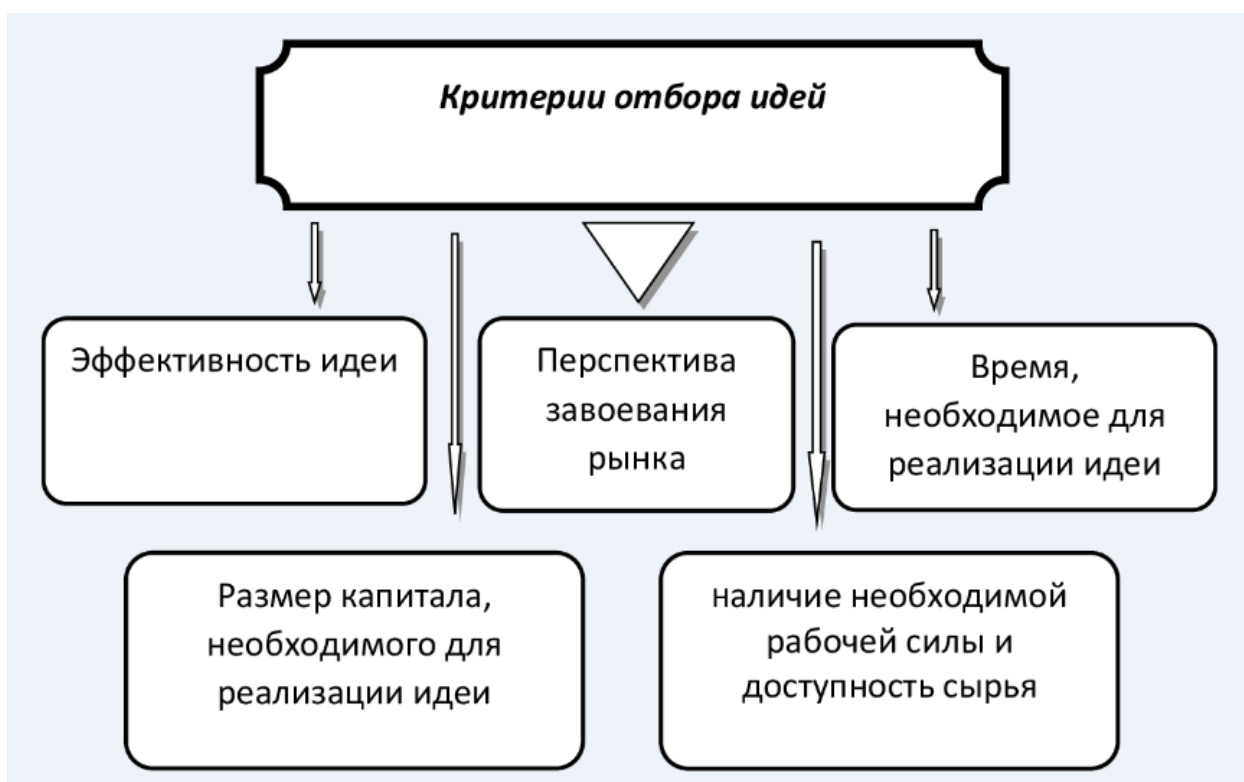


Рис. 2.1. Критерии отбора идей в сфере бизнеса

Итак, как отражено в схеме, начинающему предпринимателю приходится задумываться не только над проблемой накопления идей (она подробно рассмотрена в первом вопросе) но и их отборе, а также сравнительном анализе.

Методика и критерии отбора идей

Предприниматель *ведет отбор конкретных идей* из накопленного объема. Отбор осуществляется, как отражено на рисунке по разным критериям, в зависимости от конкретной ситуации. Такими критериями могут быть:

– эффективность идей (по массе прибыли);

– перспективы завоевания рынка (допустим, с товаром А можно завоевать 10% рыночного сегмента, а с товаром В – все 30%);

Время, необходимое для реализации идеи, – период от ее возникновения до момента передачи потребителю товара, составляющего предмет идеи (для реализации товара А потребуется 6 месяцев, а для идеи В – 1,5 месяца);

– необходимый капитал и возможность его получения (идея А требует 1 тыс. рублей, которыми предприниматель обладает, а идея В – 10 тыс. рублей, 8 тысяч из которых будет составлять заемный капитал);

– доступность сырья в необходимом объеме;

– наличие рабочей силы нужного профиля и достаточного уровня квалификации.

Отбирают только те идеи, которые в современных условиях могут быть практически воплощены. Это не означает, что предприниматель, останавливает свой выбор только на одной идее, отбрасывая все остальные. Не использованные в данный момент идеи должны переходить в банк предпринимательских идей. **Банк идей** – это перечень того, что могло бы составить в случае необходимости основной или дополнительный профиль предпринимательской деятельности.

Сравнительный анализ предпринимательской идеи

Предприниматель проводит сравнительный анализ предпринимательских идей, который осуществляется по совокупности баллов критериев выбора. Решение о выборе лучшей идеи принимается в соответствии с целями, которые ставит предприниматель перед собой.

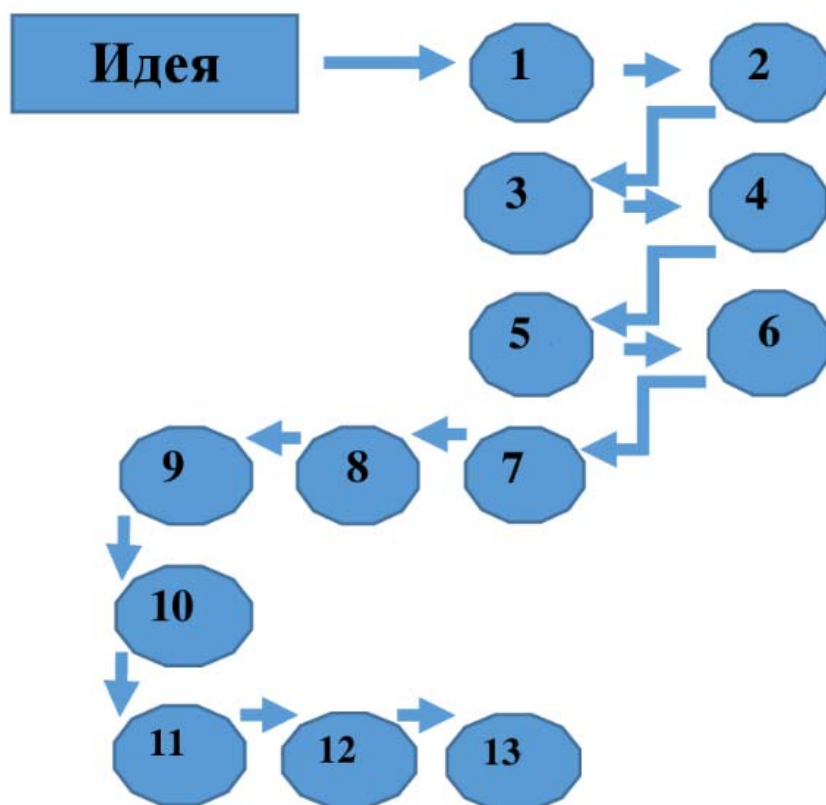
ВЫБОР ПРЕПРЕНИМАТЕЛЬСКОЙ ИДЕИ

Подумайте и запишите все возможные идеи, которые могли бы составить профиль вашей деятельности как предпринимателя.

Заполните влияние внешних и личных факторов.

<i>Бизнес-идея</i>	<i>Внешние факторы</i>		<i>Личные факторы</i>	
	Почему этот бизнес будет успешным?	Почему этот бизнес может не быть успешным?	Почему именно мне стоит этим заниматься?	Почему именно мне не стоит этим заниматься?
<i>Изготовление деревянной мебели</i>	<p>1. Все больше ценятся индивидуальные вещи.</p> <p>2. Люди озабочены экологической чистотой.</p>	<p>1. Ручная мебель стоит дороже.</p> <p>2. Из стран ближнего зарубежья привозят качественную и не очень дорогую деревянную мебель.</p>	<p>1. Я профессионал в изготовлении мебели.</p> <p>2. У меня есть оборудованная мастерская.</p>	<p>1. Я плохо разбираюсь в моде на мебель.</p> <p>2. У меня аллергия на мебельные лаки.</p>

**Общая схема реализации идеи по изготовлению продукции
(8. С.108)**



Примечание:

1. какую технологию выбрать и как организовать обеспечение производства технической документацией;

2. где будет располагаться производство, в каких помещениях и на каких условиях эти помещения будут использованы предпринимателем – покупка, аренда и т. д.;

3. какие оборудование, машины требуется приобрести для организации производственного процесса и где они будут приобретены;

4. какое сырье потребуется для организации производства, где и у кого оно будет приобретено;

5. какие вспомогательные материалы будут необходимы и где они будут приобретены;

6. какие специалисты будут нужны для организации производственного процесса и на каких условиях эти специалисты и работники могут быть привлечены;

7. кто конкретно будет возглавлять работу, связанную с реализацией идей;

8. где и на каких условиях могут быть получены средства для вложения в основной и оборотный капитал;

9. какая система управления производством может быть избрана для проекта;

10. кто конкретно будет отвечать за подготовку детального плана реализации идеи;

11. как будет организовано складирование готовой продукции;

12. какую систему сбыта готовой продукции следует избрать, кто будет основным потребителем и на каких условиях будет осуществляться ее передача потребителю (собственная торговая сеть или привлечение посредников, предоплата, оплата по факту поставки или отсрочка платежа и т. д.);

13. кто конкретно будет отвечать за реализацию готовой продукции.

2.3. Оценка экономической целесообразности реализации предпринимательской идеи. Правила принятия инвестиционного решения о целесообразности реализации предпринимательской идеи

Процедура оценки экономической целесообразности нового бизнеса позволяет тщательно проанализировать новое дело во всех деталях. И чем детальнее прописаны шаги реализации идеи, тем меньше рисков и неожиданностей поджидает предпринимателя на практике.

Для того чтобы начать новый бизнес, необходимо произвести комплексную оценку нового проекта.

Специалистами в сфере оценки нового бизнеса определена последовательность анализа нового проекта, которая должна выглядеть следующим образом:

1-й этап – маркетинговый анализ проекта. Сущность данного анализа заключается в том, чтобы дать ответы на следующие два вопроса:

1. Можно ли будет продать продукт (услугу), являющийся результатом реализации проекта?

2. Можно ли будет получить от этого достаточный объем прибыли, оправдывающий инвестиционный проект?

Этот этап анализа является очень важным. По статистике, основная причина банкротства субъектов предпринимательства – это недостаточное внимание к маркетинговым вопросам (до 80%).

2-й этап – технический анализ проекта. Сущность данного анализа предполагает:

1) определение технологий, наиболее подходящих с точки зрения целей проекта;

2) анализ местных условий, в том числе доступности и стоимости помещения (арендной платы), сырья, энергии, рабочей силы; материально-технической базы и т. п.;

3) проверку наличия потенциальных возможностей планирования и осуществления проекта.

Следует отметить, что первые два этапа – наиболее важные для начинающего предпринимателя.

3-й этап – финансовый анализ проекта. Общая схема финансового анализа включает в себя:

а) анализ финансового состояния субъекта предпринимательства в период подготовки инвестиционного проекта;

б) анализ безубыточности производства основных видов продукции;

в) прогноз прибылей и денежных потоков в процессе реализации инвестиционного проекта;

г) оценку эффективности инвестиционного проекта.

4-й этап – экономический анализ проекта. Его отличие от финансового анализа заключается в том, что основной вопрос финансового анализа - может ли данный проект увеличить доход владельцев организации? А экономический анализ состоит в оценке влияния проекта на работу организации в целом.

5-й этап – институциональный анализ проекта, оценивающий возможность успешной реализации предпринимательской идеи с учетом организационной, правовой, политической и административной обстановки. Его главная задача – оценить совокупность внутренних и внешних факторов, сопровождающих инвестиционный проект.

6-й этап – анализ риска. Вне зависимости от качества допущений будущее всегда несет в себе элемент неопределенности. Большая часть данных, необходимых, например, для финансового анализа, является неопределенной. В будущем возможны изменения прогноза как в худшую сторону, так и в лучшую, и анализ риска предполагает учет всех изменений.

Результатом проведения анализа экономической целесообразности реализации предпринимательской идеи, как правило, является один из следующих вариантов:

- идея оказалась неудачной и ее реализация нецелесообразна;
- идея реалистична и ее внутренний потенциал позволит достичь необходимых экономических результатов.

Если анализ показал неудачность идеи, то это тоже результат, ведь для того он и проводился, чтобы на этапе реализации идеи не допустить дорогостоящих ошибок: в процессе анализа обнаружилось, что уникальные свойства, например, нового предполагаемого товара не так уж уникальны и (или) потребители весьма довольны продукцией конкурента.

В общем правила принятия инвестиционных решений можно сформулировать следующим образом:

- а) инвестировать денежные средства в новый проект имеет смысл только в том случае, если можно получить чистую прибыль выше, чем от хранения денег в банке;

б) инвестировать средства имеет смысл, только если рентабельность инвестиций превышает темпы роста инфляции.

При подготовке проекта реализации предпринимательской идеи следует также помнить о внешней оценке, особенно если необходимо привлекать дополнительные средства в виде кредитов, займов и других видов капитала. Поэтому предпринимателю при планировании процесса реализации своей идеи следует провести предварительную оценку необходимых для этой цели средств (капитала) (8. С.110).

Тема 3. Организационно-хозяйственный механизм предпринимательской деятельности

Вопросы

- 1. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве.*
- 2. Этапы создания собственного дела.*
- 3. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.*
- 4. Государственная регистрация субъектов предпринимательства.*
- 5. Учредительные документы: структура, содержание.*
- 6. Права и обязанности субъектов предпринимательской деятельности.*

3.1. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве

К настоящему времени в Республике Беларусь приняты нормативные документы по развитию и совершенствованию предпринимательской деятельности и в первую очередь по развитию и поддержке малого и среднего предпринимательства. В их числе:

1. Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь».

2. Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства».

3. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы.

4. Декрет Президента Республики Беларусь от 7 мая 2012 г. № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности».

5. Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства».

6. Гражданский кодекс Республики Беларусь.

7. Закон Республики Беларусь от 9 декабря 1992 г. № 2020-X11 «О хозяйственных обществах».

8. Декрет Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования» (в ред. от 21. 02. 2014 г.).

3.2. Этапы создания собственного дела

В экономической литературе называют следующие основные этапы:

1. Выбор организационно-правовой формы предпринимательства;
2. Подготовка учредительных документов;
3. Согласование наименования юридического лица;
4. Выбор юридического адреса;
5. Формирование уставного капитала;
6. Подача документов в регистрирующий орган;
7. Изготовление печати;
8. Открытие расчетного счета;
9. Обращение в ИМНС, ФСЗН, Белгосстрах;

10. Оформление приказа на директора.

Рассмотрим кратко содержание этапов.

Первый этап. При выборе организационно-правовой формы предпринимательства во внимание могут приниматься следующие критерии: количество лиц, намеренных зарегистрировать юридическое лицо (унитарное предприятие может зарегистрировать один учредитель, для ООО, ОДО требуется не менее двух); юридический адрес (собственник имущества унитарного предприятия при определенных условиях вправе зарегистрировать бизнес по месту жительства); наличие в штате бухгалтера (в ООО, ОДО бухгалтер обязательно должен быть в штате, за исключением случаев, когда ведение бухгалтерского учета поручено специализированной организации или ИП); выход из состава учредителей (свободный выход предусмотрен в ООО, ОДО, товариществах).

Второй этап. При создании унитарного предприятия оформляется устав, который утверждается решением учредителя о создании унитарного предприятия. При создании ООО, ОДО оформляются учредительный договор и устав, которые утверждаются протоколом учредительного собрания.

Третий этап. Процедура согласования наименования юридического лица. Эта процедура выполняется до подачи документов в исполком. Она регулируется Положением о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций, утвержденным постановлением Совмина от 05.02.2009 г. № 154 и конкретизируется постановлением Министерства юстиции от 05.02.2009 г. № 20 «О согласовании наименований юридических лиц». Дату и номер справки о согласовании, полученной в исполкоме, нужно будет указать в заявлении о государственной регистрации.

Четвертый этап. Выбор юридического адреса – на этапе создания собственного дела можно указать любой адрес. Подтверждающие документы в исполком не представляются.

Пятый этап. Формирование уставного капитала. Организациями с иностранными инвестициями признаются юридические лица, в уставном

капитале которых иностранные инвестиции составляют объем, эквивалентный не менее 20 000 долларов США, и которые преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели и распределяют полученную прибыль между участниками. Для ОАО минимальный размер уставного капитала установлен 400 базовых величин, для ЗАО – 100 базовых величин. Остальные юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, вправе определять любой размер уставного капитала. Данный капитал формируется за счет денежных взносов и за счет иного имущества. В этом случае до подачи документов в регистрирующий орган необходимо провести оценку стоимости неденежного вклада. Экспертизу вправе осуществлять Фонд государственного имущества Государственного комитета по имуществу и (или) Национальный центр интеллектуальной собственности или другие уполномоченные государственные организации.

Шестой этап. Подача документов в регистрирующий орган. Юридические лица регистрируются по месту их нахождения. Полномочиями по государственной регистрации наделены облисполкомы и Брестский, Витебский, Гомельский, Гродненский, Минский, Могилевский горисполкомы.

Сотрудник регистрирующего органа, приняв документы, в этот же день поставит на учредительном документе юридического лица штамп, свидетельствующий о проведении государственной регистрации, и внесет запись об этом в Единый государственный регистр юридических лиц и ИП. Не позднее следующего рабочего дня выдадут свидетельство о госрегистрации и в течение 5 рабочих дней – документы, подтверждающие постановку на учет в налоговых органах, органах госстатистики, Фонде социальной защиты населения, Белгосстрахе. Учетный номер плательщика (УНП) совпадает с регистрационным номером.

Седьмой этап. Изготовление печати. Специальное разрешение на изготовление печатей (штампов) сегодня не требуется. Изготовителю печати нужно представить: проштампованный оригинал Устава плюс копии титульного и первого листов; заявление, подписанное руководителем юриди-

ческого лица; эскизы печатей (штампов) в одном экземпляре, подписанные руководителем юридического лица; документ, подтверждающий право на товарный знак (знак обслуживания) в случае размещения в печати товарного знака (знака обслуживания).

Восьмой этап. Открытие расчетного счета. В банк представляются:

- заявление на открытие текущего (расчетного) счета;
- копия (без нотариального засвидетельствования) устава, имеющего штамп о государственной регистрации;
- карточка с образцами подписей должностных лиц юридического лица, имеющих право подписи документов для проведения расчетов, и оттиска печати. Нотариально заверять подписи сегодня не нужно.

Девятый этап. Обращение в ИМНС, ФСЗН и Белгосстрах. Регистрирующий орган в течение 5 рабочих дней со дня внесения записи о государственной регистрации субъекта хозяйствования в Единый государственный регистр юридических лиц и ИП выдает документ, подтверждающий постановку на учет в налоговых органах, органах госстатистики, организациях ФСЗН Министерства труда и социальной защиты, регистрацию в Белорусском республиканском унитарном страховом предприятии «Белгосстрах».

Десятый этап. Оформление приказа на директора. Директор вступает в должность в соответствии с уставом, в котором определено, что сам учредитель является и директором. На основании этой нормы устава создается приказ о вступлении в должность директора.

3.3. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Организационно-правовые формы – это формы объединения людей для осуществления их хозяйственной деятельности в рамках определенной структуры, имеющие законодательное закрепление этих форм.

Они различаются:

- 1) способами формирования имущественной базы;

- 2) особенностями взаимодействия собственников, учредителей и их участников;
- 3) их ответственностью друг перед другом и перед партнерами.

Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности зависит от следующих показателей:

- стратегии развития субъекта хозяйствования;
- величины стартового капитала;
- территориальной разобщенности;
- интересов учредителей.

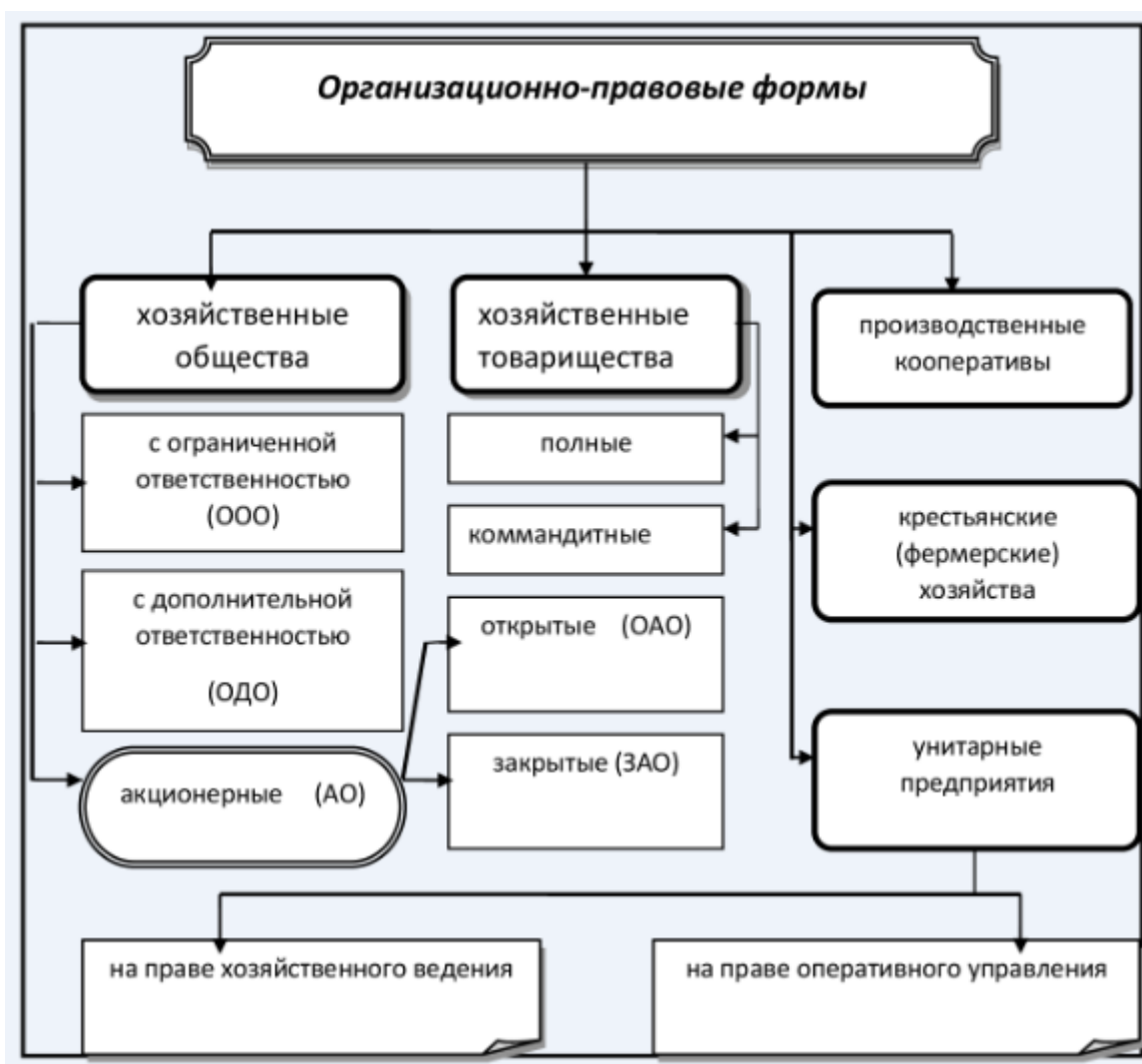


Рис. 3.1. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Выбор организационно-правовой формы хозяйствующего субъекта оказывает влияние на ряд обязательных элементов деятельности, таких как:

- характер взаимоотношений между учредителями;
- имущественная ответственность по обязательствам предприятия;
- минимальный размер уставного капитала;
- порядок управления бизнесом, механизм распределения прибыли, источники финансирования, особенности налогообложения.

Отличия и способы формирования имущественной базы проявляются в зависимости от того, кто становится субъектом собственности: государство, частное лицо или их сообщество.

Государство в Конституции Республики Беларусь (ст. 13) «гарантирует всем равные возможности свободного использования способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности».

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь (стст. 17, 22) граждане могут заниматься предпринимательской деятельностью, создавать юридические лица, совершать не противоречащие законодательству сделки и участвовать в обязательствах.

Законодательством Республики Беларусь определены две формы предпринимательской деятельности: с образованием и без образования юридического лица.



Индивидуальный предприниматель – это гражданин, который имеет право на занятие предпринимательской деятельностью с момента государственной регистрации. Преимущества и недостатки данной формы бизнеса представлены в таблице. Индивидуальный предприниматель сам принимает решение о добровольном прекращении своей деятельности. Однако в случае банкротства или нарушения законодательства деятельность индивидуального предпринимателя может быть прекращена по решению суда.

<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
1. Упрощенный порядок государственной регистрации и осуществления предпринимательской деятельности	1. В случае образования задолженности перед кредиторами несет ответственность всем своим имуществом вплоть до его конфискации
2. Единоличное владение и распоряжение своими доходами	2. Не может иметь наемных работников, кроме членов семьи, то есть осуществляет предпринимательскую деятельность лично
3. Упрощенная система налогообложения и ведения бухгалтерского учета	
4. Расходы, связанные с вхождением в бизнес, минимизированы. Не нужно создавать уставный фонд	

Таким образом, индивидуальный предприниматель для занятия предпринимательской деятельностью вправе:

1) привлекать не более трех физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам;

2) использовать для производства и (или) реализации товаров, а также выполнения работ, оказания услуг одновременно и в совокупности не более четырех торговых объектов (четыре мест на торговых объектах (рынках), в которых индивидуальные предприниматели оказывают услуги (работы) потребителям, включая транспортные средства, применяемые для перевозок пассажиров и грузов, на основании специального разрешения (лицензии));

3) кроме того, существуют виды деятельности, при которых не требуется регистрация физических лиц в качестве индивидуального предпринимателя. К ним относятся услуги по выращиванию сельскохозяйственной продукции, дроблению зерна, выпасу скота, репетиторству, чистке и уборке жилых помещений, дневному уходу за детьми. Указанные виды осуществляются по заявительному принципу, физические лица уплачивают только минимальную базовую ставку единого налога (12).

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права и исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, должно иметь самостоятельный баланс.

Коммерческие организации – это юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и (или) распределяющие прибыль между участниками. Виды коммерческих организаций представлены на рисунке.

Хозяйственными товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным фондом.



Хозяйственные товарищества делятся на полные и коммандитные.

Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно друг с другом несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Коммандитное товарищество похоже на полное товарищество. Отличие состоит в том, что наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими, по обязательствам товарищества, всем своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников (коммандитов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Формы коммерческих организаций, указанные выше, не нашли широкого применения в предпринимательской деятельности, так как должна быть высокая степень доверия, так как каждый из них может осуществлять предпринимательскую деятельность от имени товарищества.

В связи с этим имеются сложности в управлении, учете и контроле за деятельностью участников. Поэтому начинающим предпринимателям рекомендуется обратить свое внимание на другие формы коммерческих организаций.

Хозяйственные общества подразделяются на следующие:

- общество с ограниченной ответственностью;
- общество с дополнительной ответственностью;
- акционерные общества открытого и закрытого типа.

Эти формы коммерческих организаций – самые популярные в предпринимательской деятельности, и их аббревиатуры – ООО, ОДО, ОАО, ЗАО – широко известны.

Кроме Гражданского кодекса Республики Беларусь деятельность хозяйственных обществ регулируется Законом Республики Беларусь от 9 декабря 1992 г. № 2020-XII «О хозяйственных обществах», который подробно регулирует порядок их создания и деятельности, а также направлен на обеспечение защиты прав и интересов участников обществ и самих обществ.

Обществом с ограниченной ответственностью (ООО – на русском языке, ТАА – белорусском, Ltd – английском, GmbH – немецком) признается учрежденное двумя или более лицами общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО – на русском языке, ТДА – белорусском) создается двумя или более лицами ООО, похоже на общество с ограниченной ответственностью.

Отличие состоит в том, что участники ОДО солидарно несут дополнительную ответственность по его обязательствам своим имуществом в пределах, определяемых учредительными документами, но не менее размера, установленного законодательными актами (не менее 50 базовых величин). На юридическом языке дополнительная ответственность называется субсидиарной.

Организационные формы коммерческих организаций ООО и ОДО наиболее распространены в среде предпринимателей.

Рекомендуется начинать предпринимательскую деятельность с участием не только собственного капитала, но и капитала иных лиц (физических, юриди-

ческих), тогда эти формы уже в достаточной степени (благодаря усовершенствованному законодательству) обеспечивают безопасное ведение бизнеса.

Но если участников остается менее двух, общество должно либо преобразоваться в иные формы, например в унитарное предприятие, либо ликвидироваться.

В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь **акционерным обществом** (АО) признается общество, уставный фонд которого разделен на определенное число акций. Участники АО (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акция – бессрочная эмиссионная ценная бумага, подтверждающая внесение вклада и удовлетворяющая права акционера на участие в управлении акционерным обществом, получение части прибыли (дивидендов).

Номинальная стоимость акций должна быть одинаковой. АО вправе выпускать акции двух категорий: простые (обыкновенные) и привилегированные.

Владельцы простых акций имеют право на часть прибыли (дивиденды), участие в общем собрании АО с правом голоса по вопросам, находящимся в компетенции собрания. *Владельцы привилегированных акций* имеют право на получение части прибыли в виде фиксированных размеров дивидендов, а участие в общем собрании АО с правом голоса возможно только при принятии решений о реорганизации или ликвидации АО или внесении изменений (дополнений) в устав, ограничивающих их права.

Акционерные общества делятся на *открытые* акционерные общества (ОАО) и *закрытые* акционерные общества (ЗАО).

Как ОАО, так и ЗАО должны иметь:

- 1) фирменное наименование и указание на то, что общество является акционерным (ОАО или ЗАО);
- 2) учредительный документ – устав, утвержденный учредителями;
- 3) уставный фонд, полностью сформированный до государственной регистрации и разделенный на определенное число акций.

Из трех форм хозяйственного общества (ООО, ОДО, АО) у АО самая сложная предпринимательская структура, которая представляет собой корпоративное сообщество.

Унитарным предприятием (далее – УП) признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ее собственником имущество. Имущество УП не может быть распределено по вкладам, в том числе между работниками предприятия.

Унитарные предприятия могут быть:

- республиканские (находятся в собственности государства);
- коммунальные (находятся в собственности административно-территориальной единицы);
- частные (находятся в частной собственности физического лица).

УП – одна из востребованных форм для тех, кто хочет единолично вести свой частный бизнес. Государственная регистрация проводится быстро и не требует больших затрат. Индивидуальные предприниматели могут подняться на более высокую ступень ведения предпринимательской деятельности, учреждая УП, так как эта форма не содержит ограничения количества работников. При определенных законодательством условиях УП как малое предприятие может вести упрощенный налоговый и бухгалтерский учеты.

3.4. Государственная регистрация субъектов предпринимательства

Статус предпринимателя в Республике Беларусь приобретает посредством государственной регистрации в порядке, установленном актами законодательства. Среди них самым важным является Декрет Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № I «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования» (далее – Декрет № 1) (в ред. от 21.02.2014 г.).

В соответствии с данными нормативными документами государственной регистрации подлежат:

1) создаваемые (реорганизуемые) юридические лица:

хозяйственные товарищества и общества, унитарные предприятия, производственные кооперативы, в том числе сельскохозяйственные производственные кооперативы, государственные объединения, являющиеся коммерческими организациями, и крестьянские (фермерские) хозяйства (далее – коммерческие организации);

2) индивидуальные предприниматели.

Государственная регистрация осуществляется следующими регистрирующими органами:

– Национальным банком – банков и небанковских кредитно-финансовых организаций, в том числе с иностранными инвестициями и в свободных экономических зонах;

– Министерством финансов – страховых организаций, страховых брокеров, объединений страховщиков, в том числе с иностранными инвестициями и в свободных экономических зонах;

Министерством юстиции – администрациями свободных экономических зон – коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе коммерческих организаций с иностранными инвестициями, индивидуальных предпринимателей в свободных экономических зонах;

– администрацией Китайско-Белорусского индустриального парка – коммерческих и некоммерческих организаций, индивидуальных предпринимателей на территории Китайско-Белорусского индустриального парка;

– облисполкомами и Минским горисполкомом – коммерческих организаций с иностранными инвестициями.

До подачи в регистрирующий орган для государственной регистрации необходимых документов собственник имущества, учредители (участники) создаваемой коммерческой или некоммерческой организации должны:

- согласовать с регистрирующим органом наименование коммерческой, некоммерческой организации;
- определить предполагаемое место размещения коммерческой, некоммерческой организации с учетом требований законодательства;
- принять решение о создании коммерческой, некоммерческой организации и подготовить ее устав (учредительный договор).

Для государственной регистрации индивидуального предпринимателя представляются следующие документы:

- заявление о государственной регистрации;
- фотография гражданина, обратившегося за государственной регистрацией;
- оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.

Для государственной регистрации юридических лиц представляются:

- заявление о государственной регистрации;
- устав (учредительный договор – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) в двух экземплярах без нотариального засвидетельствования (его электронная копия должна быть в формате .doc или .rtf);
- копия документа, удостоверяющего личность, с переводом на белорусский или русский язык (подпись переводчика нотариально удостоверяется) – для учредителей, являющихся иностранными физическими лицами;
- оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.

В настоящее время размер госпошлины за государственную регистрацию составляет:

- для создаваемых (реорганизуемых) коммерческих организаций – 5 базовых величин;
- для индивидуальных предпринимателей – 0.5 базовой величины;

– для изменений и дополнений, вносимых в учредительные документы коммерческих организаций, – 1,5 базовой величины;

– для изменений, вносимых в свидетельство ИП, влекущих выдачу новых свидетельств, 0,5 базовой величины;

– для дополнений, вносимых в свидетельство ИП, 0,25 базовой величины;

– для выдачи дубликата свидетельства о государственной регистрации коммерческой организации и ИП – 50% ставки, установленной за регистрацию.

Взимание иных платежей при осуществлении государственной регистрации не допускается.

Наличие у юридического лица устава (учредительного договора – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) со штампом, свидетельствующим о проведении государственной регистрации, у индивидуального предпринимателя – свидетельства о государственной регистрации является основанием для обращения за изготовлением печатей (штампов) в организации, осуществляющей в установленном порядке данный вид деятельности, а также за совершением иных юридически значимых действий (12).

3.5. Учредительные документы: структура, содержание

Основными документами являются учредительный договор и устав предприятия.

Учредительный договор заключается учредителями (собственниками) организации. В нем указываются:

- наименование коммерческой организации;
- место нахождения;
- цели деятельности;
- предмет деятельности;
- порядок управления деятельностью организации;
- размер и состав уставного фонда(капитала);
- размер и порядок изменения доли каждого участника;

- размер, состав, сроки и порядок внесения участниками вкладов в уставный фонд (капитал);
- ответственность участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов.

Устав предприятия утверждается. В уставе указываются:

- * наименование, место нахождения, цели и предмет деятельности;
- * порядок управления деятельностью организации;
- * размер и состав уставного фонда (капитала);
- * размер и порядок изменения доли каждого участника, размер, состав, сроки и порядок внесения участниками вкладов в уставный фонд (для хозяйственных обществ);
- * ответственность участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов (для хозяйственных обществ);
- * категории акций, их номинальная стоимость и количество, права акционеров, порядок реорганизации и ликвидации общества (для акционерных обществ);
- * размер паевых взносов, состав и порядок их внесения (для производственных кооперативов);
- * характер и порядок трудового участия членов производственного кооператива, их ответственность за нарушение обязательств по внесению взносов и обязательств по трудовому участию;
- * порядок распределения прибыли и убытков производственного кооператива, размер и условия ответственности членов кооператива по долгам кооператива;
- * ответственность собственников (для унитарных предприятий);
- * порядок распределения прибыли и убытков унитарного предприятия.

В уставе общества с дополнительной ответственностью должна предусматриваться субсидиарная ответственность учредителей (участников) общества по его обязательствам в пределах, определяемых в уставе, но не менее чем в сумме, эквивалентной 50 базовым величинам.

3.6. Права и обязанности субъектов предпринимательской деятельности

В соответствии с действующим законодательством предприниматель (как индивидуальный, так и коммерческая организация) имеет следующие права и обязанности.

Предприниматель имеет право:

1) заниматься любой хозяйственной деятельностью, не запрещенной законодательством Республики Беларусь;

2) создавать любые предприятия, организация которых не противоречит законодательству Республики Беларусь;

3) привлекать на договорных началах для ведения предпринимательской деятельности имущество, денежные средства и отдельные имущественные права других граждан, предприятий и организации, в том числе иностранных юридических и физических лиц;

4) участвовать своим имуществом и имуществом, полученным на законном основании, в деятельности других хозяйствующих субъектов;

5) самостоятельно формировать программу хозяйственной деятельности, выбирать поставщиков и потребителей своей продукции. устанавливать цены и тарифы на продукцию (работы, услуги) в соответствии с законодательством Республики Беларусь и заключенными договорами;

6) самостоятельно нанимать и увольнять работников в соответствии с действующим законодательством и трудовым договором (контрактом);

7) устанавливать формы, системы и размеры оплаты труда и другие виды доходов лиц, работающих по найму;

8) открывать счета в банках для хранения денежных средств, осуществления всех видов расчетных, кредитных и кассовых операций;

9) свободно распоряжаться прибылью (доходом) от предпринимательской деятельности, остающейся после уплаты налогов и внесения других обязательных платежей. При осуществлении предпринимательской деятельности на ос-

нове контракта порядок распределения прибыли, остающейся после уплаты налогов и внесения обязательных платежей, регламентируется контрактом. Прибыль может быть получена за счет производственной деятельности, а также за счет операций на товарной или фондовой бирже, скупки и продажи акций и других ценных бумаг, коммерческого посредничества, торгово-закупочной, инновационной, консультационной или иной инициативной деятельности, кроме той, которая запрещена законодательством Республики Беларусь;

10) получать любой, не ограниченный по размерам личный доход;

11) пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования;

12) выступать истцом и ответчиком в суде, арбитраже и третейском суде;

13) приобретать иностранную валюту и самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность в соответствии с законодательством Республики Беларусь;

14) осуществлять иную деятельность, не запрещенную законом.

Предприниматель обязан:

1) выполнять все обязательства, вытекающие из действующего законодательства и заключенных им договоров (контрактов);

2) заключать договоры или контракты с гражданами, принимаемыми на работу по найму, а также в необходимых случаях – коллективные договоры в соответствии с законодательством. Предприниматель не вправе препятствовать объединению наемных работников в профессиональные союзы для защиты своих интересов;

3) предусматривать в трудовых договорах (соглашениях, контрактах) оплату труда работников не ниже установленного минимального уровня, а также другие социально-экономические гарантии;

4) уплачивать обязательные страховые взносы на государственное социальное страхование, в том числе за лиц, работающих по трудовым договорам и (или) гражданско-правовым договорам, предметом которых являются оказание

услуг, выполнение работ и создание объектов интеллектуальной собственности, в порядке и размерах, установленных законодательством Республики Беларусь;

5) осуществлять меры по обеспечению экологической безопасности, охраны труда, техники безопасности, производственной гигиены и санитарии, руководствуясь действующими положениями и нормами;

6) производить расчеты со всеми работниками, привлеченными для работы согласно заключенным договорам, независимо от своего финансового состояния;

7) соблюдать права и законные интересы потребителей;

8) получать в установленном порядке специальное разрешение (лицензию) на деятельность в сферах, которые подлежат лицензированию в соответствии с законодательством Республики Беларусь;

9) выполнять решения государственных органов и иных субъектов права, уполномоченных Президентом Республики Беларусь, осуществляющих регулирование и контроль за ценообразованием, принятые ими в пределах полномочий, установленных законодательством;

10) соблюдать установленный порядок ценообразования, а также порядок исчисления затрат, относимых на себестоимость, учитывать в полном объеме включаемые в цену (тариф) налоги и другие обязательные платежи, предусмотренные законодательством, не допускать нарушения установленных соответствующими государственными органами и иными субъектами права, уполномоченными Президентом Республики Беларусь, регулируемых цен (тарифов) и действующего порядка их регулирования;

11) представлять соответствующим государственным органам и иным субъектам права, уполномоченным Президентом Республики Беларусь, осуществляющим регулирование ценообразования, полную и достоверную информацию, необходимую для установления регулируемых цен (тарифов) и контроля за соблюдением установленного порядка ценообразования.

Тема 4. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности

Вопросы

1. *Бизнес-план: понятие, структура, классификация.*
2. *Содержание бизнес-плана.*
3. *Методика разработки бизнес-плана.*

4.1. Бизнес-план: понятие, структура, классификация

Бизнес-план – это документ, содержащий комплексное экономическое обоснование стратегического развития всех сфер деятельности предприятия, выпуска новой продукции или реализации других коммерческих идей.

В Республике Беларусь Министерство экономики (постановлением от 25 июля 2014 г. № 158) утвердило **Правила по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов**, которые предприниматели берут за основу при проведении расчетов.

Бизнес-план сочетает в себе черты стратегических и текущих планов. Он составляется при создании предприятия или в переломные моменты его существования, например, при расширении масштабов деятельности, привлечении потенциальных инвесторов, эмиссии ценных бумаг и т. д. Горизонт планирования – от 1 года до 5 лет; как правило, бизнес-план разрабатывается с разбивкой по годам.

Разработка бизнес-плана позволяет прогнозировать различные варианты развития бизнеса и выявить проблемы, с которыми может столкнуться предприятие.

Бизнес-план предприятия – это программа эффективного управления предприятием, направленная на обеспечение конкурентоспособности предприятия и устойчивого финансового положения предприятия.

Бизнес-план инвестиционного проекта – это технико-экономическое обоснование внедрения инноваций. Он предполагает сравнительный анализ эффективности предлагаемых мероприятий, оценку необходимых для их реализации инвестиций и решение проблем, связанных с осуществлением проекта.

Классификация бизнес-планов

Бизнес-планы разрабатываются в различных модификациях в зависимости от назначения: бизнес-план предприятия, бизнес-план инвестиционного проекта по выпуску новых видов продукции, работ, услуг, технического решения (рис. 4.1).

Бизнес-план должен разрабатываться самим предпринимателем или управленцами соответствующего уровня, но могут привлекаться эксперты в отдельных областях. Предлагаемые результаты первого года обычно детализируются по месяцам, в следующем году – по кварталам, а далее даются расчеты предполагаемых результатов за каждый год

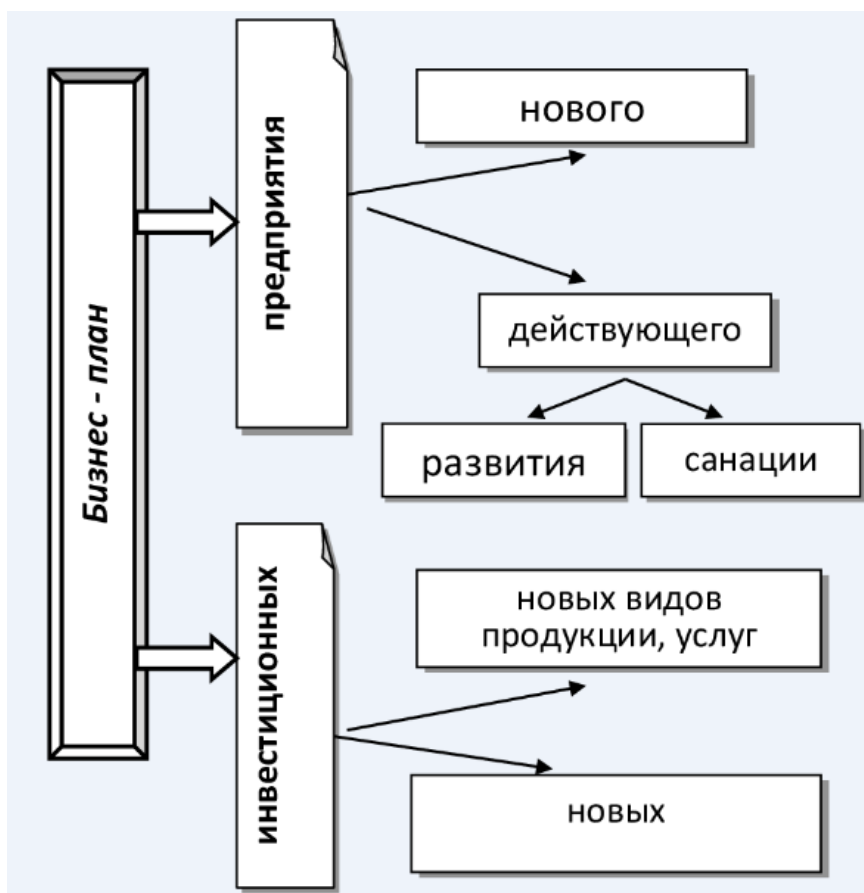


Рис. 4.1. Классификация бизнес-планов

4.2. Содержание бизнес-плана

Содержание конкретного бизнес-плана зависит от отраслевой принадлежности предприятия, его размера, стратегии предприятия (расширение, создание), условий финансирования.

Ключевым моментом разработки любого инвестиционного проекта является исследование рынка, результаты которого позволяют принять решение о целесообразности производства конкретного вида продукции или увеличения объемов его выпуска.

Параллельно проводятся исследования по выбору технологий и оборудования, которые могут обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции. На этом этапе анализируются предложения от поставщиков оборудования, обобщается информация о технических характеристиках, стоимости и условиях поставки производственного оборудования и технологий.

После полученных на основе анализа поступивших данных осуществляется расчет объемов производств и продаж будущей продукции, затрат на ее выпуск и реализацию, определение объемов инвестиций и выработка стратегии маркетинга. Прогнозируются альтернативные варианты реализации инвестиционного проекта, производится оценка их эффективности и степени риска с применением элементов компьютерного моделирования.

В состав бизнес-плана входят: титульный лист, содержание, описательная часть, приложения, справочные и иные материалы, подтверждающие исходные данные.

Описательная часть бизнес-плана должна состоять из следующих основных разделов:

Резюме (1–2 с.).

- Характеристика организации и стратегия ее развития (3–4 с.).
- Описание продукции (5–8 с.).
- Анализ рынков сбыта (4–7 с.).
- Стратегия маркетинга (3–5 с.).
- Производственный план (5–6 с.).

- Организационный план (2–3 с.).
- Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности (3–5 с.).
- Показатели эффективности (ликвидности) проекта (4–6 с.).
- Юридический план (2–3 с.).

Бизнес-планы различаются степенью детализации и проработки отдельных разделов. Это зависит от масштабов и сферы деятельности организации (производство, сфера услуг и т. д.), предлагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов.

Если, например, создаются небольшие фирмы, то некоторые разделы бизнес-плана (стратегия маркетинга, анализ конкурентов, организационный план и т. д.) не требуют детальной проработки. Но, если создается большая фирма, то вышеназванные разделы являются основными.

Ориентировочный объем описательной части бизнес-плана должен составлять не менее 20 страниц при проведении расчетов в соответствии с упрощенными требованиями и не менее 40 страниц – при проведении расчетов в полном объеме.

4.3. Методика разработки бизнес-плана

4.3.1. Общая характеристика фирмы. Резюме (1–2 с.)

Начинается бизнес-план с резюме, хотя пишут этот раздел в последнюю очередь, когда разработаны другие разделы. Только тогда, когда программа действий полностью продумана и выявлены все аспекты разрабатываемого проекта, можно в сжатой форме изложить его содержание в резюме.

Резюме призвано дать заинтересованным лицам наиболее важную информацию по реализуемому проекту. Оно должно вызвать интерес у адресата. Стил ь изложения – деловой, но не лишенный эмоциональности, подчеркивающий значимость проекта.

Здесь формулируются все направления деятельности, по каждому из которых определяются цели, которые будет решать фирма, и стратегии (пути) их

достижения. **В данном разделе бизнес-плана следует изложить следующие вопросы:**

- основные цели фирмы, к которым она будет стремиться (достижение объемов продаж);
- получение чистой прибыли;
- достижение доли фирмы на существующем рынке;
- основные стратегии фирмы, разработанные для достижения этих целей;
- состав конкретных мероприятий, которые необходимо предпринять в рамках определенной стратегии;
- чем предлагаемые фирмой товары (услуги) лучше подобной продукции конкурентов и почему потребители захотят приобрести именно их.

4.3.2. Характеристика организации и стратегия ее развития

Этот раздел – один из наиболее важных в механизме создания и функционирования фирмы, поэтому, прежде чем непосредственно перейти к разработке и характеристике функциональных сторон деятельности фирмы, при описании *организации* необходимо отразить следующие вопросы:

- история создания;
- основные достижения и неудачи в деятельности организации;
- слабые и сильные места в производственно-хозяйственной деятельности, ее особенности (сезонность работы, серийный или мелкосерийный характер производства, другие особенности);
- характеристика имеющихся технологий, основных средств с выделением их активной части;
- сведения о правах на имеющиеся основные средства с выделением их активной части;
- располагаемые мощности по выпуску продукции и их загрузка;
- характеристика выпускаемой продукции;
- инвестиционные проекты и их источники их финансирования;

– анализ финансово-хозяйственной деятельности организации за три года, предшествующих планируемому, а также за текущий период;

– факторы, негативно влияющие на результаты финансово-хозяйственной деятельности.

При описании *стратегии развития организации* раскрываются следующие вопросы:

– главные цели и задачи перспективного развития (выпуск новой продукции, повышение качества выпускаемой продукции, увеличение объемов производства, улучшение условий труда, экономия ресурсов, замена основных средств, внедрение новых и высоких технологий);

– актуальность и новизна предлагаемого проекта;

– соответствие имеющихся производственных мощностей прогнозируемым объемам производственной программы;

– необходимость остановки действующего производства или отдельных участков;

– обоснование объема инвестиционных затрат, необходимых для подготовки и организации производства;

– обоснование выбора поставщиков оборудования, основанное на сравнительных технических характеристиках оборудования ведущих производителей и условиях их поставки, условия послепродажного обслуживания оборудования, их гарантия и цены;

– обоснование собственных источников финансирования (прибыль, амортизация, продажа основных средств, прочие источники), которые могут быть использованы на начальном этапе его реализации;

– потребность в долгосрочных кредитах, займах и т. д.

4.3.3. Описание продукции

В данном разделе необходимо осветить следующие вопросы: товары и услуги, которые производитель хотел бы поставить своим покупателям и ради производства которых задуман проект. Кроме этого, обязательно, при описании продукции необходимо осветить следующие вопросы:

- какие товары (услуги) будут предлагаться фирмой? Их описание, характеристики;
- наглядное изображение образца товара (фотография или рисунок);
- название товара.

Дополнительно к этому:

- область применения;
- основные характеристики продукции;
- качество продукции;
- обеспечение гарантийного и послегарантийного обслуживания;
- наличие лицензии, сертификатов.

4.3.4. Анализ рынков сбыта

Отечественный и зарубежный опыт учит, что слабое звено рынков сбыта – одна из главных причин несостоятельности многих коммерческих проектов. С учетом этого в данном разделе должны быть отражены следующие сведения:

- общая характеристика, с учетом которой планируется сбыт продукции и оценка их емкости;
- динамика развития рынков за последние 3–5 лет;
- основные факторы, влияющие на изменение рынков;
- основные требования покупателей к продукции;
- оценка возможностей конкурентов и основные данные о выпускаемой ими продукции (технический уровень, цена, уровень качества);
- оценка преимуществ перед конкурентами.

4.3.5. Стратегия маркетинга

В этом разделе предпринимателю необходимо объяснить потенциальным партнерам и инвесторам основные элементы своего плана маркетинга. Здесь целесообразно изложить основное: какая стратегия маркетинга принята на фирме, как будет продаваться товар - через собственные фирменные магазины или через оптовые торговые организации. В их числе:

- как будут определяться цены на товары и каков ожидаемый уровень прибыльности на вложенные средства;

- как предполагается добиваться постоянного роста продаж – за счет расширения рынка сбыта или за счет поиска новых форм привлечения покупателей;
- как будет организована служба сервиса и сколько на это понадобится средств;
- как предполагается добиться хорошей репутации товаров и самой фирмы в глазах общественности;
- тактика при реализации продукции в конкретном сегменте рынка;
- затраты на маркетинг и рекламу;
- план мероприятий по продвижению товара на рынок.

4.3.6. Производственный план

Этот раздел бизнес-плана разрабатывается только теми предпринимателями, которые намерены заняться производственной деятельностью. Главная задача – доказать потенциальным партнерам, что вы в состоянии реально производить нужное количество товаров в нужные сроки и с требуемыми качественными характеристиками. Иными словами, требуется показать, что вы действительно знаете, как организовать производство (положение фирмы, помещения, оборудование, поставщики и материалы, оценка себестоимости продукции и т. д.).

Данные этого раздела желательно рассчитать на 2–3 года вперед, и он должен состоять из следующих подразделов:

- 1) программы производства и реализации продукции;
- 2) материально-техническое обеспечение;
- 3) затраты на производство и реализацию продукции.

В первом подразделе *программы производства и реализации продукции* следует привести схему производственных потоков на фирме. На ней должно быть наглядно показано, откуда и как будут поступать все виды сырья и комплектующих изделий, в каких цехах и как они будут использоваться для изготовления продукции.

В подразделе *материально-техническое обеспечение* излагаются перспективы обеспечения сырьем, материалами, комплектующими изделиями, запасными частями и другими ресурсами.

В подразделе *затраты на производство и реализацию продукции* должны быть приведены обоснования по каждому виду затрат на производство и реализацию продукции.

Внешние эксперты будут рассматривать данный раздел прежде всего с точки зрения того, насколько рациональна предлагаемая технологическая схема, обеспечивает ли она всемерное сокращение затрат труда, времени и материалов, а также легкость изменения ассортимента продукции с учетом требований рынка. Следовательно, основной целью производственного плана являются предоставление информации по обеспечению производственной стороны выпуска продукции и разработка мер по поддержанию и развитию производства.

4.3.7. Организационный план

Этот раздел бизнес-плана характеризует уровень управления фирмой, квалификацию и опыт работы самого предпринимателя и его команды. Для малой фирмы очень важным элементом успеха является подбор квалификационного персонала, поэтому желательно отметить сильные и слабые стороны каждого члена команды. В данном разделе бизнес-плана целесообразно дать ответы на следующие вопросы.

Во-первых, показать организационную структуру фирмы: организационная схема управления. Если будут подразделения, то указать их состав и функции, порядок координации деятельности и взаимосвязь между ними и другие вопросы организации.

Во-вторых, чтобы фирма действовала эффективно, необходимо особое внимание уделить проблемам подбора и оценки персонала:

- определить первостепенные потребности фирмы в персонале, принимая в расчет их неизбежные изменения по мере развития бизнеса;
- определить какого рода сотрудники будут способны выполнять те или иные функции;

– проанализировать взаимоотношения между сотрудниками коллектива, а также то, как будут определяться для них задачи.

Важно подробно объяснить, как будет проводиться набор сотрудников, их подготовка и оплата труда. Должна быть дана полная характеристика личных и деловых качеств управляющего состава фирмы, от которого будет полностью зависеть воплощение сформулированной в бизнес-плане концепции развития фирмы.

4.3.8. Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности

Данный раздел бизнес-плана является заключительным и представляет как бы обобщающий результат деятельности предприятия (фирмы). Как правило, финансовый план включает разработку следующих подразделов:

- прогноз объемов реализации;
- план денежных расходов и поступлений;
- план доходов и затрат;
- сводный баланс активов и пассивов предприятия;
- график достижения безубыточности.

Прогноз объемов реализации

Этот подраздел призван дать представление о той доли рынка, которую намечает фирма завоевать в ближайшее время.

Рекомендуется составлять такой прогноз на три года вперед с разбивкой по годам:

- первый год – данные приводятся ежемесячно;
- второй год – данные приводятся поквартально;
- третий год – данные приводятся с учетом общей суммы продаж за 12 месяцев.

План денежных расходов и поступлений

Главная задача – проверить одновременность поступлений и расходования денежных средств, а значит и будущую ликвидность фирмы при реализации данного проекта. Под ликвидностью в данном случае понимают возможность организации вовремя рассчитаться по своим обязательствам.

Полученная таким образом информация служит основой для определения общей стоимости всего проекта создания собственного дела.

План доходов и расходов

Задача данного документа показать, как будет формироваться и изменяться прибыль.

Среди анализируемых показателей выделяются: доходы от продаж товаров, издержки производства товаров, суммарная прибыль от продаж, общепроизводственные расходы (по видам), чистая прибыль.

Сводный баланс активов и пассивов предприятия

Сводный баланс рекомендуется составлять на начало и конец первого года реализации проекта.

График достижения безубыточности

Это схема, показывающая влияние на прибыль объемов производства и себестоимости продукции (в разбивке на условно-постоянные и условно-переменные издержки). Издержки предприятия разделяются на постоянные и переменные.

Переменные затраты увеличиваются или уменьшаются в зависимости от объема производства и количества продаж. Постоянные затраты не зависят от объема производства и продаж.

Существует точка объема продаж, при которой величина всех затрат на производство равна выручке от продаж. Этот размер прибыли называется *точкой безубыточности*.

Проведение анализа безубыточности:

- определяется цена, по которой продукция будет продаваться;
- определяются переменные затраты на единицу продукции;
- определяется разность между ценой и переменными затратами;
- рассчитывается общая сумма постоянных расходов за определенный период времени.

Определим величину критического объема производства на следующем примере. Предположим, цена одного изделия составляет 3 200 руб., переменные

затраты на единицу продукции – 1 200 руб., а совокупные постоянные издержки за отчетный период – 2 000 000 руб. Тогда критический объем производства составит:

$$2\,000\,000 / (3\,200 - 1\,200) = 1\,000 \text{ штук,}$$

т. е. при производстве и продаже 1000 штук изделий по цене 3 200 руб. за единицу выручка покроет все производственные затраты, но прибыль будет равна нулю. Производство и реализация изделий в объеме свыше 1 тысячи штук в год будет приносить прибыль.

Расчет суммы покрытия позволяет детально анализировать степень участия каждой единицы реализованной продукции в формировании общего финансового результата.

Риски в деятельности фирмы

В этом разделе необходимо изложить вопросы о возникновении предполагаемых рисков, внешние и внутренние факторы их возникновения, последствия рисков и рассмотреть пути (методы) их предупреждения и минимизации.

Следует подчеркнуть, что главной задачей предпринимателя уже на стадии разработки бизнес-плана является разработка мер по минимизации последствий риска, поэтому целесообразно предложить мероприятия по управлению предпринимательскими рисками.

4.3.9. Показатели эффективности проекта

Финальной частью бизнес-плана является расчет показателей эффективности инвестиционного проекта. Он нужен для того, чтобы инвестор или финансист смог оперативно разобраться в эффективности проекта, а также чтобы была возможность сравнить между собой несколько проектов и выбрать лучший. Для этого используются относительные величины – проценты, коэффициенты и т. д. С этой целью были разработаны специальные показатели, которые позволяют достаточно быстро определить эффективность проекта и решить выгодно ли в него вкладывать деньги.

Исходные данные для определения показателей эффективности – денежный поток.

Различают два вида денежных потоков:

1) чистый денежный поток, формируемый как разность между доходом и расходами за определенный период;

2) кумулятивный денежный поток, т. е. денежный поток, суммируемый нарастающим итогом за несколько лет или на весь период жизни проекта.

На основании чистого потока наличности рассчитываются основные показатели оценки эффективности инвестиций: *чистый дисконтированный доход; индекс рентабельности; срок окупаемости.*

Тема 5. Финансовые аспекты предпринимательства

Вопросы

- 1. Оценка потребности в капитале.*
- 2. Методика ценообразования.*
- 3. Доход малого предприятия.*
- 4. Методика формирования и распределения прибыли.*
- 5. Особенности применения упрощенной системы налогообложения для субъектов малого и среднего бизнеса.*

5.1. Оценка потребности в капитале

Организация своего дела в первую очередь требует капитала или определенных денежных ресурсов. Чаще всего под капиталом подразумевают три его основные формы: финансовый, производительный и товарный.

В сфере предпринимательства капитал включает в себя все формы существования активов (средства производства, финансы и т. д.).

Соответственно, предпринимательский капитал – это средства, используемые для извлечения предпринимательской прибыли.

В состав предпринимательского капитала в общем случае могут входить:

- 1) технические средства производства (здания, сооружения, оборудование, станки, транспорт, инструменты и пр.), используемые предпринимателем

на законном основании. Они могут быть как собственными, так и арендованными, находящимися во временном пользовании или лизинге;

2) материальные элементы оборотного капитала (сырье, материалы, приспособления, инструменты разового или кратковременного пользования, квалификационный уровень рабочей силы);

3) денежные элементы оборотного капитала (фонд заработной платы, средства на приобретение сырья, необходимые для организации производства);

4) интеллектуальная собственность – это предпринимательская идея, способ производства, способ придания новых свойств товару, новый способ производства, т. е. все то, что включает в себя понятие «инновация».

Потребность предпринимателя в определенном объеме капитала зависит от его предпринимательской идеи. Размер первоначального капитала зависит от ряда факторов и, в первую очередь, от отрасли, где намечается реализация предпринимательской идеи.

Первоначальным называется капитал, пускаемый в оборот в момент начала реализации предпринимательского проекта.

Следует помнить, что капитал подразделяется на основной и оборотный.

Основной капитал включает технические средства производства (земельные участки, здания, оборудование, транспорт и т. п.).

Оборотный капитал – все, что предназначено для производственного, личного потребления или продажи (сырье, материалы, готовая неоплаченная продукция, денежные средства в обороте и т. д.).

Предпринимателю при планировании процесса реализации своей идеи следует провести предварительную оценку необходимых для этой цели средств (капитала). Например, чтобы ответить на вопрос, сколько нужно средств для того, чтобы открыть фирму, следует составить детальный перечень единовременных издержек с суммой затрат для открытия бизнеса и его начальной деятельности.

Предполагаемые расходы для организации бизнеса

<i>Предполагаемый расход</i>	<i>Сумма затрат, у. е.</i>
1. Регистрация бизнеса и получение лицензии	300
2. Подбор офиса, организация рабочих мест	1 000
3. Закупка товара	2 000
4. Расходы на рекламу	500
5. Выплата заработной платы сотрудникам	1 200
6. Коммерческие расходы	400
7. Прочие расходы	100
Всего:	5 500

Из этих расчетов видно, что для организации фирмы понадобится 5 500 у. е.

Для реализации предпринимательского проекта важно четко представлять возможные источники формирования капитала. В целом их можно разделить на три основные группы:

- 1) финансовые итоги предыдущей предпринимательской деятельности;
- 2) личные сбережения (в денежной или товарной форме);
- 3) заемные средства (средства, взятые в долг под какие-либо обязательства).

5.2. Методика ценообразования

Цена выполняет ряд только ей присущих функций. В условиях рыночной экономики цены выполняют функции: измерительную, учетную, регулируемую, стимулирующую и перераспределительную.

Методы ценообразования: затратные; нормативно-параметрические; договорно-контрактные; рыночные; административные.

1. Затратные методы ценообразования ориентированы на затраты по производству и реализации продукции, т. е. этот способ предусматривает учет совокупных затрат на выпуск товара. Отпускная цена предприятия-изготовителя формируется в этом случае с учетом себестоимости продукции, определяемой на основе калькулирования, и расчетной величины прибыли.

2. Нормативно-параметрический метод ценообразования основан на сопоставлении потребительских свойств продукции с аналогичными изделиями конкурентов. Такие методы применяются, когда основные потребительские свойства взаимозаменяемой продукции поддаются четкому и однозначному количественному измерению. Цена на каждое новое изделие рассчитывается с учетом показателей нормативных затрат путем корректировки цены базового изделия на показатель измерения.

3. Договорно-контрактные методы ценообразования находят применение при оптовых продажах и во внешнеэкономической деятельности. Цены оговариваются в контракте.

4. Рыночные методы ценообразования основаны на свободном установлении цен, ориентированном на учет соотношения спроса и предложения товара и уровня конкуренции на рынке. основополагающим фактором формирования цены являются требования покупателей, связанные с их возможностью приобрести товар. Также рыночные отношения предполагают наличие гарантий получения прибыли.

5. Административные методы ценообразования базируются на необходимости проведения государственной политики в области регулирования цен и тарифов. Государственные органы регулируют цены, торговые надбавки и др.

5.3. Доход малого предприятия

Основу экономического развития предприятия составляют финансовые ресурсы, полученные от различных направлений его деятельности и остающиеся в распоряжении предприятия после уплаты налогов, сборов и иных обязательных платежей, возмещения текущих издержек. **Они находят свое отражение в показателях дохода и прибыли.**

Общий доход характеризует финансовый результат работы предприятия, который формируется за счет:

- дохода от реализации продукции (работ, услуг);
- операционных доходов;

➤ внереализационных доходов.

Доход от реализации продукции (работ, услуг) представляет собой выручку от реализации продукции, работ, услуг.

Выручка от реализации продукции (работ, услуг) образуется по мере ее оплаты.

Операционные доходы предприятия – это доходы от отдельных операций, не относящихся к его видам деятельности, за вычетом денежных средств и иного имущества (суммы налога на добавленную стоимость, акцизов, иных обязательных платежей, подлежащих перечислению в бюджет; суммы, поступившие в качестве авансов, задатков, предварительной оплаты и др.).

В состав доходов от внереализационных операций включаются доходы, поступившие в собственность получателя от операций, непосредственно не связанных с производством товаров (работ, услуг).

Общий доход предприятия определяется как сумма выручки от реализации продукции, работ, услуг, операционных и внереализационных доходов.

Часть дохода предприятия, образующегося после вычета из него косвенных налогов и текущих затрат, называется прибылью.

5.4. Методика формирования и распределения прибыли

Прибыль (убыток) от реализации продукции, выполнения работ и оказания услуг является основной частью прибыли отчетного периода. Она определяется как разница между выручкой, полученной от их реализации, и текущими затратами по производству и реализации этих товаров, работ, услуг, а также суммами налогов, сборов и отчислений, уплачиваемых из выручки в соответствии с установленным законодательством.

Операционная прибыль определяется как положительная разница между операционными доходами и расходами (кроме реализации основных средств). К операционным расходам относятся затраты организации, соответствующие операционным доходам.

Прибыль (убыток) от реализации основных средств определяется как разница между выручкой, полученной от реализации основных средств, уменьшенной на сумму налогов и сборов, уплачиваемых из выручки согласно установленному законодательству, и остаточной стоимостью основных средств, а также затратами по их реализации.

Прибыль (убыток) от внереализационных операций определяется как разница между доходами и расходами от внереализационных операций, а также НДС и иными обязательными платежами.

Облагаемая налогом прибыль образуется после вычета из прибыли отчетного периода; прибыли, полученной от видов деятельности, облагаемых налогом на доходы, а также налога на недвижимость и льготируемой прибыли.

Льготируемой считается прибыль, которая в соответствии с Законом Республики Беларусь «О налогах на доходы и прибыль» не облагается налогом на прибыль.

Прибыль по изделию – это разница между оптовой ценой предприятия и полной себестоимостью изделия.

Прибыль к распределению – это прибыль отчетного периода за вычетом налогов и других обязательных платежей из прибыли. Эффективность политики управления прибылью предприятия определяется результатами ее формирования и характером распределения. Источником образования прибыли предприятий является общий доход, который представляет собой сумму денежных средств, получаемых предприятием от всех видов его деятельности.

Основной целью политики распределения прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, является оптимизация пропорций между капитализируемой и потребляемой ее частями с учетом обеспечения реализации стратегии его развития и роста его рыночной стоимости. В процессе распределения прибыли предприятия обеспечивается ее использование по следующим основным направлениям:

- выплата налогов и других обязательных платежей из прибыли в республиканский и местные бюджеты;

- налоговые и неналоговые санкции и пени, включая санкции и пени за неисполнение или ненадлежащее исполнение хозяйственных договоров;
 - на накопление – финансирование производственного развития и жилищного строительства, пополнение собственных оборотных средств и другие формы капитализации прибыли;
 - уплата части прибыли в бюджет государственными унитарными предприятиями и собственникам имущества частными предприятиями;
 - на формирование резервного фонда заработной платы;
- на непроизводственное потребление – денежные выплаты стимулирующего и компенсирующего характера персоналу, материальная помощь и выплаты социального характера, благотворительная помощь (безвозмездное перечисление денежных средств, передача материальных ценностей, выполнение работ и оказание услуг юридическим и физическим лицам), выплата дивидендов акционерам.

5.5. Упрощенная система налогообложения

Упрощенная система налогообложения, действующая в Республике Беларусь с 1 июля 2007 года, в значительной мере упростила налоговый учет доходов и расходов плательщиков и учет отдельных видов имущества. В рамках применения упрощенной системы налогообложения достаточно простым является порядок определения налоговой базы, что существенно снижает трудозатраты, вероятность допущения ошибок при налогообложении, а соответственно и вероятность применения штрафных санкций. Кроме того, заметно сокращается количество отчетной документации, представляемой в налоговые и статистические органы.

Применять упрощенную систему налогообложения вправе организации и индивидуальные предприниматели при одновременном соблюдении установленных критериев численности работников и валовой выручки в течение первых девяти месяцев года, предшествующего году, с которого они претендуют на ее применение.

Объектом налогообложения признается осуществление предпринимательской деятельности на территории Республики Беларусь.

Налоговый период – это календарный год.

Отчетный период – это:

- **календарный месяц** (для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения с уплатой налога на добавленную стоимость);

- **календарный квартал** (для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения без уплаты налога на добавленную стоимость).

Перейти на применение упрощенной системы налогообложения вправе организации и индивидуальные предприниматели при одновременном соблюдении критериев средней численности работников и валовой выручки в течение первых девяти месяцев года, предшествующего году, с которого они претендуют на ее применение, организации с численностью работников в среднем за указанный период не более 100 человек, индивидуальные предприниматели, если размер их валовой выручки составляет не более 2 625 млн. рублей.

Налоговой базой при упрощенной системе налогообложения признается валовая выручка, определяемая как сумма выручки, полученной за отчетный период организациями и индивидуальными предпринимателями от реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности и доходов от внереализационных операций.

Организации с численностью работников в среднем за период с начала года по отчетный период включительно, не превышающей 5 человек, и индивидуальные предприниматели, осуществляющие розничную торговлю и (или) оказывающие услуги общественного питания, имеют право использовать в качестве налоговой базы валовый доход.

Валовый доход рассчитывается в виде разницы между валовой выручкой и покупной стоимостью реализованных товаров за отчетный период.

Покупная стоимость товаров определяется как цена приобретения (договорная цена), увеличенная на фактические затраты по приобретению (таможенные пошлины и таможенные сборы, налог на добавленную стоимость, комиссионные вознаграждения, расходы на транспортировку, хранение), при условии их документального подтверждения.

Законодательством установлены следующие ставки налога:

- 8% – для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость и использующих в качестве налоговой базы валовую выручку;
- 6% – для организаций и индивидуальных предпринимателей, уплачивающих налог на добавленную стоимость и использующих в качестве налоговой базы валовую выручку;
- 15% – для организаций и индивидуальных предпринимателей, использующих в качестве налоговой базы валовый доход.

Для организаций и индивидуальных предпринимателей с местом нахождения (жительства) в сельских населенных пунктах и населенных пунктах, перечисленных в приложении к Положению об упрощенной системе налогообложения (малые населенные пункты), при осуществлении деятельности по производству товаров (выполнению работ, оказанию услуг) в этих населенных пунктах, а также в сельской местности установлены льготные налоговые ставки:

- 5% – для организаций и индивидуальных предпринимателей, не уплачивающих налог на добавленную стоимость;
- 3% – для организаций и индивидуальных предпринимателей, уплачивающих налог на добавленную стоимость.

Субъекты хозяйствования, производящие уплату налогов с использованием упрощенной системы налогообложения (особенно по ставке 8%), существенно уменьшают вероятность возникновения ошибок при определении налогооблагаемой базы.

При использовании упрощенной системы налогообложения с применением ставки 8% также значительно сокращается документооборот, что также можно считать преимуществом (7).

Тема 6. Предпринимательский риск и его страхование

Вопросы

- 1. Понятие риска. Виды потерь от риска.*
- 2. Классификация предпринимательских рисков.*
- 3. Методы оценки предпринимательского риска.*
- 4. Уровни, показатели и критерии риска.*
- 5. Основные способы снижения риска в предпринимательской деятельности. Страхование предпринимательских рисков.*

6.1. Понятие риска. Виды потерь от риска

Осуществление предпринимательской деятельности в ее любом виде связано с риском, который принято называть **хозяйственным или предпринимательским**. Тем более что даже законодательно установлено, что предпринимательская деятельность является рискованной.

Это значит, что действия участников предпринимательства в условиях сложившихся рыночных отношений, конкуренции, экономических законов не могут быть с полной ответственностью рассчитаны и осуществлены.

Следует разграничивать понятия **«риск»** и **«неопределенность»**.

Риск характеризует такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий весьма вероятно и может быть оценено количественно.

Неопределенность – когда вероятность наступления таких событий оценить заранее невозможно (например, форс-мажор, наступление которого непредсказуемо и поэтому всегда неожиданно).

Поскольку рынок – это прежде всего свобода (экономическая), то над предпринимателем могут возвышаться только закон и установленные им самим ограничения.

Задача предпринимателя состоит не в том, чтобы искать дело с заведомо предвидимым результатом, а в том, чтобы чувствовать риск, оценивать его степень и не переходить за допустимые пределы.

Вообще, **предпринимательским** называют **риск, возникающий при любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов.**

В указанных видах деятельности приходится иметь дело с использованием и обращением материальных, трудовых, финансовых, информационных и других ресурсов. А риск связан с угрозой полной или частичной потери этих ресурсов.

В итоге предпринимательский **риск характеризуется как опасность потенциально возможной вероятной потери ресурсов или недополученные доходы по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов.**

Риск – угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов либо получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

При установлении предпринимательского риска необходимо различать понятия «**расходы**», «**убытки**», «**потери**».

Так, любая предпринимательская деятельность неизбежно связана с **расходами**.

Убытки имеют место при неблагоприятном стечении обстоятельств, просчетах.

В абсолютном выражении **риск** может определяться величиной **возможных потерь в материально-вещественном или стоимостном выражении.** В

относительном – величиной возможных потерь, отнесенной к некоторой базе (имущественное состояние предпринимателя, ожидаемый доход (прибыль)).

Потери, которые могут быть в предпринимательской деятельности, целесообразно делить на следующие:

- **материальные** (дополнительные затраты, потери имущества, сырья);
- **трудовые** (потери рабочего времени в человеко-часах, человеко-днях);
- **финансовые** (не предусмотренные платежи, штрафы, дополнительные налоги, инфляция, валютные изменения);
- **потери времени** (процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем намечено);
- **специальные виды потерь** (нанесение ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя).

Полностью избежать риска невозможно, но зная, что порождает потери, предприниматель способен снизить их угрозу.

6.2. Классификация предпринимательских рисков

Классификация экономических рисков была предметом исследования многих ученых. Кейнс в своей классификации использовал монетаристский подход и рассматривал риск через призму отношений заемщик-кредитор. Он выделял три основных вида риска.

- Во-первых, это риск предпринимателя, или заемщика, который возникает ввиду сомнения насчет того, удастся ли действительно получить ту перспективную выгоду, на которую он рассчитывает.
- Во-вторых, это риск кредитора. Он возникает там, где практикуются кредитные операции. Этот риск может быть связан с сомнением насчет обоснованности оказанного доверия, т. е. с опасностью намеренного банкротства или других попыток должника уклониться от выполнения обязательств, а также с возможной недостаточностью размеров обеспечения.
- В-третьих, риск связан с возможным уменьшением ценности денежной единицы в связи с инфляцией.

Нередко выделяют два уровня экономического риска. Это народнохозяйственный (макроэкономический) риск и риск на уровне фирмы (микроэкономический). Эти два типа риска воздействуют друг на друга, но в то же время достаточно автономны.

Кроме того, риски принято делить на чистые и спекулятивные (рис. 6.1.).

Следует выделить еще две большие группы рисков: **статические** и **динамические**. Особенность **статических** рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для предпринимательской деятельности.

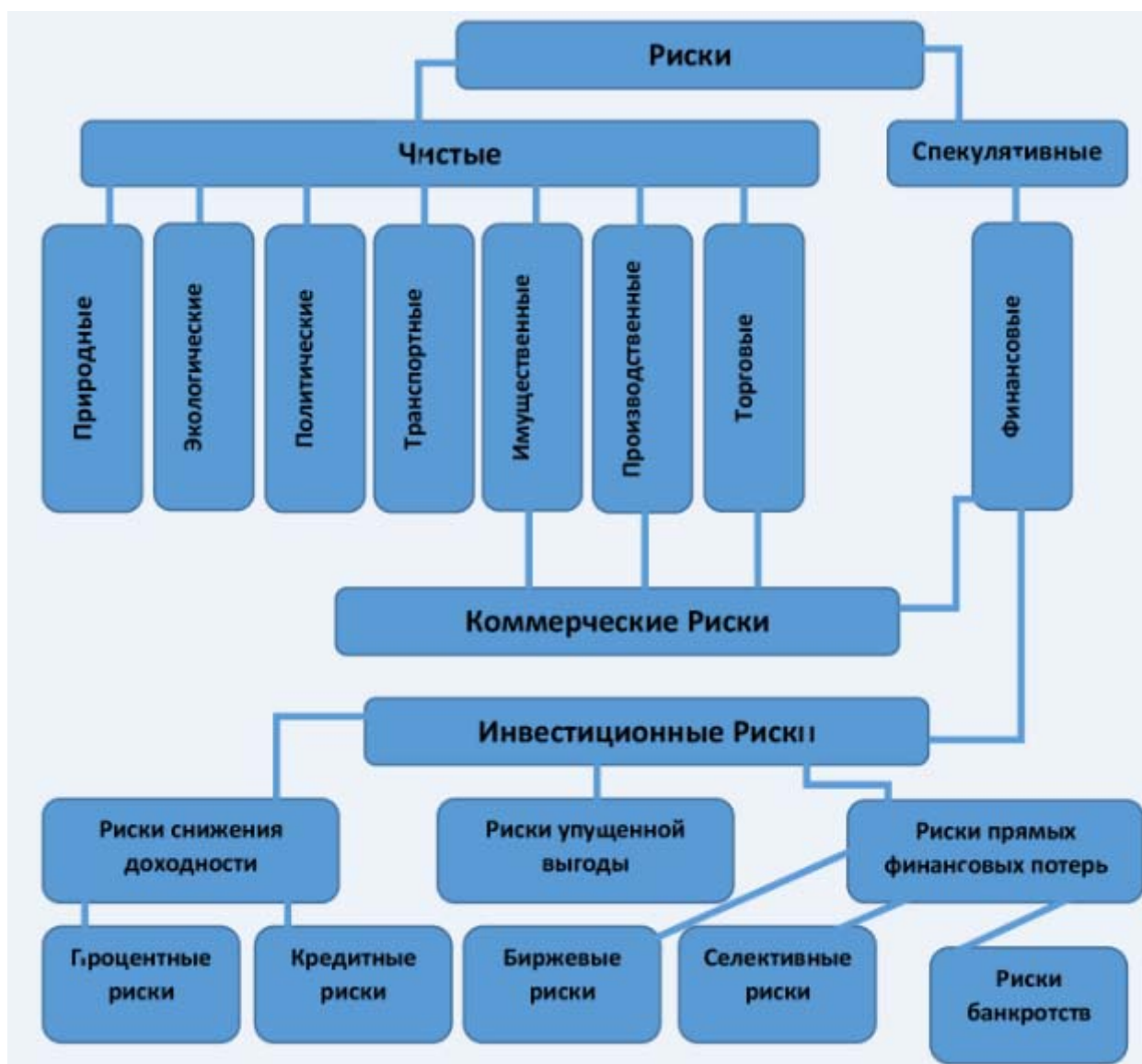


Рис. 6.1. Чистые и спекулятивные риски

6.3. Методы оценки предпринимательского риска

Риск есть вероятностная категория, и в этом смысле наиболее обоснованно характеризовать и измерять его как вероятность возникновения определенного уровня потерь.

Потери в производственном предпринимательстве

1. Снижение намеченных объемов производства и реализации продукции вследствие уменьшения производительности труда, простоя оборудования или неполного использования производственных мощностей и т. д.

Вероятные потери в этом случае в стоимостном выражении определяются по формуле:

$$\Pi = \Delta Q \times Ц,$$

где ΔQ – вероятное суммарное уменьшение объема выпуска продукции;
 $Ц$ – цена реализации единицы объема продукции.

2. Снижение цен, по которым намечается реализовать продукцию, в связи с недостаточным качеством, неблагоприятным изменением рыночной конъюнктуры, падением спроса и т. д. приводит к вероятным потерям.

Вероятные потери в этом случае в стоимостном выражении определяются по формуле:

$$\Pi = Q \times \Delta Ц,$$

где Q – вероятное суммарное уменьшение объема выпуска продукции;
 $\Delta Ц$ – цена реализации единицы объема продукции.

3. Повышенные материальные затраты, обусловленные перерасходом материалов, сырья, топлива, энергии, ведут к потерям, определяемым зависимостью:

$$\Pi = M_1 \times Ц + M_2 \times Ц + \dots,$$

где M – вероятный перерасход ресурса.

Другие повышенные издержки, которые могут быть вследствие: высоких транспортных расходов, перерасхода намеченной величины фонда оплаты труда, уплаты повышенных отчислений и налогов и т. п.

Потери в коммерческом предпринимательстве

1. Неблагоприятное изменение (повышение) закупочной цены товара приводит к вероятным потерям, определяемым по формуле:

$$П = О \times Ц,$$

где Ц – повышение цены;

О – объем закупок товара в физическом объеме.

Другие повышенные издержки, которые могут быть вследствие: высоких транспортных расходов, перерасхода намеченной величины фонда оплаты труда, уплаты повышенных отчислений и налогов и т. п.

Непредвиденное снижение объема закупки в сравнении с намеченным вызывает уменьшение объема реализации. Потеря прибыли (дохода) исчисляется:

снижение объема закупок * прибыль / объем реализации.

Потери в финансовом предпринимательстве

Потери характерные для коммерческого предпринимательства, в целом присущи и финансовому предпринимательству.

Специфическими факторами здесь являются неплатежеспособность одного из субъектов финансовой сделки, изменение курса денег, валюты, ценных бумаг, ограничения на валютно-денежные операции, кредитные и валютные риски банка.

Таким образом, при оценке риска следовало бы устанавливать для каждого абсолютного или относительного значения величины возможных потерь соответствующую вероятность возникновения такой величины. Построение подобной таблицы или кривой вероятностей потерь является исходной стадией

оценки риска. Но применительно к предпринимательству это чаще всего чрезвычайно сложная задача. Поэтому практически приходится ограничиваться упрощенными подходами, оценивая риск по одному или нескольким главным показателям, представляющим обобщенные характеристики, наиболее важные для суждения о приемлемости риска.

6.4. Уровни, показатели и критерии риска

Поскольку основная задача предпринимателя – рисковать расчетливо, не рискуя банкротством, то следует выделить определенные области, или зоны риска в зависимости от величины потерь.



Рис. 6.2. Уровни предпринимательских рисков.

Область, в которой потери не ожидаются, называется **безрисковой зоной**, ей соответствуют нулевые потери или отрицательные (превышение прибыли).

Под зоной допустимого риска понимается область, в пределах которой данный вид предпринимательской деятельности сохраняет свою экономическую целесообразность, т. е. потери есть, но они меньше ожидаемой прибыли.

Более опасная зона называется **зоной критического риска**. Эта область, характеризуемая возможностью потерь в размере свыше величины ожидаемой прибыли и вплоть до величины полной расчетной, ожидаемой выручки от предпринимательства.

Кроме критического уровня (зоны) целесообразно рассматривать еще более устрашающий – **катастрофический риск**. Зона катастрофического риска представляет собой область потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и в пределе могут достигать величины, равной имущественному состоянию предпринимателя.

Вероятности определенных уровней потерь являются важными показателями, позволяющими высказать суждение об ожидаемом риске и его приемлемости.

Для борьбы с рисками, т. е. для уменьшения возможного ущерба, практически все крупные зарубежные предприниматели имеют специальные подразделения (отделы, службы), которые разрабатывают комплексные программы, направленные на минимизацию возможного ущерба.

6.5. Страхование предпринимательских рисков

Предпринимательская деятельность осуществляется на страх и риск. Степень ее успешности зависит во многом от способности предпринимателя спрогнозировать политическую и экономическую ситуацию, рассчитать финансовую окупаемость проектов, выбрать партнеров, оперативно реагировать на изменения рынка, принимать эффективные управленческие решения и пр. Все неожиданности, случающиеся при осуществлении предпринимательской деятельности, предусмотреть невозможно, поэтому всегда существует риск, связанный с неполучением планируемой прибыли.

Страхование предпринимательского риска – это страхование предпринимателем риска убытков и неполучения ожидаемых доходов из-за нарушения обязательств контрагентами или изменения условий деятельности по независящим от предпринимателя причинам.

По условиям договоров страхования страховщик принимает на себя обязательства произвести страховые выплаты страхователям в размере полной или частичной компенсации, утраченных ими доходов или понесенных дополнительных расходов, вызванных, например, такими событиями как остановка или

сокращение объема производств; банкротство контрагентов страхователя; неисполнение или ненадлежащее исполнение договорных обязательств контрагентов страхователя; принятие нормативных актов или иные действия правоохранительных органов власти, которые могут ухудшить положение страхователя, участие страхователя в судебных спорах.

В рамках страхования предпринимательских приисков выделяют страхование финансовых рисков.

Виды страхования предпринимательских рисков выделяют в зависимости от объекта страхования, характера страховых рисков и стадий кругооборота средств в процессе товарного производства.

1. Страховая защита инвестиций, кредитов, депозитарных вкладов осуществляется на первой стадии кругооборота.

2. На второй, производственной стадии, можно выделить страхование на случай перерывов в хозяйственной деятельности в связи с пожарами, авариями и другими неблагоприятными событиями, которое призвано обеспечить защиту от косвенных потерь, связанных с прекращением выпуска продукции, дополнительными затратами по возобновлению производства.

3. На третьей стадии – реализации готовой продукции и ее оплаты – страхуется риск неплатежа по политическим и коммерческим причинам.

Договоры страхования предпринимательских рисков могут заключаться только в пользу самих страхователей.

Страховая сумма по таким договорам не может превышать убытков от застрахованной предпринимательской деятельности, которые страхователь понес бы при наступлении страхового случая.

Условия договоров страхования предпринимательских рисков нередко устанавливают франшизу.

При заключении договоров страхования страхователь (тот, кто страхуется) должен предоставить страховщику (тому, кто страхует):

- свидетельство о регистрации;
- лицензии;

➤ информацию об условиях осуществления предпринимательской деятельности, ожидаемых доходах и расходах, заключенных контрактах, своих контрагентах в объеме, необходимом для определения степени страхуемого риска.

Тема 7. Оценка результатов предпринимательской деятельности

Вопросы

1. *Оценка устойчивости экономического развития предприятия.*
2. *Методика расчета показателей эффективности предприятия.*

7.1. Оценка устойчивости экономического развития предприятия

Устойчиво работающее предприятие не испытывает резких перепадов динамики – таких, за которыми следует катастрофа: остановка технологических процессов и банкротство.

Кризисы, безусловно, могут иметь место, но в случае их преодоления или смягчения последствий отклонения от заданных характеристик развития предприятия таковых может и не произойти. Более того, преодоление кризисов способствует упрочнению предприятия как в области совершенствования управления, так и в области оптимизации материально-технической базы.

Кризис – это состояние, которое представляет собой отклонение, вызванное нарушающим действием различных внутренних и (или) внешних факторов.

Состояние предприятия в процессе развития может быть определено как нормальное, критическое или катастрофическое. Нормальное состояние – это устойчивое предсказуемое функционирование предприятия, обеспечивающее развитие без значительных и резких нарушений. Дисбаланс внутренних компо-

нентов нормально работающего предприятия может быть вызван двумя взаимосвязанными причинами: во-первых, действием изменяющихся внешних условий, во-вторых, нерациональным внутренним управлением.

Наибольшую эффективность для предприятия обеспечивает расширенный тип экономического развития с использованием интенсивных факторов роста. Экономический рост, в свою очередь, как отмечалось ранее, характеризуется увеличением объемов выпуска и реализации продукции или оказываемых предприятием услуг.

Прирост объемов производства и сбыта связан с развитием производственно-технической базы предприятия, увеличением его производственных мощностей и величины оборотных средств, что, с финансовой точки зрения, находит свое выражение в росте имущества (активов) предприятия. Необходимым условием увеличения имущества предприятия является привлечение дополнительных финансовых ресурсов.

Приток ресурсов может быть обеспечен за счет внутренних и внешних источников финансирования. В качестве основных внутренних источников финансирования выступает реинвестированная прибыль (прибыль, направляемая на развитие производства) и начисленная амортизация.

Привлечение внешних источников финансирования в форме банковских кредитов, займов, средств кредиторов вызывает усиление финансовой зависимости предприятия и порождает дополнительные расходы. В связи с этим темпы экономического развития предприятия определяются в первую очередь ростом прибыли предприятия, использование которой на цели развития приводит к увеличению собственного капитала предприятия.

Таким образом, общими показателями, отражающими процессы развития на предприятии, являются: *прибыль, объем реализации, капитал*. Рост данных показателей рассматривается как положительная тенденция.

Оптимальным признается следующее соотношение:

$$T_n > T_v > T_a > T_{ск} > 100\% ,$$

где T_n , T_v , T_a , $T_{ск}$ – соответственно, темпы изменения суммы прибыли (до налогообложения), выручки от реализации, стоимости активов, собственного капитала предприятия.

Представленные в данном соотношении неравенства означают следующее:

1) прибыль должна увеличиваться более высокими темпами, чем объем реализации продукции, что свидетельствует об относительном снижении издержек производства и обращения в отчетном периоде;

2) темпы роста объема продаж должны опережать темпы роста активов (совокупного капитала, авансированного в деятельность предприятия). В этом случае будет иметь место более эффективное использование ресурсов предприятия по критерию отдачи с каждого рубля, вложенного в предприятие;

3) необходимость обеспечения роста экономического потенциала предприятия и, соответственно, масштабов его деятельности по сравнению с предыдущим периодом;

4) увеличение собственного капитала предприятия должно происходить с большей скоростью по сравнению с ростом величины имущества в целом.

Рассмотренная система неравенств в мировой практике получила название «золотого правила экономики предприятия». В реальной практике возможны отклонения от этой зависимости, в частности, если деятельность предприятия требует значительных вложений средств (капитала), которые могут окупиться и принести выгоду лишь в более или менее длительной перспективе. В данном случае речь идет об инвестициях в инновационную сферу предприятия, его модернизацию и реконструкцию.

7.2. Методика расчета показателей эффективности предприятия

Основу экономического развития предприятия составляют финансовые ресурсы, полученные от различных направлений его деятельности и остающиеся-

ся в распоряжении предприятия после уплаты налогов, сборов и иных обязательных платежей, возмещения текущих расходов.

Расходы по текущей деятельности включают в себя затраты, формирующие:

- себестоимость реализованной продукции;
- управленческие расходы;
- расходы на реализацию;
- прочие расходы по текущей деятельности.

Разница между доходами и расходами формирует прибыль. Однако общая величина прибыли, полученная предприятием, не может полностью характеризовать эффективность его предпринимательской деятельности, так как ее величина обуславливается размером предприятия. Поэтому возникает необходимость относительной характеристики прибыльности (доходности) в виде соизмерения полученной прибыли с величиной основного и оборотного капитала. Это соотношение, выраженное в процентах, характеризует рентабельность, т. е. степень доходности.

По показателям рентабельности можно проводить сравнение эффективности работы предприятий. В соответствии с видами прибыли и способами расчетов различают следующие показатели рентабельности:

- общая рентабельность;
- рентабельность предприятия;
- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность отдельных видов и продукции в целом;
- рентабельность продаж.

Общая рентабельность определяется как отношение прибыли отчетного периода к среднегодовой стоимости основного производственного капитала нормируемого оборотного капитала.

Общая рентабельность характеризует размер общей прибыли, получаемой на один рубль вложенных средств. Если предприятие при неизменной величине производственного капитала будет лучше его использовать, оно полу-

чит большой экономический эффект, что вызовет рост рентабельности. Однако для предприятия важна норма прибыли, которую оно может использовать для собственных нужд, так как часть прибыли предприятие перечисляет в бюджет в виде налогов на недвижимость, налога на прибыль и транспортного сбора. Если она будет меньше банковского процента по депозитам, то предприятию будет невыгодно заниматься данным бизнесом.

Поэтому весьма важное значение имеет расчет рентабельности по чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, т. е. рентабельности предприятия.

Рентабельность работы предприятия определяется как отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости основного производственного и нормируемого оборотного капитала. По данному показателю оцениваются результаты предприятия.

Рентабельность собственного капитала определяется отношением чистой прибыли к величине собственного капитала.

Рентабельность отдельных видов и продукции в целом определяется отношением прибыли от реализации продукции к ее полной себестоимости.

Этот показатель отражает эффективность затрат живого и овеществленного труда. Он в основном используется для планирования и учета рентабельности производства отдельных видов продукции.

Рентабельность продаж (оборота) рассчитывается отношением прибыли от реализации продукции к объему продаж.

Для оценки целесообразности инвестирования средств в развитие предприятия определяется рентабельность инвестированного капитала как отношение прироста прибыли к величине инвестиций.

Тема 8. Социально-психологические основы предпринимательства

Вопросы

- 1. Психологические основы коммерческой деятельности.*
- 2. Требования к социально-психологическим качествам предпринимателя.*

8.1. Психологические основы коммерческой деятельности

В современных условиях экономическое и социальное влияние бизнеса огромно. Компании, создаваемые за рубежом для разработки, производства или продажи своей продукции, должны также содействовать социальному прогрессу этих стран, обеспечивая продуктивную занятость и помогая повышать покупательную способность их граждан. Эти компании должны также вносить свой вклад в соблюдение прав человека, в образование, благосостояние стран, в которых они работают. В полной мере это относится и к отечественному бизнесу. Решение этих задач невозможно без учета и использования знаний по всему комплексу социально-психологического аспекта предпринимательства. В их числе:

- политико-психологическая проблема взаимоотношений предпринимательства с государством;
- проблема образа предпринимателя в массовом сознании;
- проблема изучения психологического портрета предпринимателя.

Вопрос об отношениях государства и предпринимательства можно рассматривать с позиций системного подхода. Действуя в условиях неопределенности, отсутствия гарантий, создавая новые, часто рискованные комбинации, позволяющие удовлетворить общественные потребности, предприниматель берет на себя функцию риска и прогресса в экономике. Функция контроля возлагается на государство, чтобы сохранить надежность и стабильность экономики. Именно так распределяются функции между этими необходимыми взаимодополняющими друг друга элементами хозяйственного организма. Нарушение

оптимального соотношения и функционирования элементов единой системы приводит к экономическим кризисам. От государства ожидается такая форма регулирования, которая, с одной стороны, давала бы достаточные возможности для проявления экономической инициативы и творчества, с другой, устанавливала бы в интересах общества и потребителя барьеры против произвола.

Существует два подхода к проблеме поиска субъективных психологических предпосылок успешной экономической деятельности. Первый относит предпринимателей к особой категории людей, наделенных определенными психологическими качествами. Согласно другому, предпринимательской активностью обладают все, но в разной степени. Поскольку круг предпринимателей невелик, то господствует первый подход.

К важным для психологического портрета предпринимателя группам качеств относят следующие:

- интеллектуальные качества: компетентность, развитое воображение, фантазия, развитая интуиция, креативность, перспективное мышление;
- коммуникативные качества: талант координатора усилий людей, способность и готовность к социально лояльному общению и в то же время готовность идти против течения;
- мотивационно-волевые качества: склонность к риску, внутренний локус контроля, стремление бороться и побеждать, потребность в самоактуализации и общественном признании, преобладание мотива достижения над мотивом избегания неудачи.

Согласно двумерной модели Ровена, осями – качествами, на которые проецируется предприимчивость, являются целеустремленность деятельности и поиск новизны. К ним автор добавил параметр «принятие риска». С помощью этой модели по ведущим психологическим качествам легко обозначить основные различия между предпринимателем и руководителем. При высокой целеустремленности у тех и у других руководители в большей степени опасаются новизны и риска, потому что их основная цель – сохранить организацию, коллектив, которым они управляют, а их предпринимательская активность во

множестве ситуаций направлена на выживание компании. Предприниматель, напротив, стремится к переменам, развитию, риску.

8.2. Требования к социально-психологическим качествам предпринимателя

Для предпринимателя признаются наиболее существенными следующие психологические качества:

1. Особенности мышления:

– способность к экстраполяции. Обладая глубокими и широкими знаниями, предприниматели интуитивно понимают, как далеко могут зайти в своей экстраполяции ситуации;

– способность к разработке нескольких проблем одновременно. Слишком высокий показатель упорства для успешно действующих предпринимателей нежелателен. Требуется гибкость, составляющая важнейший аспект поведения;

– устойчивость в ситуации неопределенности. Это одно из главных качеств предпринимателя: ему не страшна неизвестность или отсутствие обратной связи. Белые пятна не мешают его деятельности. Он справляется со своим делом и без немедленной обратной связи и разрешает проблемы, непосильные для других, неспособных к действиям в условиях неопределенности;

– понимание. Успешно действующие предприниматели обладают высокой восприимчивостью, отличаются развитой интуицией. Они схватывают суть дела интуитивно и быстро, обнаруживая удивительную способность отличать существенные стороны ситуации от несущественных.

2. Лидерские качества:

– настойчивость. Успешно действующие предприниматели при отсутствии ригидности и догматизма упорно выполняют задуманное, даже если их точка зрения оказывается непопулярной. Им присуще интуитивное понимание, за какие идеи следует держаться, при этом они активно интересуются всеми доступными данными. Их не пугает несогласие с ними других;

– инициативность. Успешно действующий предприниматель активен. Он ведет в атаку. Ему понятны возможности, ускользающие от внимания других. Он знает, когда начать, – это часть его интуитивного знания. Когда другие колеблются, он действует. Инициативность такого предпринимателя включает одно из основных качеств, ведущих к успеху, – способность рисковать;

– энергичность. Предпринимателю трудно добиться успеха, не обладая выносливостью, без физических и интеллектуальных возможностей. Запас физических и интеллектуальных сил пополняется за счет огромной энергии. Такой предприниматель продолжает дело, когда другие уже падают от усталости;

– заинтересованность в росте организации, а не в собственной карьере. Настоящий предприниматель обязательно заинтересован в том, что он оставит после себя. Его самое сильное стремление – не к личной власти; ему не нужно, чтобы вся организация подгонялась под его вкусы. Уходя, он хочет оставить результат своей работы, а не унести все с собой.

3. Личностный идеал:

– гибкость. Предпринимателю нет необходимости сосредоточиваться в каждый данный момент на единственной проблеме: он может решать одновременно несколько задач и, когда это необходимо, переключаться с одного направления деятельности на другое. Он должен быть открыт для восприятия новых идей, новых способов мышления, новых процессов. Стремящийся к успеху предприниматель развивает в себе гибкость, понимая, что очень легко оказаться ограниченным своими предпочтениями и увлечениями;

– устойчивость к стрессу. Предприниматель умеет заботиться о своем здоровье, как телесном, так и психическом, и справляется со стрессами. Он понимает, что для этого необходимо вести сбалансированный образ жизни, и управляет своей жизнью и своим временем;

– цельность личностного идеала. Предприниматель хорошо представляет себе каков он, к чему стремится, как живет – во всех смыслах слова. Он последователен и постоянно предпринимает усилия для того, чтобы его слово не расходилось с делом, чтобы соответствовать своему личностному идеалу.

Социально-психологические качества:

– руководство сообществом. Предприниматель использует свою власть и влияние на благо общества. Он ответственно относится к лежащей на нем ответственности, например, по охране окружающей среды. Он отдает свое время, силы и энергию улучшению жизни людей и развитию общества, используя для этого все имеющиеся в его распоряжении ресурсы;

– чувство юмора. Наибольшего успеха добиваются предприниматели, обладающие чувством юмора. Они способны видеть юмористическую сторону там, где другие видят только трагедию. Они не позволяют неудачам угнетать себя, способны найти в ситуации что-то забавное. Они легко находят разнообразные возможности. Сделав ошибку, они признают ее, а не взваливают вину на других;

– способность к сотрудничеству. Успешно выполняющие свои функции предприниматели умеют подавлять свою враждебность и действовать эффективно несмотря на нее. Благодаря хорошей способности к межличностным контактам они добиваются основательной поддержки в организации для себя и своих идей. Они умеют сдерживать свою враждебность и агрессивность.

Тема 9. Правовые и организационные основы поддержки малого и среднего бизнеса

Вопросы

1. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономике

Республики Беларусь.

2. Общая характеристика системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.

3. Виды поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

9.1. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь

Малый бизнес является основой любой экономики. В экономически развитых странах малый бизнес обеспечивает 50 – 60% ВВП страны. Поэтому многие развитые государства всячески поддерживают развитие малого бизнеса на своей территории. Малый бизнес – это еще и основа образования среднего класса, наличие и размер которого в свою очередь определяют отношение государства к экономическому развитию.

Малый бизнес имеет ряд преимуществ перед крупным бизнесом. Во-первых, малые предприятия очень гибкие и более мобильные, нежели крупные компании: они оперативно реагируют на изменение рыночных предпочтений, быстрее подстраиваются под изменяющуюся рыночную ситуацию. Малые предприятия лучше знают уровень спроса на местном уровне, за короткий срок способны внедрять новые и перспективные системы управления. Во-вторых, малый бизнес требует меньше капиталовложений, а также менее затратен при внедрении новых технологий и изобретений. **Критерии отнесения предпринимателей к малому бизнесу** разработаны на законодательном уровне, так как это является необходимым для четкого определения малых предприятий при оказании государственной поддержки развития малого бизнеса, а также для применения налогообложения.

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого предпринимательства относятся:

- 1) индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь;
- 2) микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

3) малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

К субъектам среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно.

Данная численность работников определяется в целом по юридическому лицу, включая филиалы, представительства и иные его обособленные подразделения.

На данный момент в Республике Беларусь приняты необходимые нормативные документы по развитию и поддержке малого и среднего предпринимательства:

1. Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулирования деловой активности в Республике Беларусь».

2. Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016 – 2020 годы.

3. Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 № 148- 3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства».

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 марта 2013 г. № 241 «Комплекс мер по достижению показателей развития малого и среднего предпринимательства в областях и г. Минске на 2013 – 2015 гг.».

5. Декрет Президента Республики Беларусь от 7 мая 2012 г. № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности».

6. Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства».

7. Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2013 – 2015 годы (постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 декабря 2012 г. № 1242).

8. Программа содействия занятости населения (принимается ежегодно).

Следует отметить, что принятые нормативно-правовые акты способствуют стимулированию развития малого и среднего предпринимательства и направлены на:

- либерализацию условий осуществления экономической деятельности;
- снижение налоговой нагрузки и упрощение налогового администрирования;
- совершенствование отношений собственности и арендных отношений;
- снижение контрольной нагрузки на бизнес;
- упрощение административных процедур, совершаемых в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- упрощение сертификации и стандартизации товаров, работ, услуг и другое.

9.2. Общая характеристика системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства

Поддержка малого и среднего предпринимательства – это реализация государственными органами и иными организациями правовых, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и иных мер по созданию благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства и субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

Основными целями государственной политики в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства являются:

- 1) создание благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства и конкуренции;
- 2) оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (выполняемых работ, оказываемых услуг) на рынок Республики Беларусь и рынки иностранных государств;

3) увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (выполняемых работ, оказываемых услуг) в объеме валового внутреннего продукта.

Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства осуществляется государственными органами и иными государственными организациями в соответствии с их компетенцией **по следующим основным направлениям:**

1) определение и реализация государственной политики в сфере поддержки малого и среднего предпринимательства;

2) осуществление защиты прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) разработка и реализация республиканских, отраслевых и региональных программ государственной поддержки малого и среднего предпринимательства;

4) содействие развитию системы финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

5) содействие развитию системы имущественной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) формирование и развитие системы информационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

7) содействие формированию и развитию инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;

8) содействие созданию и развитию системы подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров для субъектов малого и среднего предпринимательства.

9.3. Виды поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

Государственная поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства осуществляется путем:

- оказания финансовой поддержки;
- организации сети центров поддержки малого и среднего предпринимательства;
- организации деятельности бизнес-инкубаторов;
- передачи субъектам малого предпринимательства в безвозмездное пользование, аренду или собственность неиспользуемых объектов государственной собственности;
- введения упрощенного порядка налогообложения, бухгалтерского учета и отчетности;
- информационных и иных форм поддержки.

Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства осуществляется облисполкомами и Белорусским фондом финансовой поддержки предпринимателей за счет средств республиканского и местных бюджетов, а также иных источников, не запрещенных законодательством путем предоставления:

- 1) финансовых средств на возмездной или безвозмездной основе;
- 2) имущества на условиях лизинга (финансовой аренды);
- 3) гарантий по льготным кредитам, выдаваемым банками Республики Беларусь.

Государственная финансовая поддержка предоставляется:

1. На конкурсной основе, за исключением случаев, определяемых Президентом Республики Беларусь.
2. С соблюдением принципа целевой направленности.
3. При обеспечении исполнения обязательств.
4. На условиях срочности и возвратности:

- финансовые средства на условиях займа – до 5 лет;
- имущество на условиях лизинга – до 5 лет;
- гарантии по льготным кредитам – до 3 лет.

5. На условиях платности.

Имущественная поддержка малого и среднего предпринимательства может осуществляться в виде:

1) передачи в безвозмездное пользование находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей, в том числе с правом приобретения их в собственность после окончания срока безвозмездного пользования;

2) применения понижающих коэффициентов к базовым ставкам арендной платы при аренде находящихся в государственной собственности капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ (очная форма получения образования)

Тема 1. Экономические условия и особенности формирования предпринимательской среды

Вопросы для обсуждения:

1. Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательской идеи.
2. Технология выбора и сравнительного анализа предпринимательской идеи. Схема ее реализации.
3. Оценка экономической целесообразности реализации предпринимательской идеи. Правила принятия инвестиционного решения о целесообразности реализации предпринимательской идеи.

Темы рефератов и кратких сообщений

1. Приведите классификацию предпринимательских структур в зависимости от вида деятельности.
2. Какие предпринимательские организации относятся к малым в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»?
3. Что такое предпринимательская среда и в чем заключается основной признак ее благополучия?
4. Дайте определение микро- и макросреды предпринимательства.

Тесты

1. Что отличает предпринимательскую деятельность:

- а) регулирование законодательством;
- б) обязательное использование труда наемных работников;

- в) требование профессиональной подготовки участников;
- г) направленность на получение прибыли?

2. Самостоятельная, осуществляемая на свой страх и риск

деятельность граждан, направленная на получение прибыли, – это:

- а) конкуренция;
- б) предпринимательство;
- в) посредничество;
- г) производство.

3. «Отцом» белорусского предпринимательства является:

- а) Р. Кантильон
- б) Ф. Кенэ
- в) К. Маркс
- г) Ф. Скорина

4. Субъектом предпринимательства в Республике Беларусь

могут быть:

- а) граждане страны и иностранные граждане, лица без гражданства;
- б) хозяйствующие субъекты – резиденты и нерезиденты;
- в) должностные лица и специалисты, работающие в органах государственной власти и управления;
- г) лица, работающие в прокуратурах и судах.

5. Социально-экономические характеристики предпринимательства

включают:

- а) самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов;
- б) личную ответственность предпринимателя за результаты деятельности;
- в) трудолюбие предпринимателя;
- г) необходимость разработки долгосрочных прогнозов.

Тема 2. Организационно-хозяйственный механизм предпринимательской деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве.
2. Этапы создания собственного дела.
3. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
4. Учредительные документы: структура, содержание.
5. Государственная регистрация субъектов предпринимательства.
6. Права и обязанности субъектов предпринимательской деятельности.

Темы рефератов и кратких сообщений

Какие организационно-правовые формы предпринимательской деятельности наиболее распространены в Республике Беларусь?

1. Приведите классификацию предпринимательских структур в зависимости от вида деятельности.
2. Какие предпринимательские организации относятся к малым в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»?
3. Что такое предпринимательская среда и в чем заключается основной признак ее благополучия?
4. Дайте определение микро- и макросреды предпринимательства.
5. Что включает в себя инфраструктура предпринимательства?
6. Какие организационно-правовые формы предпринимательской деятельности наиболее распространены в Республике Беларусь?

Тесты

Тест 1. Источники формирования имущества коммерческих организаций, находящихся в частной собственности:

- а) поступления от учредителей;

- б) выручка от реализации товаров, работ, услуг;
- в) вклады государства.

Тест 2. Предпринимательская деятельность осуществляется:

- а) самим собственником средств производства под свою имущественную ответственность;
- б) руководителем предприятия от имени юридического лица;
- в) сотрудником предприятия от имени руководителя.

Тест 3. Коммерческими организациями признаются юридические лица:

- а) преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности;
- б) занимающиеся производством и реализацией продукции;
- в) объединения юридических лиц.

Тест 4. По виду или назначению предпринимательская деятельность может быть:

- а) производственной;
- б) коммерческой;
- в) некоммерческой;
- г) финансовой.

Тест 5. По формам собственности имущество предприятия может быть:

- а) личным;
- б) общественным;
- в) частным;
- г) государственным.

Тест 6. Порядок создания предпринимательских структур предусматривает:

- а) предприятие может быть создано собственником или уполномоченным им лицом (органом);

б) на базе государственного предприятия можно создать акционерное общество, общество с ограниченной (дополнительной) ответственностью, т. е. негосударственные формы предприятий;

в) на базе государственного предприятия можно создать другое государственное предприятие в формах дочернего предприятия, концерна, ассоциации, союза, объединения;

г) некоммерческие учреждения в сфере культуры распоряжаются закрепленным за ними имуществом так же, как коммерческая организация – на праве хозяйственного ведения.

Тест 7. Основными документами, опосредующими предпринимательскую деятельность, являются:

а) документ, подтверждающий государственную регистрацию организации;

б) устав предприятия;

в) учредительный договор;

г) справка налогового органа о присвоении учетного номера налогоплательщика.

Тест 8. В уставе предприятия указывается:

а) к какой организационно-правовой форме отнесено предприятие;

б) как и кем назначается и выбирается руководитель;

в) сумма дивидендов (процентов), которую предприятие должно платить собственникам;

г) виды деятельности, которыми намеревается заниматься предприятие.

Тест 9. В Уставе предприятия указываются:

а) состав учредителей;

б) каким образом будут приниматься решения – тайным или открытым голосованием, простым или абсолютным большинством;

в) владеет ли предприниматель имуществом, при помощи которого ведет деятельность, или использует имущество собственника;

г) какие счета в банке должны быть открыты.

Тест 10. В законе «О предпринимательстве в Республике Беларусь» и других нормативно-правовых актах указаны права предпринимателя:

а) самостоятельно нанимать и увольнять работников;

б) самостоятельно устанавливать формы, системы и размеры оплаты труда и другие виды доходов лиц, работающих по найму;

в) по своему усмотрению распоряжаться доходами от предпринимательской деятельности;

г) пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования;

Тест 11. В законе «О предпринимательстве в Республике Беларусь» и других нормативно-правовых актах указаны права предпринимателя:

а) самостоятельно выбирать вид деятельности (бизнеса), не запрещенный законодательством;

б) самостоятельно привлекать к трудовой деятельности работников, заключая с ними договоры гражданско-правового характера и трудовые договоры (контракты);

в) устанавливать дополнительные оплачиваемые отпуска наемным работникам;

г) самостоятельно устанавливать цены и тарифы на продукцию, работы, услуги.

Задание. Ситуации

№ 1

Для государственной регистрации (без образования юридического лица) предприниматель собрал следующие документы:

1) справку из налоговой инспекции о доходах за отчетный год;

2) заявление о регистрации;

- 3) устав;
- 4) документ об уплате регистрационного сбора;
- 5) бизнес-план;
- 6) обоснование размера требуемого уставного капитала.

Какие документы действительно понадобятся предпринимателю для государственной регистрации?

№ 2

В четырех предпринимательских проектах на титульных листах была представлена следующая информация.

Проект № 1.

1. Название и адрес предприятия.
2. Имена и адреса учредителей,
3. Суть проекта.
4. Потенциальные конкуренты.
5. Фамилия директора и его телефон.
6. Стоимость проекта и источники средств.
7. Описание товара.

Проект № 2.

1. Торговый знак.
2. Название и адрес предприятия.
3. Суть проекта.
4. Фамилия директора и его телефон.
5. Риск проекта.

Проект № 3.

1. Имена и адреса учредителей.
2. Фамилия директора и его телефон.
3. Суть проекта.
4. Совокупная стоимость проекта и источники средств.
5. Заявление о коммерческой тайне.

Проект № 4.

1. Торговый знак.
2. Название и адрес предприятия.
3. Фамилия директора и его телефон.
4. Описание товара.
5. Суть проекта.
6. Стоимость проекта и источники средств.
7. Риск проекта.
8. Баланс доходов и расходов.

Три проекта были забракованы. Какой был выбран?

Тема 3. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности.

Вопросы для обсуждения:

1. Бизнес-план: понятие, структура, классификация.
2. Содержание бизнес-плана.
3. Методика разработки бизнес-плана.

Темы рефератов и кратких сообщений

1. В чем заключается сущность планирования предпринимательской деятельности?
2. Какими должны быть цели предпринимательской деятельности?
3. Что такое бизнес-план и каково его основное предназначение?
4. Для кого и для чего составляется бизнес-план?
5. Приведите типичную структуру бизнес-плана.
6. Чем определяется содержание основных разделов бизнес-плана?
7. Приведите наиболее типичный набор шагов подготовки бизнес-плана.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. В чем заключается сущность планирования предпринимательской деятельности?
2. Какими должны быть цели предпринимательской деятельности?
3. Что такое бизнес-план и каково его основное предназначение?
4. Для кого и для чего составляется бизнес-план?
5. Приведите типичную структуру бизнес-плана.
6. Чем определяется содержание основных разделов бизнес-плана?
7. Приведите наиболее типичный набор шагов подготовки бизнес-плана.

Тесты

1. **К макроэкономическим проблемам рынка относятся:**
 - а) взлеты и падения промышленного цикла предприятия;
 - б) занятость и инфляция;
 - в) нестабильность национальной экономики.
2. **Бизнес-планом предприятия пользуются:**
 - а) сотрудники предприятия;
 - б) потенциальные инвесторы и кредиторы;
 - в) потребители продукции предприятия.
3. **Резюме бизнес-плана включает сведения о следующем:**
 - а) форме собственности предприятия;
 - б) цели проекта;
 - в) производственном плане;
 - г) плане маркетинга.
4. **Производственный план включает:**
 - а) программу производства продукции;
 - б) программу стимулирования продаж продукции;
 - в) условия поставки готовой продукции;
 - г) условия поставки сырья.

5. План маркетинга включает:

- а) программу производства продукции;
- б) программу стимулирования продаж продукции;
- в) условия поставки готовой продукции;
- г) условия поставки сырья.

6. Финансовый план содержит:

- а) план затрат на реализацию проекта;
- б) оценку эффективности проекта;
- в) обоснование цены на продукцию.

7. Виды бизнес-планов:

- а) инновационный;
- б) для получения банковского кредита;
- в) при открытии нового предприятия;
- г) все ответы верны.

8. Бизнес-планом предприятия пользуются:

- а) сотрудники предприятия;
- б) потенциальные инвесторы и кредиторы;
- в) потребители продукции предприятия.

Примеры решения задач и составления бизнес-плана

Задача 1. Акционеру принадлежат акции трех компаний. На начало года стоимость акции компании «Свиязь» — 1 200 ден. ед.; акции компании «Эко» — 1 348 ден. ед.; акции компании «Пилот» — 679 ден. ед. За год акции первой компании поднялись на 4%, второй — упали на 3%, третьей — поднялись на 3,5%.

Необходимо определить изменение стоимости портфеля акционера на конец года, если у него 190 акций компании «Свиязь», 245 — компании «Эко», 460 акций компании «Пилот».

Решение:

1. Стоимость акционерного портфеля на начало года:

$$1\ 200 \times 190 + 1\ 348 \times 245 + 679 \times 460 = \\ = - 228\ 000 + 330\ 260 + 312\ 340 = 870 \text{ ден. ед.}$$

2. Стоимость акционерного портфеля на конец года:

$$228\ 000 \times 1,04 + 330\ 260 \times 0,97 + 312\ 340 \times 1,035 = \\ = 237\ 120 + 320\ 352,2 + 323\ 271,9 = 880\ 744,1 \text{ ден. ед.}$$

3. Рассчитаем изменение стоимости портфеля акционера:

$$880\ 744,1 - 870\ 600 = 10\ 144,1 \text{ ден. ед.}$$

Ответ: Стоимость акционерного портфеля возрастет на 10 144,1 ден. ед.

Задача 2. На начало года стоимость акции компании «Кинг» была 1440 ден. ед.; акции компании «Красс» – 1 415 ден. ед.; акции компании «Лапо» – 950 ден. ед. За год акции первой компании выросли на 2%, второй – упали на 5,7%, третьей – поднялись на 5,8%. Акционеру необходимо их обналичить, продав ценные бумаги на 1 000 000 руб. Какие акции и в каком количестве следует продать, если у него 980 акций компании «Кинг», 405 – компании «Красс», 460 акций компании «Лапо».

Решение:

1. Анализ изменения курса акций показал, что потери акционеру принесли акции компании «Красс», следовательно, эти акции можно продать. Доход от продажи составит:

$$1\ 415 \times 0,943 \times 460 = 613\ 798,7 \text{ ден. ед.}$$

2. Рассчитаем остаток, необходимый акционеру:

$$1\ 000\ 000 - 613\ 798,7 = 386\ 201,3 \text{ ден. ед.}$$

3. Из оставшихся акций меньший доход принесли акции компании «Кинг». Следовательно, необходимую сумму акционер получит, продав акции этой компании. Рассчитаем стоимость одной акции на конец года:

$$1\ 440 \times 1,02 = 1\ 468,8 \text{ ден. ед.}$$

4. Рассчитаем количество акций, которые необходимо продать:

$$386\,201,3 : 1\,468,8 = 262,94, \text{ или } 263 \text{ акции.}$$

Поскольку в наличии 980 акций компании «Кинг», то другие акции можно не продавать.

Ответ: Акционеру необходимо продать все акции компании «Красс» и 263 акции компании «Кинг».

Задача 3. Акционерное общество «Экус» выпустило 1 800 простых акций и 200 привилегированных. Номинальная стоимость простой акции – 10 000 ден. ед., а привилегированной – 20 000 ден. ед. Дивиденд по привилегированным акциям – 20%. Нераспределенная прибыль составила 1 600 000 ден. ед. Определить доходность простой акции.

Решение:

1. Определим дивиденд от прибыли на одну привилегированную акцию:

$$20\,000 \times 0,2 = 4\,000 \text{ ден. ед.}$$

2. Определим дивиденды по всем привилегированным акциям:

$$4\,000 \times 200 = 800\,000 \text{ ден. ед.}$$

3. Определим доходы по простым акциям:

$$1\,600\,000 - 800\,000 = 800\,000 \text{ ден. ед.}$$

4. Прибыль (дивиденд) одной акции составит:

$$800\,000 : 1800 = 444,4 \text{ ден. ед.}$$

5. Рассчитаем доходность простой акции:

$$444,4 : 10\,000 \times 100\% = 4,44\%.$$

Ответ: Доходность простой акции – 4,4%.

Задание № 1. Вы директор фирмы. Вам необходимо составить организационный план реализации бизнес-проекта. Что вы оставили бы из следующего списка:

- 1) форма собственности, условия создания предприятия и партнерства, основные пайщики и принадлежащие им доли;
- 2) если вы создаете АО открытого типа, то сколько акций необходимо эмитировать;
- 3) степень рисков проекта;
- 4) прогноз объема продаж;
- 5) план денежных поступлений;
- 6) члены совета директоров, их телефоны и краткие биографические справки;
- 7) кто обладает правом подписи финансовых документов;
- 8) распределение обязанностей между членами руководящего состава;
- 9) состав необходимого оборудования;
- 10) отношения с местной администрацией;
- 11) характер спроса на продукцию. Источники привлечения кредитов?

Задание № 2. Что вы оставили бы в следующем списке, чтобы охарактеризовать суть вашего предпринимательского проекта:

- 1) прогнозы сбыта;
- 2) заявление о коммерческой тайне;
- 3) описание товара;
- 4) план денежных поступлений;
- 5) место размещения производства и транспортная схема;
- 6) объем строительно-монтажных работ и график строительства;
- 7) план маркетинга;
- 8) общая потребность в производственном и административном персонале;
- 9) сведения о самом предпринимателе и его партнерах;

- 10) подчиненность предприятия;
- 11) аргументы, обосновывающие успех предприятия?

Тема 4. Финансовый аспект предпринимательства

Вопросы для обсуждения:

1. Цели, задачи и принципы управления затратами
2. Классификация затрат для целей управления
3. Оценка потребности в капитале
4. Доход малого предприятия
5. Методика формирования и распределения прибыли
6. Особенности применения упрощенной системы налогообложения для субъектов малого и среднего бизнеса.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое себестоимость продукции (работ, услуг)? Назовите ее основные элементы.
2. В чем состоит сущность управления затратами?
3. Назовите основные принципы управления затратами.
4. Приведите основные направления классификации затрат для целей управления.
5. Перечислите основные задачи прогнозирования затрат.

Задача 1. Рассчитайте отпускную цену предприятия-изготовителя на свой продукт затратным методом.

Дано:

- материальные затраты $M = 60$ тыс. ден. ед.;
- амортизация оборудования $A = 10$ тыс. ден. ед.;
- заработная плата $ЗП = 3$ тыс. ден. ед.;
- прочие расходы $P_{пр} = 10$ тыс. ден. ед.;

- норматив рентабельности для включения прибыли в цену $R = 20\%$, НДС = 20%;
- отчисления в местный бюджет – = 2,5%.

Задача 2. Оптовая цена производителя – 1 000 ден. ед. Торговая наценка посредника (товарного склада) составляет 20%. На складе товар закупили три магазина. Первый закупил 100 единиц товарной продукции, второй – 200 единиц, третий – 500 единиц.

Рассчитать среднюю розничную цену и удорожание товарной продукции, если товарная наценка в первом магазине – 20%, во втором – 18%, в третьем – 22%. По результатам расчетов изобразите схему продвижения товара от производителя к потребителю.

Решение:

1. Определим количество единиц товарной продукции:

$$100 + 200 + 500 = 800 \text{ (ед.)}$$

2. Рассчитаем оптовую цену посредника:

$$1000 \times 1,2 = 1\,200 \text{ ден. ед.}$$

3. Рассчитаем розничную цену в каждом магазине:

в первом:	$1\,200 \times 1,2 = 1\,440$ ден. ед.
во втором:	$1\,200 \times 1,18 = 1\,416$ ден. ед.
в третьем:	$1\,200 \times 1,22 = 1\,468$ ден. ед.

4. Рассчитаем среднюю розничную цену:

$$\begin{aligned} (1\,440 \times 100 + 1\,416 \times 200 + 1\,468 \times 500) : 800 = \\ = 1\,449 \text{ ден. ед.} \end{aligned}$$

Ответ: Средняя розничная цена – 1 449 ден. ед. Удорожание товарной продукции составило 44,9%.

Задача 3. Чистая бухгалтерская прибыль двух частных компаний по отчетным данным одинакова и равна 1 200 000 руб. Однако есть различия по следующим показателям (в рублях):

<i>Показатели</i>	<i>Компания № 1</i>	<i>Компания № 2</i>
1. Недостаточные отчисления в фонд покрытия безнадежной задолженности	31 625	29 517
2. Переоценка стоимости запасов	131 200	208 113
3. Чистая прибыль, используемая на оплату труда управленческого пер. Персон.	752 960	630 290
4. Разница между фискальными и реальными амортизационными отчислениями	91 000	76 015

1. Недостаточные отчисления в фонд покрытия безнадежной задолженности 31 625 29 517.

2. Переоценка стоимости запасов 131 200 208 113.

3. Чистая прибыль, используемая на оплату труда директора 752 960 630 290.

4. Разница между фискальными и реальными амортизационными отчислениями 91 000 76 015.

Если конкурентные позиции определяются величиной экономической прибыли, то у какой компании они эффективнее? Насколько выше ее экономическая прибыль?

Решение. Экономическая прибыль отличается от бухгалтерской на величину неучтенной прибыли и неучтенных расходов.

Для компании № 1 она составила 637 615руб. ($1\ 200\ 000 - 31\ 625 + 131\ 200 - 752\ 960 + 91\ 000$).

Для компании № 2 – ? Вывод – ?

Задача 4. При производстве цифровых фотоаппаратов:

переменные издержки на одну единицу равны 7 тыс. руб.;

постоянные затраты – 2 млн. 256 тыс.;

планируемый объем производства 20 000 штук.

Рассчитать, какой должна быть цена одного фотоаппарата, если прибыль планируется в размере 40% от себестоимости продукции.

Решение:

1. Определяем величину постоянных затрат на одну единицу продукции:

$$2\ 856\ 000 / 200\ 000 = 143 \text{ руб.}$$

2. Определяем себестоимость продукции:

$$7\ 000 + 143 = 7\ 143 \text{ руб.}$$

3. Определяем величину прибыли:

$$7\ 143 \times 0,4 = 2\ 867 \text{ руб.}$$

4. Определяем отпускную цену одного изделия:

$$7\ 143 + 2\ 867 = 10\ 000 \text{ руб.}$$

Тесты

Тест 1. Прибыль кооператива распределяется между его членами:

- а) в равных долях;
- б) пропорционально паям;
- в) в соответствии с их трудовым вкладом.

Тест 2. Прибыль:

- а) представляет собой финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия;
- б) складывается из выручки от продажи продукции и других поступлений;
- в) принимается к учету в сумме поступлений денежных средств и иного имущества.

Тест 3. Доходами организации признаются следующие поступления:

- а) выручка от продажи продукции;
- б) сумма НДС;
- в) сумма залога.

Тест 4. К макроэкономическим проблемам рынка относятся:

- а) взлеты и падения промышленного цикла предприятия;
- б) занятость и инфляция;

в) нестабильность национальной экономики.

Тест 5. Формула предпринимательства:

- а) высокий уровень неопределенности в условиях рынка;
- б) получение максимальной прибыли при минимальном риске;
- в) стабильная работа предприятия.
- г) все ответы верны.

Тест 6. Финансовое предпринимательство – вид бизнеса, основу которого составляет деятельность:

- а) коммерческая;
- б) финансовая;
- в) производственная.

Тест 7. Прибыль кооператива распределяется между его членами:

- а) в равных долях;
- б) пропорционально паям;
- в) в соответствии с их трудовым вкладом.

Тест 8. Причины прекращения деятельности предприятия:

- а) убыточность производства;
- б) реализация предпринимательских способностей;
- в) отсутствие или резкое падение спроса на выпускаемую продукцию.

Тест 9. Предпринимательская деятельность связана с капиталом.

Под капиталом понимается:

- а) имущество и иная собственность (включая интеллектуальную), используемые для производства новых ценностей;
- б) деньги, здания, сооружения, оборудование, транспорт, сырье, материалы, источники энергии и прочие ресурсы, используемые в бизнесе;
- в) материальные, трудовые и денежные ресурсы, необходимые для получения прибыли;
- г) активы, вложенные в производственно-торговый процесс.

Тест 10. Сущность кругооборота капитала как экономической категории можно представить формулой:

а) $D + T - D1$;

б) $D - T - D1$;

в) $D + T + D1$;

г) $D - T + D1$,

где:

D – денежные средства, инвестированные в бизнес;

T – созданный в бизнесе продукт, услуга, работа;

$D1$ – выручка от реализации, содержащая доход (прибыль).

Тема 5. Предпринимательский риск и его страхование

Вопросы для обсуждения:

1. Содержание предпринимательского риска.
2. Классификация предпринимательских рисков.
3. Методика количественной оценки рисков.
4. Страхование предпринимательских рисков.
5. Предпринимательская тайна.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое предпринимательский риск?
2. Назовите основные виды потерь в предпринимательской деятельности.
3. Перечислите области риска и дайте их краткую характеристику.
4. Какие риски, связанные с покупательной способностью денег, вы знаете?
5. Дайте определение количественной и качественной оценки рисков.

Задание № 1

Существуют следующие виды рисков:

- 1) недостаток оборотных средств;

- 2) неустойчивость спроса;
- 3) квалификация кадров;
- 4) несвоевременная поставка комплектующих;
- 5) удаленность от транспортных узлов;
- 6) отсутствие резерва мощности;
- 7) наличие альтернативных источников сырья;
- 8) недобросовестность подрядчика;
- 9) угроза забастовки;
- 10) недостаточный уровень заработной платы;
- 11) нестабильность качества сырья и материалов.

Распределите эти риски по соответствующим графам таблицы.

Строительные риски	Финансовые риски	Технические риски	Социальные риски	Производственные риски

Задание № 2

При исследовании стадий функционирования бизнес-проекта выявлены следующие риски:

1. неустойчивость спроса;
2. появление альтернативного продукта;
3. снижение цен конкурентами;
4. увеличение производства у конкурентов;
5. рост налогов;
6. недостаток оборотных средств.

Поставьте в соответствие этим рискам следующие факторы, отрицательно влияющие на прибыль:

- 1) увеличение кредитов;
- 2) падение продаж;
- 3) падение спроса с ростом цен;
- 4) снижение спроса;
- 5) снижение цены;
- 6) уменьшение чистой прибыли.

Тесты

Тест 1. Какие из перечисленных рисков относятся к техническим рискам:

- а) складирование отходов;
- б) отсутствие резерва мощности;
- в) вредность производства;
- г) изношенность оборудования?

Тест 2. Какую бы стратегию ни избрала компания, товар в течение срока своего существования проходит четыре фазы:

- а) внедрение, взлет, экспансия, развитие;
- б) освоение, внедрение, взлет, упадок;
- в) взлет, экспансия, зрелость, упадок;
- г) освоение, взлет, экспансия, упадок;
- д) взлет, развитие, экспансия, упадок.

Тест 3. Под предпринимательским риском понимается риск:

- а) связанный с производством продукции, товаров, работ, услуг или осуществлением научно-технических проектов;
- б) связанный с реализацией продукции, товаров, работ, услуг;
- в) связанный с товарно-денежными и финансовыми операциями;
- г) связанный со стабильностью в обществе.

Тест 4. Объективными причинами предпринимательского риска являются:

- а) значительный и неравномерный рост цен на сырье, материалы, топливо, энергоносители, комплектующие изделия, транспортные и другие услуги;
- б) изменение банковских и процентных ставок, условий кредитования;
- в) изменение налоговых ставок и таможенных пошлин;
- г) изменение в отношениях собственности и аренды, трудовых отношениях.

Тест 5. Оптимизация рисков может включать:

- а) хеджирование;
- б) создание интегрированных структур;
- в) диверсификацию деятельности;
- г) создание резервов.

Тест 6. Назовите зоны риска:

- а) допустимая;
- б) крайняя;
- в) катастрофическая;
- г) критическая.

Тест 7. Назовите основные методы оценки рисков:

- а) метод оценки производственного риска;
- б) метод оценки финансового риска;
- в) метод оценки коммерческого риска;
- г) все ответы верны.

Тест 8. Сколько процентов от прибыли теряется в критической зоне риска:

- а) 25%
- б) 30%
- в) 50%
- г) верного ответа нет.

Тема 6. Оценка результатов предпринимательской деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы.
2. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов.
3. Оценка устойчивости экономического развития предприятия.
4. Методика расчета показателей эффективности предприятия.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое себестоимость продукции (работ, услуг)? Назовите ее основные элементы.
2. В чем состоит сущность управления затратами?
3. Назовите основные принципы управления затратами.
4. Приведите основные направления классификации затрат.

Задание № 1

Какие из перечисленных факторов относятся к следующему:

1. Диагностике финансового состояния предприятия?
2. Факторам кризисной ситуации?
3. Состоянию финансовой отчетности предприятия?

Факторы:

- 1) снижение уровня культуры производства;
- 2) уменьшение доходов предприятия;
- 3) уменьшение материальных запасов в статьях баланса;
- 4) резкое увеличение издержек производства;
- 5) задержки с предоставлением бухгалтерского баланса;
- 6) состояние международной конкуренции.

Задача. Допустим, что на реализацию проекта необходимы инвестиции в размере 120 млн. ден. ед. Ожидаемые доходы по годам составят: 1-й год – 25 млн. ден. ед., 2-й год – 35 млн. ден. ед., 3-й – 48 млн. ден. ед. и 4-й год – 52 млн. ден. ед.

Темп изменения ценности денег: $K = 0,1$.

Необходимо рассчитать срок окупаемости инвестиций без учета и с учетом дисконтирования и сделать вывод о целесообразности инвестирования, если приемлемый срок окупаемости для инвесторов составляет 3,5 года.

Решение:

1. Средний годовой ожидаемый доход:

$$(25\ 000 + 35\ 000 + 48\ 000 + 52\ 000) : 4 = 40\ 000 \text{ млн. ден. ед.}$$

Рассчитываем приблизительный срок окупаемости, учитывая предполагаемую доходность:

$$120\ 000 : 40\ 000 = 3 \text{ года.}$$

2. Уточним срок окупаемости проекта, принимая во внимание рост издержек. Доходы за первые три года составят 108 млн. ден. ед., а в течение 4-го года необходимо покрыть еще 12 млн. ден. ед. Определим время, за которое эта сумма будет получена, разделив для этого ее на величину ожидаемых доходов в четвертом году:

$$12\ 000 : 52\ 000 = 0,23 \text{ года, или } 0,23 \times 12 = 3 \text{ месяца.}$$

Таким образом, срок окупаемости при данных условиях составит 3 года 3 месяца.

Тема 7. Правовые и организационные основы поддержки предпринимательской деятельности

Вопросы для обсуждения:

1. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь.

2. Общая характеристика системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь.

3. Виды поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

4. Субъекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. В чем заключается государственное регулирование предпринимательской деятельности?

2. Какие формы и методы государственной поддержки предпринимательства вам известны?

3. Какова роль и значение разгосударствления и приватизации в развитии предпринимательства?

Тесты

Тест 1. Основные причины государственного регулирования

связаны с тем, что:

а) рынок не обеспечивает потребителя достаточным количеством товаров и услуг;

б) рынок не решает социальные вопросы;

в) рынок не решает экологические проблемы производства;

г) рыночная экономика не эффективна.

Тест 2. Система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями, называется:

а) государственным регулированием;

б) правовым регулированием;

в) государственной экономической политикой.

Тест 3. К основным экономическим функциям государства

относятся:

а) обеспечение правовой и социальной среды эффективности функционирования рынка;

б) разработка принципов планового ведения хозяйства;

в) перераспределение доходов;

г) перераспределение ресурсов.

Тест 4. К макроэкономическим проблемам рынка относятся:

а) взлеты и падения промышленного цикла предприятия;

б) занятость и инфляция;

в) нестабильность национальной экономики.

Тест 5. Управленческая компания в холдинге может выполнять

функции:

а) управленческие;

б) производственные;

в) инвестиционные;

г) посреднические.

Тест 6. В уставе предприятия указываются:

а) состав учредителей;

б) каким образом будут приниматься решения – тайным или открытым голосованием, простым или абсолютным большинством;

в) владеет ли предприниматель имуществом, при помощи которого ведет деятельность, или использует имущество собственника;

г) какие счета в банке должны быть открыты.

Тест 7. Прекращение предпринимательской деятельности

осуществляется:

а) по решению предпринимателя;

б) по решению собственника имущества (либо уполномоченного им органа);

в) по решению суда;

г) по решению членов коллектива предприятия.

Тест 8. Предпринимательская деятельность прекращается судом в случаях:

а) нарушения экологической безопасности;

б) банкротства;

в) недобросовестной конкуренции;

г) осуществления деятельности без специального разрешения (лицензии),

если такое разрешение требуется.

Тест 9. Основные недостатки малого бизнеса:

а) недостаточно устойчивое положение на рынках ввиду высокого уровня риска;

б) трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов банка на необходимые расходы;

в) зависимость малых предприятий от государственных органов управления;

г) осторожность экономических партнеров при заключении договоров (контрактов).

Тест 10. Предприятие с какой численностью работников относится к субъектам малого предпринимательства:

а) от 101 до 250 человек включительно;

б) до 100 человек включительно;

в) до 50 человек включительно;

г) до 15 человек включительно?

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

Для студентов 5-го курса специальности «Дизайн костюма и тканей» по учебной дисциплине «Основы предпринимательства»

1. Историко-экономические аспекты развития предпринимательства .
2. Сущность предпринимательства.
3. Рынок – среда существования предпринимателей.
4. Основные качества предпринимателя.
5. Экономическая среда предпринимательской деятельности.
6. Цели, принципы, функции предпринимательства.
7. Классификация видов предпринимательской деятельности.
8. Микро- и макросреда предпринимательства.
9. Инфраструктура предпринимательства.
10. Государственное регулирование предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой.
11. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве.
12. Предпринимательство – особая форма экономической активности.
13. Предпринимательская идея: суть, порядок выработки.
14. Правила принятия инвестиционного решения о целесообразности реализации предпринимательской идеи.
15. Сравнительный анализ предпринимательской идеи. Схема ее реализации.
16. Субъекты и объекты предпринимательства.
17. Сущность планирования предпринимательской деятельности.
18. Классификация бизнес-планов.
19. Типичная структура бизнес-планов.
20. Методика разработки бизнес-плана.

21. Этапы создания собственного дела.
22. Структура и содержание устава предприятия и учредительного договора.
23. Индивидуальное предпринимательство, порядок регистрации и организация работы по оказанию услуг населению.
24. Обязанности субъектов предпринимательской деятельности.
25. Полное и коммандитное товарищества, порядок их создания и организация деятельности.
26. Общество с ограниченной ответственностью (ООО), порядок создания и организация деятельности.
27. Общество с дополнительной ответственностью (ОДО), порядок создания и организация деятельности.
28. Открытое (ОАО) и закрытое (ЗАО) акционерные общества, порядок создания и организация их деятельности.
29. Унитарное предприятие (УП), порядок создания и организация деятельности.
30. Крестьянское (фермерское) хозяйство (КФХ), порядок создания и организация деятельности.
31. Суть производственного предпринимательства.
32. Культура и этика предпринимательской деятельности.
33. Права субъектов предпринимательской деятельности.
34. Предпринимательство в финансовой сфере. Источники средств формирования собственного бизнеса.
35. Классификация затрат.
36. Методы ценообразования.
37. Расчет точки критического объема производства.
38. Содержание предпринимательского дохода.
39. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы.
40. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов.

41. Особенности применения упрощенной системы налогообложения для субъектов малого и среднего бизнеса.

42. Содержание предпринимательского риска

43. Классификация предпринимательских рисков

44. Качественная и количественная оценка рисков.

45. Страхование предпринимательских рисков.

46. Требования к социально-психологическим качествам предпринимателя.

47. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь.

48. Формы и механизмы поддержки предпринимательства в Республике Беларусь.

49. Виды поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В условиях формирования рыночных отношений все больше возрастает роль и значение предпринимательства. В развитых странах доля малого и среднего бизнеса составляет до 60% производимого в стране ВВП. Все это обуславливает необходимость подготовки специалистов в области предпринимательства, владеющих современными методами хозяйствования.

Дисциплина «Основы предпринимательства» относится к циклу социально-гуманитарных дисциплин.

Цели дисциплины:

– изучение студентами основных категорий и понятий, определяющих предпринимательскую деятельность;

– освоение приемов создания ведения малого бизнеса;

дать студентам знания, необходимые для принятия обоснованных решений по развитию предпринимательской деятельности в конкретных условиях национальной экономики и хозяйствующего субъекта.

Задачами изучения дисциплины являются:

– рассмотрение сущности и истории развития предпринимательства;

– анализ экономических условий формирования предпринимательской среды;

– изучение мирового опыта развития предпринимательства и малого бизнеса;

– определение роли и значение государства в развитии предпринимательства;

– изучение организационно-правовых форм предпринимательства;

– изучение особенностей финансирования и кредитования малого бизнеса;

– анализ предпринимательских рисков и возможностей их снижения;

– рассмотрение форм взаимодействия крупного и малого бизнеса.

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

– историю развития предпринимательства и его роль в стабилизации экономики Республики Беларусь;

– политику государства в области предпринимательства;

– практику предпринимательской деятельности и технологию принятия решений;

– формы и методы снижения степени риска предпринимательской активности.

Уметь:

– анализировать внешние и внутренние условия эффективности предпринимательской стратегии;

– разрабатывать стратегию деловой активности;

– прогнозировать перспективы развития предпринимательского пространства;

– рассчитать выгоду и возможные потери от предпринимательской деятельности.

Иметь представление:

– о нормативно-правовой базе предпринимательской деятельности;

– об организации предпринимательской деятельности.

Учебная программа по учебной дисциплине «Основы предпринимательства» разработана в соответствии со следующими нормативными и методическими документами:

Концепция оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования (утверждена Приказом министра образования Республики Беларусь от 22.03.2012 № 194);

Порядок разработки и утверждения учебных программ и программ практик (утвержден Приказом министра образования Республики Беларусь от 06.04.2015 г.);

Рекомендации по реализации Концепции оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования (утверждены министром образования Республики Беларусь 22.05.2014 г.).

Общие требования к формированию социально-личностных компетенций выпускника

Основной целью социально-гуманитарной подготовки студентов в учреждениях высшего образования, как определено в образовательном стандарте «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин», выступают формирование и развитие социально-личностных компетенций, основанных на гуманитарных знаниях, эмоционально-ценностном и социально-творческом опыте и обеспечивающих решение и исполнение гражданских, социально-профессиональных, личностных задач и функций.

Общие требования к формированию социально-личностных компетенций выпускника определяются следующими принципами:

– гуманизации как приоритетным принципом образования, обеспечивающим личностно ориентированный характер образовательного процесса и творческую самореализацию выпускника;

– фундаментализации как способствующим ориентации содержания дисциплин социально-гуманитарного цикла на выявление сущностных оснований и связей между разнообразными процессами окружающего мира, естественно-научным и гуманитарным знанием;

– компетентностного подхода как определяющим систему требований к организации образовательного процесса, направленных на повышение роли самостоятельной работы студентов, моделирующей социально-профессиональные проблемы и пути их решения, обеспечивающей формирова-

ние у выпускников способности действовать в изменяющихся жизненных обстоятельствах;

– социально-личностной подготовки как обеспечивающим формирование у студентов социально-личностной компетентности, основанной на единстве приобретенных гуманитарных знаний и умений, эмоционально-ценностных отношений и социально-творческого опыта с учетом интересов, потребностей и возможностей обучающихся;

– междисциплинарности и интегративности социально-гуманитарного образования, реализация которого обеспечивает целостность изучения гуманитарного знания и его взаимосвязь с социальным контекстом будущей профессиональной деятельности выпускника.

В соответствии с вышеуказанными целями и принципами социально-гуманитарной подготовки выпускник учреждения высшего образования при подготовке по образовательной программе первой ступени должен приобрести следующие академические, социально-личностные и профессиональные компетенции:

1. Академические компетенции:

АК-1. Владеть базовыми научно-теоретическими знаниями в области художественных, научно-технических, общественных, гуманитарных, экономических дисциплин и применять их для решения теоретических и практических задач профессиональной деятельности.

АК-2. Владеть методикой системного и сравнительного анализа, междисциплинарным подходом к решению проблем, находить решения на стыке разных дисциплин, связанных с теорией и практикой дизайна.

АК-3. Уметь работать самостоятельно.

АК-4. Владеть исследовательскими навыками.

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, быть расположенным к постоянному повышению профессиональной квалификации.

2. Социально-личностные компетенции:

СЛК-2. Совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, повысить проектно-художественное мастерство;

СЛК-6. Быть способным к критике и самокритике;

СЛК-7. Уметь работать в коллективе.

3. Профессиональные компетенции:

ПК-1. Владеть методологией дизайн-проектирования.

ПК-5. Осуществлять экспертную оценку уровня дизайнерского решения;

ПК-6. Адаптироваться к изменению объекта профессиональной деятельности, как в пределах специализации, так и направления специальности;

ПК- 7. Осуществлять развитие научно-теоретической и практической базы обеспечения дизайн-деятельности;

ПК-8. Работать с научно-исследовательской литературой;

ПК - 9. Собирать, анализировать и систематизировать профессиональный опыт в области дизайн-деятельности;

ПК-12. Анализировать результаты собственных дизайн-решений;

ПК-13. Планировать работу над дизайн-проектом и аргументированно защищать ее результаты;

ПК-15. Организовывать работу малых дизайн-коллективов, взаимодействовать со специалистами смежных профессий, проводить переговоры с заинтересованными сторонами, осуществлять обучение и повышение квалификации персонала по своему профессиональному направлению;

ПК-18. Уметь проектировать, организовывать процесс педагогического взаимодействия при освоении профессиональных компетенций по направлению специальности.

Формы текущей аттестации по учебной дисциплине

На лекционных занятиях допускается такая форма как экспресс-опросы, проверка степени усвоения материала предыдущих лекций, постановка целей и задач на предстоящую лекцию, владение основными понятиями, терминами, определениями.

Виды контроля знаний студентов и их отчетности. Контроль знаний студентов и отчетность.

Контроль знаний осуществляется путем опроса, индивидуальной и самостоятельной работы, экзамена.

Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Мультимедийное сопровождение, программа Power Point Microsoft Office, проектор для демонстрации иллюстративного материала, экран. Студентам предлагается список рекомендованной учебной, методической и научной литературы по дисциплине, имеющейся в библиотеке института.

Форма получения образования – очная.

Структура и трудоемкость дисциплины

Семестр – 9. Форма промежуточной аттестации – зачет. Курс рассчитан на 34 часа аудиторных занятий, в том числе 20 часов лекций, 14 часов практических занятий и 18 часов отводится на самостоятельную работу.

Название разделов (модулей) и тем	Количество часов				
	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа
		Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	
Тема 1. Сущность и сфера предпринимательской деятельности	4	2			2
Тема 2. Экономические условия и особенности формирования предпринимательской среды	6	2	2		2

Тема 3. Организационно-хозяйственный механизм предпринимательской деятельности.	8	4	2		2
Тема 4. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности.	6	2	2		2
Тема 5. Финансовые аспекты предпринимательства	8	4	2		2
Тема 6. Предпринимательский риск и его страхование	6	2	2		2
Тема 7. Оценка результатов предпринимательской деятельности	6	2	2		2
Тема 8. Социально-психологические основы предпринимательства	3	1			2
Тема 9. Правовые и организационные основы поддержки малого и среднего бизнеса.	5	1	2		2
Всего:	52	20	14		18

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Сущность и сфера предпринимательской деятельности

Понятие предпринимательства и его роль в развитии общества. Исторические аспекты развития предпринимательства. Цели, принципы и функции предпринимательства. Субъекты и объекты предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Экономическая среда предпринимательской деятельности. Сущность и различия понятий «бизнес» и «предпринимательство».

Тема 2. Экономические условия и особенности формирования предпринимательской среды

Предпринимательская идея и источники ее формирования. Технология выбора и сравнительного анализа предпринимательской идеи. Порядок реализации идеи по изготовлению продукции. Правила принятия инвестиционного решения. Оценка потребности в капитале. Мотивация предпринимательской деятельности.

Тема 3. Организационно - хозяйственный механизм предпринимательской деятельности

Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве. Права и обязанности субъектов предпринимательской деятельности. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Государственная регистрация субъектов предпринимательства. Стадии процесса создания своего предприятия: разработка учредительных документов, выбор фирменного наименования, товарного знака и месторасположения предприятия. Порядок лицензирования отдельных видов предпринимательской деятельности. Порядок ликвидации субъектов предпринимательства. Маркетинг-адаптация предпринимательства к рынку.

Тема 4. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности

Бизнес-план: понятие, структура, классификация. Содержание бизнес-плана. Выгоды, которые получают предприниматели от составления бизнес-плана. Методика разработки бизнес-плана. Особенности составления бизнес-планов в процессе создания нового предприятия, расширении масштабов деятельности, для привлечения иностранных инвестиций. Методика расчета точки безубыточности бизнеса и времени окупаемости.

Тема 5. Финансовые аспекты предпринимательства

Особенности финансирования и кредитования малого бизнеса. Источники финансовых ресурсов для малого бизнеса. Виды капитала, инвестируемого в малый бизнес. Кредитование предпринимательства. Виды кредитов: государственный, банковский, коммерческий, потребительский, ипотечный, международный. Общая характеристика системы налогообложения субъектов предпринимательской деятельности. Особенности применения упрощенной системы налогообложения для субъектов малого и среднего бизнеса. Виды и назначение документов. Особенности ведения учета и отчетности в предпринимательской деятельности.

Тема 6. Предпринимательский риск и его страхование

Понятие риска. Виды потерь от риска. Классификация рисков. Уровни, показатели и критерии риска. Методы оценки предпринимательского риска. Основные способы снижения риска в предпринимательской деятельности.

Тема 7. Оценка результатов предпринимательской деятельности

Цели, задачи и принципы управления затратами. Классификация затрат для целей управления. Расчет точки критического объема производства. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов. Оценка устойчивости экономического развития предприятия. Методика расчета показателей эффективности предприятия.

Тема 8. Социально-психологические основы предпринимательства

Психологические аспекты предпринимательства. Мотивация труда предпринимателя. Стиль работы руководителя. Культура и этика предпринимательской деятельности. Совместимость людей и типология личности. Деловое общение

Тема 9. Правовые и организационные основы поддержки малого и среднего бизнеса

Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь. Институциональная структура государственной поддержки предпринимательства. Необходимость воздействия на предпринимательскую деятельность. Цели воздействия на предпринимательскую деятельность. Формы и методы государственной поддержки предпринимательства. Роль государства в формировании правового пространства для развития предпринимательства и малого бизнеса. Виды государственной поддержки малого и среднего предпринимательства. Субъекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ
Требования к выполнению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название раздела, темы	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполнения	Цель или задача СРС
1	Сущность и сфера предпринимательской деятельности	2	активизация учебной деятельности	изучение и конспектирование учебной литературы и сборников документов	углубление и расширение знаний по изучаемой дисциплине
2	Экономические условия и особенности формирования предпринимательской среды	2	изучение дополнительной литературы	подготовка к семинарским занятиям, проработка вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение	развитие познавательных способностей и освоение приемов процесса познания
3	Организационно-хозяйственный механизм предпринимательской деятельности	2	активизация учебной деятельности, подготовка к письменному опросу	работа с материалами учебника, конспектом лекций, дополнительной литературой	закрепление и систематизация знаний
4	Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности.	2	изучение дополнительной литературы	проработка тем (вопросов), вынесенных на самостоятельное изучение	развитие познавательных способностей и освоение приемов процесса познания
5	Финансовые аспекты предпринимательства	2	изучение дополнительной литературы	подготовка к семинарскому занятию, проработка вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение	углубление и расширение профессиональных знаний по изучаемой дисциплине

6	Предпринимательский риск и его страхование	2	работа с первоисточниками и дополнительной литературой	изучение проблем, не выносимых на лекции и семинарские занятия, решение задач	развитие познавательных способностей, углубление и расширение знаний по изучаемой дисциплине
7	Оценка результатов предпринимательской деятельности	2	подготовка к выступлению на семинаре	работа с материалами учебника, конспектом лекций, дополнительной литературой	закрепление и систематизация знаний
8	Правовые и организационные основы поддержки малого и среднего бизнеса		активизация учебной деятельности	проработка вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение	углубление и расширение знаний по изучаемой дисциплине

Литература

Нормативные правовые акты

1. Об инвестициях: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
2. Об экономической несостоятельности (банкротстве): Закон Республики Беларусь в ред. от 04 января 2014 г., № 415-3 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
3. О бухгалтерском учете и отчетности : Закон Республики Беларусь от 18 октября 1994 г., № 3321-XII // Консультант плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. 3 90-3 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
5. О поддержке малого и среднего предпринимательства: Закон Республики Беларусь от 1 июля 2010 г. № 148-3 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
6. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г., № 94-3 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
7. О рынке ценных бумаг: Закон Республики Беларусь от 5 января 2015 г. № 231-3 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

8. О хозяйственных обществах: Закон Республики Беларусь от 10 января 2006 г. // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

9. О ценообразовании: Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 г., № 255-З // Консультант плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

10. Декрет Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования: // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

11. О лицензировании отдельных видов деятельности: Декрет Президента Республики Беларуси от 1 сентября 2010, № 450 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

12. Об утверждении Положения о порядке создания индивидуальным предпринимателем частного унитарного предприятия и его деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 28 июня 2007, № 302 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

13. Об утверждении Порядка расчетов между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 29 июня 2000 г, № 359 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

14. О некоторых вопросах правового регулирования экономической несостоятельности (банкротства): Указ Президента Республики Беларусь от 5 февраля 2013 г., № 63// Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

15. О страховой деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 25 августа 2006 г., № 530 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

16. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности: Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г., № 4 // Консультант Плюс. Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.

Основная литература

1. Авдеев, В. В. Правовое регулирование хозяйственной деятельности: учебник // В. В. Авдеев, А. В. Ананько, Н. Л. Бондаренко. – Минск : Книжный Дом, 2004 г. – 832 с.

2. Вабищевич, С. С. Правовое регулирование хозяйственной деятельности: учеб. пособие / С. С. Вабищевич, И. А. Маньковский. – Минск : Выш. шк., 2014. – 624 с.

3. Основы предпринимательской деятельности: пособие / М. Г. Швеци. – Минск: БГАТУ, 2010. – 272 с.

4. Попондопуло, В. Ф. Коммерческое (предпринимательское) право: учеб. / В. Ф. Попондопуло. 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Норма, 2011. – 800 с.

5. Реуцкая, Е. А. Хозяйственное право: курс интенсивной подготовки / Е. А. Реуцкая. – Минск: Тетралит, 2014. – 416 с.

6. Сидорчук, В. К. Хозяйственное право: учеб. пособие / В. К. Сидорчук – Минск: РИПО, 2015. – 316 с.

7. Основы предпринимательства: метод. пособие / М. З. Ачаповская, В. М. Жуковец – Минск: Современные знания, 2010. – С. 112.

8. Основы предпринимательской деятельности: пособие / О. О. Герасимова. – 2-е изд., испр. – Минск: РИПО, 2015. – 2017 с.

Дополнительная литература

1. Вабищевич, С. С. Предпринимательское (хозяйственное) право // С. С. Вабищевич. – Минск, 2003. – 148 с.
2. Вабищевич, С. С. Хозяйственное право: правовое регулирование хозяйственной деятельности) // С. С. Вабищевич, И. А. Маньковский. – 2-е изд., переаб. и доп. – Минск: Молодежное, 2007. – 366 с.
3. Горбунов, А. Дочерние компании, филиалы, холдинги // А. Горбунов. – М. : Юристъ. – 2006. – 417 с.
4. Гущин, В. З. Гражданско-правовая ответственность / В. З. Гущин // Современное право. – 2014. – № 1. – С. 52 – 57.
5. Трамбачева, Т. Д. Договор в хозяйственном праве: курс лекций / Т. Д. Трамбачева, С. П. Чечкова. – Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2013. – 84 с.

Содержание

Пояснительная записка.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
Тема 1. Сущность и сфера предпринимательской деятельности.....	4
1.1. Сущность предпринимательства и его роль в развитии общества.....	4
1.2. Исторические аспекты развития предпринимательства.....	5
1.3. Цели, принципы и функции предпринимательства.....	8
1.4. Субъекты и объекты предпринимательства.....	12
1.5. Виды предпринимательской деятельности. Экономическая среда предпринимательской деятельности.....	16
Тема 2. Экономические условия и особенности формирования предпринимательской среды.....	23
2.1. Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательской идеи.....	23
2.2. Технология выбора и сравнительного анализа предпринимательской идеи. Схема ее реализации.....	25
2.3. Оценка экономической целесообразности реализации предпринимательской идеи. Правила принятия инвестиционного решения о целесообразности реализации предпринимательской идеи.....	30
Тема 3. Организационно-хозяйственный механизм предпринимательской деятельности.....	33
3.1. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве.....	33
3.2. Этапы создания собственного дела.....	34
3.3. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.....	37
3.4. Государственная регистрация субъектов предпринимательства.....	45
3.5. Учредительные документы: структура, содержание.....	48
3.6. Права и обязанности субъектов предпринимательской деятельности.....	50
Тема 4. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности.....	53
4.1. Бизнес-план: понятие, структура, классификация.....	53
4.2. Содержание бизнес-плана.....	55
4.3. Методика разработки бизнес-плана.....	56
Тема 5. Финансовые аспекты предпринимательства.....	65
5.1. Оценка потребности в капитале.....	65

5.2. Методика ценообразования.....	67
5.3. Доход малого предприятия.....	68
5.4. Методика формирования и распределения прибыли.....	69
5.5. Упрощенная система налогообложения.....	71
Тема 6. Предпринимательский риск и его страхование.....	74
6.1. Понятие риска. Виды потерь от риска.....	74
6.2. Классификация предпринимательских рисков.....	76
6.3. Методы оценки предпринимательского риска.....	78
6.4. Уровни, показатели и критерии риска.....	80
6.5. Страхование предпринимательских рисков.....	81
Тема 7. Оценка результатов предпринимательской деятельности.....	83
7.1. Оценка устойчивости экономического развития предприятия.....	83
7.2. Методика расчета показателей эффективности предприятия.....	85
Тема 8. Социально-психологические основы предпринимательства.....	88
8.1. Психологические основы коммерческой деятельности.....	88
8.2. Требования к социально-психологическим качествам предпринимателя.....	90
Тема 9. Правовые и организационные основы поддержки малого и среднего бизнеса.....	92
9.1. Роль и значение малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь.....	93
9.2. Общая характеристика системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства.....	95
9.3. Виды поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.....	97
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	99
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	126
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	129
Литература.....	140

Учебное электронное издание

Автор-составитель
Жуковец Владимир Михайлович

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 1-23 01 01 Дизайн (по направлениям),
направление специальности 1-23 01 01-05 Дизайн (костюма и тканей)*

[Электронный ресурс]

Редактор *Т. Д. Горошко*
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Подписано в печать 28.02.2019.
Гарнитура Times Roman. Объем 1,1 Мб

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»
Свидетельство о регистрации издателя №1/29 от 19.08.2013
220114, г. Минск, ул. Филимонова, 69.

ISBN 978-985-547-280-4



9 789855 472804