

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

*Учебно-методический комплекс
для студентов специальностей 1-21 04 01-02 «Культурология
(по направлениям)»*

Минск
Институт современных знаний имени А.М. Широкова
2017

УДК 334.012.3 (075.8)

П 71

Р е ц е н з е н т ы :

Марочкина В. М., кандидат экономических наук, доцент кафедры налогов и налогообложения Белорусского государственного экономического университета;

Шелег Е. М., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов Белорусского государственного экономического университета.

П 71 Предпринимательская деятельность в сфере культуры [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс для студентов специальностей 1-21 04 01 «Культурология (по направлениям)», направление специальности 1-21 04 01-02 «Культурология (прикладная)» / авт.-сост. Л. Г. Колпина. – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2017. – 166 с.

ISBN 978-985-547-179-1

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках дисциплины «Предпринимательская деятельность в сфере культуры».

Для студентов вузов.

УДК 334.012.3 (075.8)

ISBN 978-985-547-179-1

© Колпина Л. Г., составление, 2017

© Частное учреждение образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», 2017

© Оформление. Частное учреждение образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», 2017

Введение

Учебно-методический комплекс подготовлен для студентов Института современных знаний имени А. М. Широкова специальности 1-21 04 02 «Культурология (по направлениям)», получающих образование в очной и заочной форме.

ЭУМК включает следующие разделы: теоретический, практический, контроля знаний и вспомогательный.

Теоретический раздел содержит опорный конспект лекций, включающий основные вопросы дисциплины по семи темам в соответствии с учебной программой. Всего изложено примерно 50% экзаменационных вопросов.

В практическом разделе представлены планы семинарских 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, а также задания по контрольным работам, темы курсовых работ.

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

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

Тема 1. Введение в специальность. Основные характеристики и технология предпринимательства

1. Содержание понятий «культура», «предпринимательство», «бизнес», «маркетинг».
2. Социально-экономическая характеристика предпринимательства.
3. Предпринимательский стиль деятельности.
4. Основные тенденции развития сферы культуры в Республике Беларусь.

Содержание понятий «культура», «предпринимательство», «бизнес», маркетинг». «Культура» в широком смысле слова – это способ бытия человека в качестве социального существа. Это система порождения, сохранения и трансляции внегенетически наследуемого социального опыта. Культура образует материальную и духовную среду, способствующую формированию и повышению человеческой личности.

Культуру следует также рассматривать как отрасль национальной экономики, связанную с формированием образовательной, культурной, нравственной и профессиональной составляющих человеческого капитала. Культура пронизывает все сферы жизни общества и оказывает определенное влияние на организацию «предпринимательства», «бизнеса» и «маркетинга».

За словом «предпринимательство» стоит «дело», производство продукта (полезной вещи) или услуги (невещественного продукта). Часто предпринимательскую деятельность называют бизнесом, но не всегда эти понятия можно называть синонимами.

Предпринимательство и предпринимательский стиль деятельности считаются в рыночной экономике важным условием достижения успеха и развития

предприятия. Согласно Закону «О предпринимательстве в Республике Беларусь» предпринимательство (предпринимательская деятельность) – это самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия). Не является предпринимательством деятельность физических лиц по использованию собственных ценных бумаг, банковских счетов в качестве средства платежа или сохранения денежных приобретений.

Характерными чертами предпринимательства являются инициативность, риск и ответственность. Развитие предпринимательства играет незаменимую роль в достижении экономического успеха, высоких темпов роста промышленного производства и является основой инновационного, продуктивного характера экономики. Чем больше хозяйствующих субъектов имеют возможность проявить свою инициативу и творческие способности, тем меньше разрыв между потенциальными и фактическими результатами развития экономики.

Предпринимательство способствует развитию конкуренции и маркетинга, а также увеличению «открытости» национальной экономики, развитию ввоза и вывоза капитала. Предпринимательство нацелено на получение прибыли сверх среднего уровня путем наиболее полного удовлетворения потребностей на основе достижения успеха и лидерства в той или иной сфере экономической деятельности.

Понятие «предпринимательство» тесно связано с понятием «бизнес». В любом обществе существуют разнообразные потребности людей, с одной стороны, и возможность их удовлетворения с помощью товаров и услуг – с другой. Деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах называется бизнесом. Предполагается, что эта деятельность приносит прибыль. Наличие прибыли говорит о том, что предприятие работает не зря и сделанные затраты и усилия бизнесмена оправданы.

Неограниченность потребностей людей создает неиссякаемый стимул к бизнесу, делает его неисчерпаемым. Для производства товаров и услуг необходимы факторы производства. К ним относятся земля, труд, капитал и предпринимательские способности.

Предпринимательские способности – это умение бизнесмена рационально (т.е. с умом) использовать землю, капитал и труд, принимать наиболее выгодные решения, прогнозировать ситуацию, расчетливо рисковать.

Основная проблема бизнеса – это проблема выбора: что производить? как производить? для кого производить?

По своему экономическому содержанию «маркетинг» – это комплексная организация производственно-сбытовой деятельности компании, направленная на обеспечение оптимальной реализации продукции бесперебойное движение товара от производителя к потребителю с целью увеличения прибыли; это способ управления деятельностью фирмы с ориентацией на рынок.

Социально-экономическая характеристика предпринимательства.

Прежде всего, предпринимательство – не просто производство продуктов или услуг, но и выгодная торговля. Без торговли предпринимательство невозможно. Талантом выгодно торговать обладают не все. Между тем торговля показывает способности субъекта к предпринимательской деятельности. Необходимо помнить, что богатство (прибыль) создается в сфере обращения, а не в сфере производства, где выпускается продукт.

Предпринимательство связано с постоянным движением денег в виде поступления доходов и осуществления финансирования затрат выплат по долгам. Предпринимательство основано на умении обеспечивать устойчивое превышение поступления денежных средств над их расходом, что свидетельствует об успешности бизнеса.

Предпринимательская деятельность связана с постоянными затратами. Без этого невозможно обеспечить эффективное функционирование бизнеса. Расходы предшествуют поступлению денег от реализации товаров и услуг. При

этом конечный результат сделок не гарантирован. Предпринимателю следует помнить: тот, кто с трудом расстаётся с деньгами и отдаёт предпочтение их накоплению, никогда не будет преуспевать в бизнесе; чтобы больше заработать, нужно больше тратить. Однако при этом нужно стремиться обеспечить превышение доходов над расходами

Предпринимательство предусматривает наличие власти. Любая предпринимательская структура, независимо от преобладания того или иного стиля управления, представляет собой иерархическую систему, в которой низшие уровни управления имеют более ограниченную степень свободы и должны неукоснительно выполнять требования более высоких уровней. Предпринимательство – это сфера деятельности людей, которые не только стремятся к власти, но и могут ею успешно пользоваться, обеспечивая процветание себе и другим. Что касается свободы, то здесь есть выбор. Человек, который стремится самостоятельно решать свои проблемы, может стать предпринимателем. Свободным человеком в бизнесе считается тот, кто берёт на себя смелость принимать ответственные решения, кто сам волен поступать так, как считает нужным. Тому, кто комфортнее чувствует себя под началом других, кому больше нравится подчиняться и выполнять четко определенные функциональные обязанности, не рекомендуется открывать собственный бизнес, так как у него нет характера предпринимателя.

Предпринимательство – это положение в обществе. На обычную карьеру в любой другой области человеческой деятельности можно потратить всю жизнь. Достигнув же успеха в бизнесе, сразу попадаешь в элиту общества, получаешь доступ к новым источникам информации и имеешь возможность непосредственно влиять на те или иные процессы в экономике, политике, искусстве, науке. Те, кто имеют свой бизнес, всегда находятся в лучшем положении, чем другие.

В предпринимательстве нельзя уходить от реальной действительности. Всегда нужно искать простые и эффективные способы описания и решения проблем. Необходимо вырабатывать здравый взгляд на вещи. Если вы сделали

все от вас зависящее, а дело, которым занимаетесь, начало разрушаться, то нужно поставить на нем крест и попробовать что-нибудь другое. Главное – не отождествлять себя со своим бизнесом.

Предпринимательство связано с рисками. Без рисков оно невозможно. В этой связи предпринимательскую деятельность можно определить как процесс не только организации бизнеса и управления им, но и принятия предпринимателем на себя определенных рисков.

Важным условием предпринимательской деятельности является наличие свободного рынка с его конкуренцией. Именно конкуренция способствует принятию оптимальных решений по ценам, качеству, ассортименту. Она заставляет идти на дополнительный риск, участвуя в новых проектах для того, чтобы сегодняшняя прибыль не обернулась убытком в будущем. От конкуренции прежде всего выигрывают потребители, а затем и производители продукции. Однако конкуренция должна быть цивилизованной и в решении этого вопроса немаловажная роль принадлежит государству.

Первостепенным условием предпринимательства является наличие правовых гарантий в отношении собственности. Право собственника владеть определенными ресурсами, осуществлять и контролировать их использование, распределять получаемые экономические выгоды должно быть незыблемым.

Предпринимательский стиль деятельности. В рыночной экономике важным условием достижения предприятием успеха и условием его развития являются предпринимательство и предпринимательский стиль деятельности.

Предпринимательство – это поиск новых сфер выгодного вложения ресурсов, осуществление новых комбинаций в производстве, движение на новые рынки, создание новых продуктов. Предпринимательство нацелено на получение прибыли сверх среднего уровня путем наиболее полного удовлетворения потребностей на основе достижения успеха и лидерства в той или иной сфере экономической деятельности – в создании новой продукции и технологии, в производстве или маркетинге.

Неотъемлемой частью предпринимательства являются предвидение, обоснованный риск и стратегическое управление.

С учетом сказанного можно утверждать, что предпринимательство становится активным фактором производства. Предпринимательский стиль деятельности отличается от приростного стиля, получившего развитие в плановой экономике (в дореформенный период).

Приростной стиль деятельности направлен на минимизацию отклонений от традиционного поведения как внутри предприятия, так и в отношениях с поставщиками, смежниками, потребителями. Существенные изменения признаются нежелательными. В рыночной экономике приростной стиль не способствует успеху в связи с наличием конкуренции. Предпринимательский стиль деятельности становится необходимым в менеджменте современных организаций, его необходимо прививать владельцам собственности и руководству предприятий и организаций. Приведем примеры отличия приростного и предпринимательского поведения.

1. Цели предприятия. Приростное поведение предполагает оптимизацию прибыльности применительно к сложившимся условиям работы предприятия. Предпринимательское поведение – стремление повысить потенциал прибыльности, что достигается непрерывной цепью нововведений как технологического, так и организационного характера.

2. Пути достижения целей. Предприятие приростного типа ориентируется на прошлый опыт, экстраполируя его на условия деятельности в настоящее время. Предприятие предпринимательского типа определяет путь достижения цели на основе оценки возможностей получения прибыли и повышения качества управления.

3. Система поощрений и взысканий. Приростной тип – поощряются стабильность, результаты прошлой деятельности. Предпринимательский тип – поощряются творчество и инициатива, применяются взыскания за отсутствие инициативы.

4. Информация. Приростной тип – требуется внутренняя информация о ходе и результатах деятельности, внешняя – о долгосрочном объеме возможностей. Предпринимательский стиль – требуется внутренняя информация о возможностях, а не о результатах и внешняя – о глобальном объеме возможностей.

5. Решение управленческих проблем. Приростное поведение – признание необходимости действовать наступает с опозданием, так как является реакцией на возникшую проблему. При поиске альтернатив ориентируются на прошлый опыт. Рассматривается единственная альтернатива удовлетворения потребностей. Предпринимательское поведение характеризуется активным поиском возможностей и предвидением проблем. Ведется творческий поиск альтернатив, из которых выбирается лучшая.

6. Отношение к риску. Приростное поведение – стремление к минимизации. Предпринимательское поведение предполагает готовность идти на созидательный риск и балансировать совокупность рискованных вариантов.

Основные тенденции развития сферы культуры в Республике Беларусь. В числе основных тенденций развития сферы культуры можно назвать следующие:

1. Коммерциализация культурно-досуговой сферы, создание широкой сети платных культурных продуктов и услуг. Отрицательный аспект данной тенденции в том, что первостепенное значение приобретает продажа продуктов и услуг и снижается заинтересованность в развитии человека;

2. Создание новых моделей учреждений и перепрофилизация ранее унифицированных учреждений. Например, клубы – музеи, клубы – библиотеки, киноконцертные центры, культурно-досуговые центры и т.п.;

3. Наблюдается интерес к национальной культуре. Это выражается в участии населения в различных фестивалях народного творчества, народных праздниках, увлечениях традиционными видами народных промыслов и ремесел, участии любительских художественных коллективов в туристических программах;

4. Создание многофункциональных культурно – досуговых центров, на территории которых могут одновременно функционировать кинозалы, галереи, зоны игровых автоматов, игровые клубы, бары, кафе, спортивные площадки и др. Сегодня популярна и оправдана функциональность как принцип сочетания разных видов деятельности для разных групп – семей, молодежи, подростков, друзей;

5. Использование инновационных интерактивных культурно-досуговых проектов и программ для привлечения посетителей и создания нового имиджа учреждений культуры. В этом отношении показательна деятельность музеев, которые проводят костюмированные балы с аниматорами, концерты классической музыки, авторов-бардов, интерактивные экскурсии, фотосессии молодоженов, экскурсии в 3D формате, дифференцированные экскурсии для разновозрастных групп;

6. Происходит трансформация традиционных форм организации культурно-досуговой деятельности населения, которые становятся многофункциональными. Например, проведение выставочной деятельности в настоящее время дополняется такими формами, как показы коллекций одежды, слайд-шоу, мастер-классы по различным видам декоративно-прикладного искусства. Все шире используются уличные театральные показы, вернисажи, музыкальные выступления;

7. Обращает на себя внимание стандартизация культурных услуг как результат формирования и развития мировой культурно-досуговой инфраструктуры. Компонентами глобальной инфраструктуры являются информационно-культурные коммуникации различных видов: телекоммуникационные системы, кинопроизводство, радио и музыкальная индустрия, международный туризм, компьютерные сети. Они обеспечивают распространение по всему миру продукции массовой культуры, компьютерных игр, рекламы, культурно-художественной информации и образовательных материалов;

8. Происходит сочетание спроса на стереотипные продукты и услуги и на досуг альтернативного характера. Сегодня предсказуемый отдых устраивает не

всех, поэтому развиваются альтернативные (экстремальные) виды отдыха и туризма (деревенский туризм, агро- и экотуризм);

9. Все более широкое применение маркетинговых и рекламных технологий технологий в деятельности учреждений и организаций культуры;

10. Происходит технизация услуг культуры (шоу-технологии, организация работы современных развлекательных парков, внедрения технических новинок в домашний досуг и др). Широко используется электроника, компьютерная графика и спецэффекты. Технизация культуры имеет отрицательные последствия. Она сокращает долю самостоятельного творчества, в отдельных ситуациях лишает человека возможности проявить себя, сделать свой выбор. Излишняя технизация может порождать неблагоприятные социально-психологические эффекты;

11. Развивается международный обмен культурными товарами и досуговым сервисом.

Тема 2. Культура поведения в сфере потребления

1. Понятие предпринимательской культуры.
2. Требования, предъявляемые к культуре руководителя-менеджера.
3. Этика поведения предпринимателя.

Понятие предпринимательской культуры. Важную роль в функционировании предприятия играет его культура. Она обеспечивает предприятию не только высокий престиж, но и способствует повышению эффективности производства, улучшению качества продукции и услуг и, следовательно, увеличению дохода.

Научно доказано, что переход к инновационному типу развития способствует повышению темпов экономического развития, влияет на структурные изменения экономики и приводит к возрастанию роли человеческого капитала в социально-экономическом процессе.

Культура представляет собой совокупность ценностей, идей и отношений, присущих однородной группе людей и передаваемых из поколения в по-

коление. Культура влияет на нравственные взаимоотношения между отдельными лицами, группами, а также учреждениями и организациями, которые эти лица и группы создают.

Существует множество определений как самой культуры, так и культуры предпринимательства. Словарь русского языка С.И. Ожегова определяет культуру как совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей; высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие, умение. Экономическая культура – это система ценностей и побуждений хозяйственной деятельности, уважительное отношение к любой форме собственности и коммерческому успеху как к большому социальному достижению, неприятие настроений «уравниловки», создание и развитие социальной среды для предпринимательства и т.п.

Культура предпринимательства – это определенная, сложившаяся совокупность принципов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране правовыми нормами, обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

По мнению немецкого ученого Рольфа Рюттингера, культура предпринимательства – это система совместно вынашиваемых и реальных убеждений и представлений о ценностях. Представления о ценностях позволяют понять, что является важным для предприятия, а убеждения – как должно функционировать предприятие.

Предпринимательская культура складывается из следующих элементов:

- материальные элементы – уровень развития предприятия в части управленческой и информационной техники;
- духовные элементы – совокупность профессиональных знаний предпринимателя, производственного опыта и привычек, экономическое мышление;
- личностные элементы – возможность обогащения, степень экономической свободы;

– институциональные элементы – социальные ценности и нормы, в том числе вера и убеждение.

Культура предпринимательской деятельности определяет, каковы климат, стиль управления и взаимоотношений, ценности предприятия.

Сущность культуры конкретной организации выражается в предписаниях, принятых ритуалах и церемониях, а также в образцах неформального поведения.

Назначение культуры предпринимательства связано с решением двух основных проблем: 1) выживания в данной социально-экономической среде; 2) обеспечения внутренней интеграции для достижения поставленных целей.

Культура предпринимательства складывается годами, она динамична и постоянно совершенствуется.

Требования, предъявляемые к культуре руководителя-менеджера.

Профессиональная и предпринимательская деятельность дееспособных граждан имеет правовые и этические критерии, нормы, правила поведения, отступления от которых может привести к негативным последствиям. Нарушения правовых норм и нормативных актов грозит серьезными мерами наказания, вплоть до банкротства и лишения свободы, поэтому необходимо формирование правовой культуры.

Совокупность признаков поведения граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность в разных сферах экономики, направлены на удовлетворение потребностей рынка и конкретных потребителей, а также общества и государства в целом. Предпринимательская деятельность базируется на общепринятых позитивных принципах и чертах поведения. Предпринимательская этика связана с формами общественного сознания и общественных отношений, его ответственностью перед потребителями и обществом.

Этические проблемы предпринимателей постоянно возникают с потребителями, поэтому государство защищает их интересы. Эти отношения оказывают влияние на уровень предпринимательского успеха. Этические отношения

предпринимателей связаны с наемными работниками фирм, так как предприниматели являются работодателями. Цивилизованные отношения с конкурентами и партнерами по бизнесу также имеют большое значение для авторитета предпринимателя. Руководитель-менеджер должен соблюдать правовые нормы и нравственные нормы в процессе своей деятельности.

Уровень культуры предприятия во многом определяется деятельностью его лидеров, особенно в периоды становления и реорганизации. Важнейшим фактором культуры предпринимателя является его квалификация как менеджера и как специалиста, которая предполагает знание им технологии, экономики и инструментария предпринимательства. Почти все известные компании основаны неординарными личностями, например Генри Форд.

Основной, хотя и весьма отдаленной, целью мирового делового сообщества становится тип отношений, основанный на морально-этических принципах, которые помогают предпринимателям независимо от расы, вероисповедования и типа культуры стать из «чужих» «своими». Важнейшим шагом в этом направлении можно считать «Декларацию Ко», принятую в 1994 г.

Назовем некоторые основные принципы, продиктованные этой декларацией:

1. Ответственность бизнеса: от акционеров к владельцам своей доли в бизнесе. Ценность бизнеса для общества заключается в благосостоянии и рабочей занятости, которые он порождает, а также в пользующихся спросом товарах и услугах, которыми он обеспечивает покупателей за разумную цену, соизмеримую с их качеством. Для создания такой ценности бизнес должен поддерживать свое собственное экономическое здоровье и жизнеспособность, однако выживание не является главной целью. Задача компаний – содействовать улучшению уровня жизни всех своих клиентов, служащих и акционеров, разделяя с ними богатство, которое они создают. Поставщики и конкуренты также вправе рассчитывать на уважение своих обязанностей со стороны компаний;

2. Экономическое и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу. Компании, создаваемые за рубежом для разра-

ботки, 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, образование, благосостояние стран, в которых они работают;

3. **Этика бизнеса: от буквы закона – к духу доверия.** Признавая законность коммерческих секретов, компании должны осознавать, что искренность, беспристрастие, правдивость, выполнение обещаний и открытость способствуют не только повышению доверия к себе и собственной стабильности, но и смягчению и большей эффективности коммерческих сделок, особенно на международном уровне:

4. **Уважение правовых норм.** Для того чтобы избежать разногласий в торговле и способствовать обеспечению равных условий для конкуренции в свободной торговле, а также справедливому и беспристрастному подходу ко всем участникам торговли, компании должны уважать международные и внутренние нормы. Кроме того, они должны признавать, что некоторые действия, даже совершаемые по закону, могут тем не менее привести к нежелательным последствиям;

5. **Поддержка многосторонних торговых отношений.** Фирмы должны оказывать поддержку многосторонним торговым системам, международным соглашениям, содействовать прогрессивной и разумной либерализации торговли и т.п.;

6. **Бережное отношение к окружающей среде;**

7. **Избегать противозаконных действий.**

Этика поведения предпринимателя. Об этике впервые заговорил Аристотель, заметив, что она помогает познать, что следует делать и от чего следует воздержаться. Для нас этика – прежде всего отрасль знания, особая наука, позволяющая оценивать человеческие отношения.

В современной литературе отражены общие этические нормы цивилизованного предпринимателя, которые можно свести к следующему:

- вера в свое дело;
- считает его полезным для общества и потребителей;
- для него важен профессионализм и компетентность;
- соблюдает экономические законы, ценит образование, культуру, следит за достижениями науки и техники;
- уважает конкурентов и считает конкуренцию необходимым условием рыночных отношений;
- стремится к внедрению нововведений;
- доверяет себе и другим работникам предприятия;
- не перекладывает ответственность за принятые решения на подчиненных;
- терпим к недостаткам других;
- согласовывает свои цели с личными целями сотрудников.

Предприниматель должен создавать свой имидж, соблюдать этикет. Под привлекательным имиджем имеются в виду вежливость, деликатность, терпимость, умение вести себя в обществе, чувство меры, доброжелательность, умение управлять своими эмоциями.

Имидж предпринимателя гарантирует не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности.

Для того чтобы стать цивилизованным предпринимателем, необходимо:

- помнить, что предприниматель высокого класса способен превращать вредное (мешающее делу явление) в полезное (помогающее достижению цели);
- выработать привычку – все рассматривать с точки зрения пользы для дела;
- выполнять обещания в срок;
- помнить, что ничто так не компрометирует предпринимателя, как его растерянность;
- руководствоваться в работе тремя «не» – не раздражаться, не теряться, не расплываться;

– быть терпимым к недостаткам людей, если эти недостатки не мешают вашему бизнесу;

– не страшиться талантливых подчиненных;

– хвалить на людях, а порицать с глазу на глаз;

– уметь слушать и иметь бесконечное терпение.

С вопросами этики связаны нормы и правила этикета. Любой предприниматель должен овладеть навыками корректного поведения и следовать этикету делового человека.

Этикет предпринимателя включает:

нормы обращения, приветствия и знакомства; субординацию в деловых отношениях; организацию деловых контактов; деловую переписку; культуру телефонного разговора; деловой протокол; культуру речи; внешний облик, манеры; деловую одежду. Каждая деталь таких правил отработана и выверена годами. Выполнение правил этикета является обязательным, поскольку нарушивший их теряет статус полноправного участника общения.

Изучая стиль делового общения российских предпринимателей, специалисты называют следующие недостатки:

– слабое знание иностранных языков;

– общую скованность во время переговоров;

– недостаток знания географии;

– низкий общий уровень культуры;

– отсутствие культуры дискуссий;

– незнание риторики;

– неумение воспринимать проблему глазами партнера;

– на переговорах объективная информация подменяется субъективными взглядами и др.

Вышесказанное актуально и для белорусских предпринимателей.

Соблюдение правил этикета является одним из важнейших условий карьерного роста. Манера поведения в сочетании со стилем одежды на 90% определяет отношение к деловому человеку.

Вырабатывая деловые и этические правила, не нужно забывать о главном – порядочности и благородстве.

Следует помнить слова древнекитайского мудреца Конфуция: «Благородный человек предъявляет требования к себе, низкий человек – к другим».

Таким образом, предпринимательство – это профессия, призвание, даже свойство души или врожденная склонность. Но это еще и особый образ мыслей, стиль поведения. Предпринимательство – это культура.

Тема 3. История развития предпринимательства

1. Генезис предпринимательства и менеджмента.
2. Эволюция типов предпринимателя (начинающий предприниматель и предприниматель-менеджер).
3. Эволюция типов предпринимателя (предприниматель-инвестор и предприниматель-лидер).
4. История развития и основные идеи меценатства.

Генезис предпринимательства и менеджмента. Предпринимательская деятельность в России имеет многовековую историю. Первые русские предприниматели – капиталисты выросли из купечества в начале XVIII века. Значительная часть их стала владельцами фабрик и заводов. Государство оказывало этим предпринимателям существенную материальную поддержку, помогало организовывать производство.

В этот период складываются торгово-промышленные династии Морозовых, Прохоровых, Рябушинских, Третьяковых и другие.

Развитие предпринимательства в России имело ряд особенностей: не было культа денег, не отмечалось стремления продать товар дороже, во что бы то ни стало. Для многих российских предпринимателей было свойственно отношение к своему делу не только как к источнику личного богатства, но как к важной миссии, возложенной на него Богом или судьбой. В прямой связи с этим находится и широчайшая благотворительная деятельность российских промышленников и купцов.

Самобытность российской экономики не мешала ей развиваться в русле мирового экономического процесса. В 90-е годы XIX века в России окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства. В начале XX века предпринимательство было уже массовым явлением. Так можно охарактеризовать первый этап развития предпринимательства.

Развитие предпринимательства в России было беспощадно и надолго прервано революцией 1917 г. и последующими экономическими экспериментами, получившими название «Строительство социализма в одной, отдельно взятой стране» и создание соответствующего «планового хозяйства». Начался второй этап развития предпринимательства, который продолжался до 70-х годов XX века. Его результатами явились ликвидация частной собственности и неразрывно связанного с ней предпринимательства. Практически единственным собственником в стране стало государство. В конечном итоге в СССР сформировалась низкоэффективная, базирующаяся на внеэкономическом принуждении и подавлении тоталитарная, командно-административная система. Попытки модернизировать социалистическую экономику (НЭП), «косыгинские реформы» не дали желаемых результатов.

Третий этап развития предпринимательства начался в 70-е годы прошлого столетия и продолжается до настоящего времени. Для него характерны следующие тенденции:

1. Рост платежеспособности спроса населения промышленно-развитых стран. Это приводит к «индивидуализации потребления», а, следовательно, к сокращению массового и росту мелкосерийного производства;

2. Современные технологии, оказывающие серьезное воздействие на размер предприятия. Для создания и начального этапа развития нового предприятия в настоящее время требуется меньше инвестиционных ресурсов, чем ранее;

3. Повышение роли малого предпринимательства в инновационной сфере. Малый бизнес превращается в успешного разработчика современных технологий и средств производства;

4. Изменение государственного подхода к малому бизнесу. Его развитие воспринимается как основа социальной и политической стабильности. Отсюда государственная поддержка малого бизнеса;

5. Интернационализация и транснационализация малого и среднего бизнеса. Крупный капитал стал практиковать вынос вспомогательных операций или завершающих стадий за рубеж. Расширился рост сотрудничества крупного бизнеса с малыми и средними компаниями в рамках различного рода договорных отношений.

Развитие предпринимательства сопровождалось появлением и быстрым совершенствованием науки о рыночном управлении предприятием и производством – становлением научного менеджмента. В середине XX века трудами ученых разных стран была создана особая наука об управлении сложными системами разной природы – кибернетика.

Благодаря кибернетике процессы, связанные с получением и переработкой информации, заняли на производстве подобающее место, наряду с переработкой материалов и энергии. Кибернетика инициировала применение точных математических методов. Результаты менеджмента начали ощущаться конкретно и зримо в цифрах роста объемов выпускаемой продукции, в прибыли.

Однако теория менеджмента не всегда была понятна практике. В результате появился эмпирический подход в управлении. В его основе были правильные установки на работу с людьми, целевое планирование, стимулирование труда. Но при этом недостатками эмпирического подхода являются пренебрежение наукой, чрезмерное увлечение готовыми рекомендациями, принципами, заповедями.

Как показал опыт управления, необходимо сочетание науки и практики. Одним из направлений, возникших в рамках эмпирической школы, является так называемый «ситуационный подход» к менеджменту.

Суть подхода в том, что руководство предприятием должно учитывать конкретную обстановку, ситуацию и иметь цель выйти из нее наилучшим образом. Важнейшим достижением эмпирической школы и ситуационного подхода яви-

лось целевое управление, которое было задумано как постоянно действующая система определения конкретных целей (конечных результатов) для каждого работника предприятия. Для этого общая цель разделяется на частные цели.

В последние десятилетия все большее значение приобретает социально-психологический подход к менеджменту. Этот подход дал начало так называемой «теории человеческих отношений» – важному направлению менеджмента.

Для современных условий менеджменту свойственны следующие черты:

1. Широкое вовлечение в процесс управления работающих на всех ступенях иерархической лестницы;
2. Целевое управление;
3. Использование наряду с экономическими методами социально-психологических методов управления;
4. Учет и использование мотивации к труду;
5. Подготовка и повышение квалификации предпринимателей и менеджеров и др.

Эволюция типов предпринимателя (начинающий предприниматель и предприниматель-менеджер). Предприниматель проходит различные этапы развития карьеры. Существует четыре основных этапа развития карьеры предпринимателя, которые последовательно должен осваивать человек, посвятивший себя бизнесу: начинающий предприниматель – менеджер – инвестор – лидер.

Рассмотрим основные характеристики данных типов предпринимателя и их особенности.

Начинающий предприниматель. Возможны следующие стартовые варианты начала пути предпринимателя:

– под давлением обстоятельств человек переходит от одного вида деятельности к совершенно иному;

– путь из специалистов в предприниматели. Человек, осознав детали бизнеса, начинает заниматься этим же бизнесом независимо от своего работодателя;

– инкубаторные предприниматели. Этот вариант хорошо известен в странах, осознавших роль малого бизнеса (предпринимательства) в развитии экономики. В рамках государственных программ создаются специальные центры, «бизнес-инкубаторы»;

– предприниматели по традиции. Этот путь предполагает передачу дела по наследству. В этой ситуации важно, чтобы будущий бизнесмен жил в атмосфере родительского или родственного бизнеса и с детства усвоил часть опыта и этику ведения дел;

– предприниматели по природе – это люди, для которых дух предпринимательства является естественной предпосылкой выбора жизненного пути.

На первом этапе своей карьеры предприниматели прежде всего выбирают направления деятельности. Их выбор определяется прошлым опытом, накопленными умениями, освоенной специальностью и возможностями, которые опробованы на рынке. Затем встает задача формирования первоначального капитала и готовности пойти на риск. Начинаящий предприниматель разрабатывает бизнес-проект и проводит работу по привлечению клиентов.

Вторым этапом карьеры для предпринимателя *является роль менеджера*. На данном этапе предприниматель перестает самостоятельно выполнять основные действия в своем бизнесе и сосредоточивает внимание на руководстве персоналом. Его главная задача – управление и контроль действий людей, занимающихся процессом и технологией бизнеса, а не сам процесс. Как показывает практика, не все справляются с новой ролью. Основными ошибками предпринимателей на данном этапе карьеры являются:

– отношения между предпринимателем и его командой строятся на дружеской основе, как было на первом этапе карьеры. Между тем менеджер должен знать: не существует такой профессии, как хороший человек;

– чрезмерное внимание к деталям и операционным задачам в ущерб стратегическому видению и планированию. Расстановка задач необходима по степени их приоритетности, с учетом стратегической важности тех или иных направлений;

– недостаточное внимание уделяется комплексу маркетинга и персоналу, занятому продвижением товара или услуг на рынок;

– излишняя забота о коммерческой тайне, недооценка роли лояльности клиентов, инвесторов, партнеров, поставщиков, прессы и т. д. Предпринимателю нужно осознать: если клиент недоволен работой компании и для ее эффективности необходимы изменения, которые собственнику не нравятся, надо принимать решение – или меняться самому и осваивать роль менеджера или удаляться от бизнеса, перепоручив его ведение наемным менеджерам.

Эволюция типов предпринимателя (предприниматель-инвестор и предприниматель-лидер). Следующий этап развития карьеры – переход от роли менеджера к роли инвестора. Этот этап возможен, когда у предпринимателя накапливается достаточно много свободных средств и их необходимо освоить для получения дополнительного дохода.

Если в роли менеджера бизнесмен сосредоточен на управлении делом и организацией, то в роли инвестора возникает необходимость самостоятельного управления деньгами, свободными в данный момент для организации. Этот этап схож с первым этапом карьеры в том, что здесь появляется новый риск и новые возможности сотворить что-то новое. В то же время есть отличия. В роли инвестора бизнесмен не обязан сам погружаться в новое дело и рутинные заботы. Он для управления новой идеей может нанять специалистов, менеджера. Задача предпринимателя-инвестора будет заключаться в организации эффективного контроля. Инвестор, в отличие от начинающего предпринимателя и предпринимателя-менеджера, работает с относительно свободными средствами. Даже если вся сумма берется в кредит, средства подстрахованы действующим

бизнесом. В отличие от менеджера инвестор направляет эти средства не на внутренние потребности организации, а в новое дело.

Успех предпринимателя-инвестора зависит от накопленного на предыдущих этапах опыта. Инвестор должен адекватно оценить перспективность и меру риска новой деятельности, разобраться в людях, которым поручается дело, организовать текущий и эффективный контроль над тем, как развиваются в новом деле процессы и механизмы.

Как можно заметить, освоение роли инвестора требует от бизнесмена очередной серьезной перемены в работе. Предприниматель опирается главным образом на свой прошлый опыт и на опыт, накопленный в окружающей бизнес-среде. Менеджер работает, прежде всего, с ситуацией, сложившейся в настоящее время, балансирует между накопившимися вчера проблемами и задачами завтрашнего дня. Инвестор обязан заботиться о будущих перспективах. Деятельность инвестора приводит к пониманию, что эффективность любых инвестиций определяется точностью долговременных прогнозов. «Перемещение» в будущее в немалой степени способствует тому, что на определенной стадии инвестор может сменить свою роль на высшую – роль лидера.

Предприниматель-лидер. Статус лидера и особенность его положения на рынке вынуждает предпринимателя искать ходы, ниши, способы действий, не использовавшиеся ранее в этой сфере.

Деятельность лидера протекает в условиях наибольшего риска, но и ожидаемая отдача также может быть максимальной. Постоянное балансирование на грани больших выигрышей и больших потерь предъявляет высокие требования к уровню внутренней устойчивости и зрелости личности предпринимателя на этой стадии.

Как только бизнесмен становится лидером, он становится центром внимания всех. Любой его успех анализируется, любые неудачи преувеличиваются, немедленно превращаясь для окружающих в свидетельства неизбежного и быстрого краха. Позицию лидера действительно трудно удержать. Как только бизнесмен, приложив множество усилий, потратив много средств и времени,

находит новые ходы и внедряет новшества у себя, они тут же подхватываются окружающими.

Для того чтобы быть лидером, предприятие не обязательно должно быть крупным, первым на рынке, в технологии и т.п. Второе или даже третье место часто является более предпочтительным, так как оно позволяет сконцентрировать усилия на каком-либо одном участке рынка, на определенной группе потребителей. В этом и заключается подлинное лидерство. Следует помнить, что любое лидерство преходяще и скоротечно. Позиции лидерства являются временным преимуществом, так как для рынка существующие результаты и знания, являющиеся ресурсами развития, доступны и легко достижимы.

В бизнесе, как и в физической системе, энергия всегда проявляет тенденцию к рассеиванию. Бизнес стремится к движению от позиций лидерства к позиции посредственности. В обязанности руководителя входит противодействовать движению в направлении посредственности, развивать позиции лидерства, стараться заменить инерцию новой энергией и новым направлением движения.

С точки зрения темпов и возможностей развития бизнеса быть вторым или третьим выгоднее и эффективнее. По-видимому, главной причиной существования лидеров в бизнесе является психология человека. Стремление к лидерству – свойство человеческой природы. Благодаря этому качеству движение вперед все же осуществляется, несмотря на неизбежные потери, а энергия «усреднения» результатов разрывается прорывами инноваций.

История развития и основные идеи меценатства. Меценатство или благотворительность – одна из давних традиций, отражающих духовный потенциал общества. Меценатство – это культурно-исторический феномен, возникший на заре человеческого общества одновременно со способностью человека сочувствовать, сопереживать. Сегодня меценатство может иметь и прагматические цели.

Меценатство является общественной деятельностью, в форме инициативы и материальной поддержки, играющую существенную роль в развитии и

функционировании образования и искусства. Расцвет меценатства приходится на конец XIX и XX века. Оно отражает духовный потенциал общества.

Темпы развития меценатства и благотворительности как социального явления определялись объективными и субъективными предпосылками. К предпосылкам можно отнести:

- социально-экономические, связанные с проведением реформ, которые благоприятно сказывались на финансовом положении купеческих династий. Сформировался капитал, который служил источником благотворительности;

- социально-культурные предпосылки, обусловленные появлением новых направлений в искусстве;

- социально-религиозные предпосылки, наложившие отпечаток на сознание и поведение купеческих династий;

- социально-политические предпосылки, отразившиеся на театральном искусстве и художественном творчестве.

Целью меценатства является поддержка и стимулирование творческих инициатив в области искусства, образования и культуры.

Основу меценатской деятельности составляет личная инициатива, стремление к духовному совершенствованию, творческой ориентированности, гражданского сознания. Такая деятельность является немаловажной частью культурного и нравственного развития.

Функции меценатства:

- коммуникативная;

- формирование социального сознания;

- социальная память, дающая возможность сохранить многие памятники истории и культуры, страницы истории человечества.

Меценатство является способом сохранения, поддержания, приумножения ценностей отечественной культуры. Меценатство и культура – понятия, которые неразрывно связаны. На территории нынешней Республики Беларусь благотворительной деятельностью занимался род Радзивиллов. Николай Радзи-

вилл Сиротка первым показал богатства знаменитого рода, которые могут стать гордостью нашего государства

Благотворительностью занимался Михаил Огинский, государственный и военный деятель, композитор и поэт. С его именем связан расцвет Слонима во второй половине XVIII века.

Меценатство может содействовать широкому распространению театрально-концертной и фестивальной деятельности. В современном мире все заметнее утверждает себя современное искусство, искусство создающееся «здесь и сейчас», где все большее число предприятий продвигают и поддерживают коллекции современной живописи, поддерживают молодых артистов, финансируют биеннале.

Культура все больше привлекается в качестве общественного развития.

Основными пользователями благотворительности в сфере культуры могут быть:

- государство и административно-территориальные образования;
- предприятия и дотационные фонды;
- музеи;
- добровольные организации;
- реставрационные и доступные недвижимые объекты, имеющие статус исторических памятников;
- организации выставок и театральных зрелищ;
- государственные и частные высшие учебные заведения.

Преемственность традиций благотворительности и меценатства характеризует связи прошлого, настоящего и будущего в развитии культуры. Благодаря преемственности в развитии общественного сознания сохраняется и развивается духовное наследие поколений. Меценатство в сфере культуры можно рассматривать как проявление благотворительности.

Тема 4. Предпринимательская деятельность и принципы ее организации. Развитие рыночных отношений в сфере культуры

1. Виды бизнеса, их краткая характеристика.
2. Виды и формы предпринимательской деятельности в Республике Беларусь.
3. Предпринимательские риски и управление ими.
4. Общая характеристика коммерческих и некоммерческих организаций.
5. Предпринимательский капитал в сфере культуры и искусства

Виды бизнеса, их краткая характеристика. Несмотря на некоторые общие признаки, деятельность предпринимателей сильно различается. Это связано с тем, что в отдельных видах бизнеса возникают различные конкурентные преимущества и риски. Реализация преимуществ и преодоление рисков заставляет предпринимателей видоизменять механизмы функционирования своего дела. Кроме того существуют особенности в механизмах правового регулирования и правового обеспечения предпринимательской деятельности в разных видах бизнеса.

Общепринятой является классификация организаций по следующим критериям: размер; форма собственности; вид деятельности; вид выпускаемой продукции (вид работ); структура предприятия; источники финансирования; прибыль; организационно-правовая форма; форма объединения предприятий.

Фирмы, различающиеся по размеру, играют различную роль в обеспечении устойчивости и конкурентоспособности рыночной экономики, имеют различные риски и преимущества. По этому критерию различают крупный, средний и малый бизнес. Каждый из них имеет свои сильные и слабые стороны. Так, сильными сторонами малого бизнеса являются гибкость, более высокая рентабельность, использование незанятых ресурсов на неформальных рынках, зависимость от поддержки со стороны крупных фирм и государства. Слабые стороны – высокорискованный характер бизнеса, интуитивный характер и не-

специализированное управление, ограниченный доступ к высококачественным ресурсам, недостаток финансовых ресурсов.

Предпринимательство может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики. В этом случае за основу классификации принято право собственности на осуществление предпринимательских функций. Различают государственное предпринимательство (государственные унитарные или коммунальные унитарные предприятия) и частное предпринимательство (форма осуществления экономической активности от имени предприятия или индивидуального предпринимателя).

В зависимости от вида деятельности бизнес делится на производственный, коммерческий, финансовый и консультативный. Все эти виды могут функционировать отдельно или вместе. Производственный бизнес является ведущим видом бизнеса. К нему относятся инновационный, научно-технический, производство товаров и услуг, их производственное потребление, а также информационная деятельность в этих областях.

Поле деятельности коммерческого бизнеса – товарные биржи и торговые организации. Основным полем деятельности финансового бизнеса являются коммерческие банки и фондовые биржи. Консультационный бизнес осуществляется в виде платных консультаций специалистов. Он получил название «консалтинг». Консалтинг – это предоставление независимых советов и помощи по вопросам управления, включая выявление и оценку проблем и (или) возможностей, рекомендацию соответствующих мер и помощь в их реализации. Консалтинговые услуги могут осуществляться в форме устных разовых советов, но чаще в виде консалтинговых проектов.

В зависимости от вида выпускаемой продукции (вида работ) предприятия разделяются на промышленные, сельскохозяйственные, предприятия строительного комплекса, транспорта и связи. Специализация предприятия не обязательно совпадает с административной структурой и основной специализацией отрасли. Например, в машиностроительной отрасли имеются металлургические, химические, транспортные и строительные предприятия, электростанции

и пр. Поэтому в народном хозяйстве отраслевую принадлежность предприятия могут определять по двум признакам – административно-организационному и продуктовому (чистому). В зависимости от структуры предприятия делятся на узкоспециализированные, многопрофильные и комбинированные.

В зависимости от источника финансирования различают:

– хозяйственные организации, работающие в сфере производства, услуг и научно-производственной сфере. Они, в свою очередь, подразделяются на производственные, научно-производственные, посреднические и др.;

– общественные организации – политические партии, союзы, блоки, экологические, правозащитные и другие организации, осуществляющие добровольную общественную деятельность.

В зависимости от распределения прибыли различают:

– коммерческие организации, основной целью деятельности которых является получение прибыли и к которым относятся хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы, унитарные предприятия;

– некоммерческие организации, основной целью деятельности которых является не получение прибыли, но которые могут заниматься предпринимательской деятельностью и получать прибыль, идущую на покрытие текущих расходов и развитие. К этим организациям относятся общественные объединения, религиозные объединения, учреждения, благотворительные фонды, ассоциации, союзы.

Виды бизнеса в зависимости от организационно-правовой формы собственности: индивидуальное предпринимательство, хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, акционерные общества, унитарные предприятия, производственные кооперативы.

Наряду с организационно-правовыми формами предпринимательства широко используются разные формы интеграции предприятий. Основные: концерн, корпорация, консорциум, холдинг, ассоциация, картель, синдикат, союз.

Виды и формы предпринимательской деятельности в сфере культуры Республики Беларусь. Предпринимательство является экономической и новаторской деятельностью, в процессе которой приводятся в соответствие предложение и спрос, создаются новые товары и услуги в условиях постоянного риска.

Предпринимательство может осуществляться в государственном и частном секторе.

В зависимости от содержания предпринимательской деятельности и ее связи с основными стадиями воспроизводственного процесса различают разные виды предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое и страховое.

Производственное предпринимательство использует орудия и предметы труда, производит продукцию, товары, услуги, работы, информационные и духовные ценности для последующей продажи потребителям. Осуществление предпринимательской сделки связано с денежными затратами. Результатом производственно-предпринимательской сделки является реализация произведенных товаров с получением за них денежной выручки. Обмен товара на деньги представляет собой торговую, товарно-денежную, коммерческую процедуру. Это относительно самостоятельная сбытовая сделка, неизбежно сопровождающая производственное предпринимательство. Финансовый итог производственного предпринимательства характеризуется прибылью.

Коммерческая деятельность – это деятельность где предприниматель выступает в роли коммерсанта, торговца, продавая готовые товары по цене, которая превышает цену приобретения. Общая схема коммерческо-предпринимательской деятельности во многом аналогична схеме производственно-предпринимательской деятельности. Отличие в том, что отсутствует блок производства, который заменяется получением товара. Коммерческой сделке предшествует маркетинговый анализ рынка.

Финансовая деятельность является особой формой коммерческого предпринимательства, в которой в качестве предмета купли-продажи выступают

деньги и ценные бумаги, продаваемые покупателю или предоставляемые ему в кредит.

Страховое предпринимательство заключается в том, что предприниматель гарантирует страхователю имущества, ценностей и жизни за определенную плату компенсацию определенного ущерба в результате непредвиденного бедствия.

В сфере культуры в Республике Беларусь есть производственная предпринимательская деятельность и коммерческая предпринимательская деятельность. Эти виды связаны с производством и реализацией печатной продукции, сувенирной, выполнением реставрационных работ, кинопрокатом, производством и продажей предметов народных промыслов продажей музыкальных произведений и др.

В сфере культуры Республики Беларусь есть открытые акционерные общества с государственным капиталом, унитарные предприятия, малые предприятия в формах ООО, ОДО.

Единоличные предприятия – это бизнес одного человека или его частная собственность. Владелец данного предприятия имеет материальные ресурсы и капитальное оборудование, необходимое для производственной деятельности и лично контролирует деятельность предприятия.

Достоинствами единоличного предприятия являются:

- небольшие налоги ;
- возможность предоставлять персональные услуги;
- получение всей прибыли в случае успеха.

Недостатки:

- меньшая стабильность;
- ограниченность производственных возможностей;
- полная ответственность.

Партнерство – участие нескольких партнеров. Партнерства бывают разные в зависимости от степени участия в деятельности предприятия партнеров. Все партнеры могут играть активную роль в функционировании предприятия.

Вместе с тем есть партнерства, где один или несколько партнеров могут быть пассивными.

Положительными сторонами партнерства являются:

- объединение капитала позволяет открыть более перспективное дело;
- ответственность распределяется между партнерами;
- легко создаются и привлекают банковский капитал.

К недостаткам можно отнести:

- участие в управлении нескольких человек;
- ограниченность финансовых ресурсов;
- непредсказуемая продолжительность деятельности.

Предпринимательские риски и управление ими. Законодательно установлено, что предпринимательская деятельность является рискованной. Многие решения в предпринимательской деятельности приходится принимать в условиях неопределенности, когда сложно предсказать лучший вариант решения. Поэтому риск составляет неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения.

Предприниматель может частично переложить риск на других субъектов экономики, но полностью избежать риска он не может.

Под предпринимательским понимается риск, возникающий при любых видах предпринимательской деятельности, связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией; товарно-денежными и финансовыми операциями; коммерцией, а также осуществлением научно-технических проектов.

В первую очередь необходимо выделить типы рисков, сгруппировав их по определенным признакам.

Исходя из источников возникновения рисков, следует различать:

- риск, связанный с хозяйственной деятельностью;
- риск, связанный с личностью предпринимателя;
- риск, связанный с недостатком информации о состоянии внешней среды.

В зависимости от сферы возникновения предпринимательские риски можно подразделить на внешние и внутренние. Источником возникновения внешних рисков является внешняя среда по отношению к предпринимательской фирме.

Предприниматель не может оказывать на них влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности. Речь идет о непредвиденных изменениях законодательства; неустойчивости политического режима в стране, национализации и т.д.

Внутренние риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, а также в результате внутрифирменных злоупотреблений. Это также кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем сотрудников предпринимательской фирмы.

С точки зрения длительности во времени предпринимательские риски можно разделить на кратковременные и постоянные. К группе кратковременных относятся те риски, которые угрожают предпринимателю в течение известного отрезка времени, например, транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза, или риск неплатежа по конкретной сделке.

К постоянным рискам относятся те, которые непрерывно угрожают предпринимательской деятельности в данном географическом районе или в определенной отрасли экономики, например, риск неплатежа в стране с несовершенной правовой системой или риск разрушений зданий в районе с повышенной сейсмической опасностью.

В соответствии с возможностью страхования все риски можно разделить на те, которые можно застраховать и не подлежащие страхованию.

В деятельности предпринимателя могут быть различные риски одновременно: товарный, неплатежеспособности, коммерческий, ценовой, валютный.

Товарный риск – риск приобретения товара низкого качества; риск создания и освоения производства товаров требуемого качества, пользующихся спросом и способных победить в конкурентной борьбе. Товарный риск преодо-

леваются сертификацией продукции и реализацией принципа взаимовыгодности нововведения.

Риск неплатежеспособности – потенциальное понижение стоимости активов до полного обесценения собственного капитала. Преодолевается сбалансированностью самофинансирования инвестиций в производство и издержек производства (если инвестиции превышают издержки, то величина капитала возрастает, если издержки превышают инвестиции – величина капитала уменьшается).

Валютный риск – опасность валютных потерь, связанных с изменением курса иностранной валюты по отношению к национальной валюте при проведении внешнеторговых операций, операций на фондовых и товарных биржах. Для экспортеров и импортеров валют риск возникает, когда валютой цены является иностранная для них валюта. Экспортер несет убытки при понижении курса валюты цены по отношению к его национальной валюте в период между заключением контракта и осуществлением платежа по нему. Для импортера убытки возникают при противоположном движении курса – при повышении курса валюты цены по отношению к его национальной валюте.

Коммерческий риск – риск потери денежных ресурсов из-за неблагоприятного соотношения цен покупки и цен продажи товара или в результате безответственности товаропроизводителя. Коммерческие риски определяются соотношением спроса и предложения на рынке, их динамикой, а также условиями обеспечения обязательств сторон, обусловленных договором купли-продажи.

Ценовой риск – риск выбора надлежащего значения цены с одной стороны, соответствующего удовлетворению платежеспособного спроса, а с другой – покрывающего издержки производства и обеспечивающего прибыль. Ценовой риск преодолевается реализацией принципа взаимовыгодности нововведений.

Риск есть вероятностная категория, и в этом смысле наиболее обоснованно с научных позиций характеризовать и измерять его как вероятность возникновения определенного уровня потерь. Для оценки величины риска выделяют следующие зоны риска: безрисковая область, зона допустимого риска, зона

критического риска, катастрофический риск. Среди способов оценки риска выделяют статистический, экспертный, расчетно-аналитический.

К основным способам снижения риска на практике относят:

- диверсификацию;
- распределение риска между участниками проекта (передача части риска соисполнителям);
- страхование;
- хеджирование;
- резервирование средств;
- покрытие непредвиденных расходов.

Общая характеристика коммерческих и некоммерческих организаций. Коммерческая деятельность является составной частью производственно-хозяйственной деятельности любого предприятия – товаропроизводителя или самостоятельным видом деятельности (например, торговля, торговое посредничество, банковская деятельность и т. д.). Как самостоятельный вид деятельности коммерческая деятельность может быть не связана с производственным процессом (купля-продажа активов, в т.ч. производственных, ценных бумаг, финансовый лизинг). Коммерческая деятельность осуществляется коммерческими организациями.

Коммерческие организации – это юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Коммерческие организации могут быть в форме хозяйственного товарищества, хозяйственного общества, кооператива, государственных и частных унитарных предприятий. В системе Министерства культуры Республики Беларусь есть акционерные общества с долей государства в уставном капитале, государственные унитарные предприятия. Кроме того, есть ООО и ОДО, индивидуальные предприниматели, работающие по договорам с организациями культуры и искусства.

Прибыль нужна коммерческой организации для организации и развития производства в интересах удовлетворения дальнейших, в т.ч. новых, потребно-

стей. Прибыль непосредственно инвестируется в развитие производства и используется для решения социальных потребностей организации, для материального стимулирования.

Производство продукции, работ, услуг не может существовать без потребностей в этих товарах. Если потребность мала или товар плох и не удовлетворяет потребность, то и прибыль будет мала или не будет получена вообще. Таким образом, коммерческая деятельность связана с поиском потребностей, удовлетворение которых принесло бы предприятию прибыль. Поиск потребностей осуществляется в рамках маркетинга. Коммерческие организации принимают решения по специализации или диверсификации своей деятельности, определяют направления развития товаров и технологий, разрабатывают свою ассортиментную политику, разрабатывают стратегические планы, выбирают стратегические позиции в конкуренции.

К некоммерческим организациям относятся организации, финансируемые собственником учреждения, потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации, благотворительные фонды и т. д. Они также могут осуществлять коммерческую деятельность, но лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствуют этим целям.

Некоммерческие организации не ставят в качестве основной цели извлечение прибыли. Если же они зарабатывают прибыль в ходе своей деятельности, то они не распределяют ее между участниками, а направляют на развитие, свою миссию, уставные цели. Получение прибыли подчинено более высокой цели – удовлетворению потребностей общества в общественно полезной услуге, а также потребности в рабочих местах. Очевидно, что для некоммерческой организации наличие потребности также актуально. Если не будет потребности, спроса на услуги в пределах уставной деятельности, то собственник вынужден будет сокращать численность работающих или вовсе закрывать учреждение. Для коммерческой деятельности некоммерческих организаций культуры спрос

на услуги, потребность в них позволяет привлекать дополнительные денежные и материальные ресурсы и укреплять материальную базу учреждений.

Как и в коммерческих организациях, поиск потребностей в услугах является актуальным. Он осуществляется в рамках маркетинга.

Малые предприятия могут быть созданы частными лицами, предприятиями и государственными или общественными организациями. Акционерное общество создается на основе соглашения юридических и физических лиц (в том числе и иностранных), которые выпускают свои акции, имеющие целью удовлетворение общественных потребностей и извлечение прибыли. Общество с ограниченной ответственностью (ООО) учреждается несколькими лицами. Уставный капитал ООО разделен между учредителями на доли, определенные учредительными документами. Участники Общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков в пределах своих вкладов. Уставный капитал Общества с ограниченной ответственностью составляется из стоимости вкладов его участников. Данная форма наиболее распространена среди мелких и средних предприятий. Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) учреждается двумя или более лицами, уставный фонд разделен на доли в соответствии с учредительными документами. Участники ОДО солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в пределах, указанных в учредительных документах.

Открытое акционерное общество (ОАО) имеет следующие черты: участники этого общества могут отчуждать принадлежащие ему акции без согласия других акционеров неограниченному кругу лиц. ОАО проводит открытую подписку на акции и свободную их продажу на условиях установленных законодательством. Закрытое акционерное общество (ЗАО) – это общество, участник которого может отчуждать акции ограниченному кругу лиц с согласия других акционеров.

Предпринимательский капитал в сфере культуры и искусства. Под капиталом понимаются материальные, финансовые и интеллектуальные ценности, служащие средством извлечения прибыли. Соответственно предпринимательский капитал – это средства, используемые для извлечения предпринимательской прибыли.

С теоретических позиций капитал – одна из экономических категорий. Сущность капитала как экономической категории можно выразить в следующем определении: «Это стоимость, приносящая прибавочную стоимость». Всеобщая формула капитала имеет вид: $D - T - D1$, где D – денежные ресурсы, инвестируемые в бизнес. Они используются для приобретения факторов производства. T – созданный в бизнесе продукт. $D1$ – выручка от реализации, содержащая доход (прибыль).

Структура капитала – это соотношение: 1) между собственным и заемным капиталом; 2) между видами активов, т.е. между теми видами средств, в которые инвестирован капитал, чтобы получить в будущем прибыль.

В состав предпринимательского капитала могут входить:

1) технические средства производства (здания, сооружения, оборудование, станки, транспорт и др.), используемые предпринимателем на законном основании. Они могут быть собственными и арендованными, находящимися во временном пользовании или лизинге;

2) материальные элементы оборотного капитала;

3) денежные элементы оборотного капитала;

4) интеллектуальная собственность (предпринимательская идея, способ производства, способ придания новых свойств товару, новый способ производства. Иначе говоря, все то, что включает в себя понятие «инновация»).

Потребность в определенном объеме капитала зависит от предпринимательской идеи. Размер первоначального капитала зависит от ряда факторов и, прежде всего, от отрасли, в которой планируется реализация предпринимательской идеи.

Первоначальный предпринимательский капитал запускается в оборот в момент начала реализации предпринимательского проекта. Его размер указывается в проекте. Инвестированный капитал разделяется на две большие части: основной и оборотный. Основной включает технические средства производства (земельные участки, здания, оборудование, транспорт и др.), оборотный – все, что предназначено для производственного потребления, продаж и личного потребления. При определении потребности в первоначальном капитале принимают во внимание его деление на основной и оборотный, а также структуру капитала.

Если предварительный расчет первоначального капитала позволяет считать проект приемлемым к реализации, то предприниматель составляет конкретный бизнес-план по инвестиционному проекту.

В процессе функционирования размер капитала изменяется, он может увеличиваться и уменьшаться в отдельные периоды. Особое внимание уделяется собственному капиталу. Источники собственного капитала: уставный капитал, резервный, добавочный капитал, нераспределенная прибыль, целевое финансирование и некоторые другие. В современных условиях величину уставного капитала организации, предприятия определяют самостоятельно. Исключение – акционерные общества, в которых государство устанавливает минимальный размер уставного капитала. Соотношение между собственным и заемным капиталом образует структуру капитала. Она, в свою очередь, оказывает влияние на финансовую устойчивость субъекта.

Тема 5. Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры и искусства

1. Этапы создания собственного дела.
2. Порядок создания предпринимательских структур в сфере культуры и искусства.
3. Документы, опосредующие предпринимательскую деятельность, и их краткая характеристика.
4. Права и обязанности предпринимателя.

5. Персональная ответственность предпринимателя.

Этапы создания собственного дела. В учебной литературе называют следующие 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.

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 регули-

руется Положением о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций, утвержденным постановлением Совмина от 05.02.2009 г. № 154, и конкретизируется постановлением Министерства юстиции от 05.03.2009 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 исполкоме 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 в размере 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. 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. Специальные разрешения на изготовление печатей (штампов) сегодня не требуется. Изготовителю печати нужно представить: проштампованный оригинал Устава плюс копии титульного и первого листов; заявление, подписанное руководителем юридического 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 учреди-

тель является и директором. На основании этой нормы Устава создается приказ о вступлении в должность директора.

Порядок создания предпринимательских структур в сфере культуры и искусства. Предпринимательская структура считается созданной с момента ее государственной регистрации. Официального определения предпринимательской структуры нет. Среди ученых и практиков есть мнение, что под предпринимательской структурой следует понимать любые субъекты предпринимательской деятельности и их подразделения.

В соответствии с Положением о государственной регистрации субъектов хозяйствования, утвержденным Декретом Президента РБ № 1 от 16.01.2009 г., государственная регистрация юридического лица производится по месту его нахождения, а индивидуальных предпринимателей (ИП) – по месту жительства.

За государственную регистрацию коммерческих и некоммерческих организаций, ИП, изменений и дополнений, вносимых в учредительные документы, выдачу дубликатов свидетельств о государственной регистрации и в других случаях, предусмотренных в нормативных актах, взимается госпошлина.

Государственная регистрация осуществляется следующими регистрирующими органами:

- Нацбанком – банков и небанковских кредитно- финансовых организаций;
- Министерством финансов – страховых организаций, страховых брокеров, объединений страховщиков;
- Министерством юстиции – торгово-промышленных палат;
- Администрациями свободных экономических зон – коммерческих и некоммерческих организаций, ИП в свободных экономических зонах;
- облисполкомами, Брестским, Витебским, Гомельским, Гродненским, Минским, Могилевским горисполкомами – всех других субъектов хозяйствования.

Для государственной регистрации коммерческих организаций в регистрирующий орган представляются:

- заявление о государственной регистрации;
- Устав (или учредительный договор) в двух экземплярах без нотариального засвидетельствования, его электронная копия;
- для учредителей, являющихся иностранными организациями, легализованная выписка из торгового регистра страны учреждения или иное эквивалентное доказательство юридического статуса организации;
- копия документа, удостоверяющего личность, для учредителя, являющегося иностранным физическим лицом;
- оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату госпошлины.

Для государственной регистрации ИП в регистрирующий орган представляются:

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

Если в учредительные документы вносятся изменения и (или) дополнения, то юридическому лицу в регистрирующий орган нужно представить:

- заявление о государственной регистрации;
- изменения и (или) дополнения в двух экземплярах, которые должны быть оформлены в виде приложений к уставу (учредительному договору) без нотариального засвидетельствования, их электронная копия;
- оригинал свидетельства о государственной регистрации в случае изменения наименования организации или ее реорганизации;
- оригинал либо копию платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.

Индивидуальный предприниматель в подобной ситуации должен представить следующие документы:

- заявление о государственной регистрации;
- оригинал свидетельства о государственной регистрации;
- фотография ИП;
- оригинал либо копию платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.

Внесение изменений (дополнений) влечет выдачу нового свидетельства о государственной регистрации.

Коммерческие организации (кроме банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, страховых организаций) обязаны представить в регистрирующий орган по месту нахождения организации уведомление об изменении местонахождения коммерческой организации, уведомление о назначении (замене) руководителя (иного лица, действующего от имени организации) в течение 10 рабочих дней со дня такого назначения (замены). Указанные уведомления могут быть представлены в электронном виде посредством веб-портала ЕГР Единый государственный реестр).

Для постановки на учет юридических лиц и ИП в инспекцию Министерства по налогам и сборам (ИМНС) представляются следующие документы:

- заверенная руководителем юридического лица копия свидетельства о государственной регистрации, а также заверенные копии учредительных документов. (Все документы прошиваются нитками, сзади на нитки клеится бумага и на ней ставится заверение);
- заверенные копии паспортов директора и бухгалтера;
- заверенные копии приказов о назначении директора и бухгалтера;
- копию документа из регистрирующего органа, подтверждающего постановку на учет в налоговых организациях.

Кроме того, в ИМНС необходимо:

- зарегистрировать Книгу учета проверок. Это необходимо сделать не позднее 1 месяца со дня постановки на налоговый учет;

- получить Книгу замечаний и предложений;
- подать в течение 10 рабочих дней со дня получения свидетельства о госрегистрации заявление о применении упрощенной системы налогообложения (для тех, кто планирует ее применять).

Для постановки на учет в ФСЗН необходимы следующие документы:

- заверенная копия свидетельства о госрегистрации;
- заверенная копия учредительных документов;
- заверенные копии паспортов директора и бухгалтера;
- заверенные копии приказов о назначении директора и бухгалтера;
- копия приказа о сроках выплаты заработной платы;
- копия документов из исполкома, подтверждающих постановку на учет в налоговых организациях.

В Белгосстрах необходимо представить документы с данными о директоре и бухгалтере.

Документы, опосредующие предпринимательскую деятельность, и их краткая характеристика. 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.

Права и обязанности предпринимателя. Рассматривая права предпринимателей, следует иметь в виду, что под предпринимателями понимаются как индивидуальные, так и коллективные предприниматели, т.е. предпринимательские организации. Права предпринимателей, как правило, регламентируются (устанавливаются) законодательством и обычаями делового оборота. Так, гражданские права и обязанности предпринимателей возникают:

- из договоров и иных сделок, предусмотренных законом, а также из договоров и иных сделок, хотя и не предусмотренных законом, но не противоречащих ему;

- из актов государственных органов и органов местного самоуправления, которые предусмотрены законом в качестве возникновения гражданских прав и обязанностей;

- из судебного решения, установившего гражданские права и обязанности;

- в результате приобретения имущества по основаниям, допускаемым законом;

- в результате создания произведений науки, литературы, искусства, изобретений и иных результатов интеллектуальной деятельности;

- вследствие причинения вреда другому лицу;

- вследствие необоснованного обогащения;

- вследствие иных действий граждан и юридических лиц;

- вследствие событий, с которыми закон или иной правовой акт связывает наступление гражданско-правовых последствий.

Согласно действующему законодательству предприниматели имеют следующие *права*:

- заниматься любым видом деятельности (бизнеса), разрешенным законами;

- создавать собственное дело в любой организационно-правовой форме;

- иметь в собственности (хозяйственном ведении) любое имущество, необходимое для осуществления предпринимательской деятельности.

Размер приобретаемого имущества законом не ограничен. Бремя содержания имущества несет сам собственник;

- самостоятельно планировать свою деятельность, разрабатывать бизнес-план и другие виды планов;

- самостоятельно выбирать потребителей продукции, поставщиков всех факторов производства, заключать в соответствии с законодательством предпринимательские договоры;

- самостоятельно устанавливать формы и системы оплаты труда наемных работников, различные дополнительные формы материального поощрения, но эти права должны быть зафиксированы в учредительных документах и не должны противоречить трудовому законодательству;

- устанавливать дополнительные отпуска наемным работникам;

- самостоятельно привлекать к трудовой деятельности работников, заключая с ними договоры гражданско-правового характера, трудовые договоры (контракты) в соответствии с трудовым законодательством;

- заниматься внешнеэкономической, внешнеторговой деятельностью в соответствии с установленным порядком;

- открывать счета в любых банках;

- пользоваться финансово-кредитной, имущественно-материальной поддержкой и другими формами государственной поддержки в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь;

- получать государственный заказ на изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг;

- на защиту своих законных интересов (прав) от неправомерных решений органов государственной власти и должностных лиц.

Предприниматели как граждане имеют все личные имущественные и неимущественные права, установленные Конституцией Республики Беларусь, ГК Республики Беларусь и другими законодательными актами.

В соответствии со ст. 21 первой части Налогового кодекса Республики Беларусь предприниматели как налогоплательщики имеют следующие права:

- 1) получать от налоговых органов по месту учета бесплатную информацию о действующих налогах и сборах, законодательстве о налогах и сборах;
- 2) получать от налоговых органов письменные разъяснения по вопросам применения законодательства о налогах и сборах;
- 3) использовать налоговые льготы при наличии оснований и в порядке, установленном законодательством о налогах и сборах;
- 4) получать отсрочку, рассрочку, налоговый кредит или инвестиционный налоговый кредит в установленном порядке;
- 5) на своевременный зачет или возврат сумм излишне уплаченных либо излишне взысканных налогов;
- 6) требовать от должностных лиц налоговых органов соблюдения законодательства о налогах и сборах;
- 7) не выполнять неправомерные акты и требования налоговых органов и их должностных лиц, не соответствующие налоговому законодательству;
- 8) обжаловать в установленном порядке решения налоговых органов и действия (бездействие) их должностных лиц;
- 9) требовать соблюдения налоговой тайны;
- 10) требовать в установленном порядке возмещения в полном объеме убытков, причиненных незаконными решениями налоговых органов или незаконными действиями (бездействием) их должностных лиц.

Физические лица как индивидуальные предприниматели наряду с вышеперечисленными имеют следующие права:

- быть участниками полных товариществ;
- быть исполнительными органами (единоличными) акционерного общества (по заключенному договору с АО);
- быть в установленном порядке арбитражным управляющим (внутренним, внешним, конкурсным);
- выступать на организованном рынке ценных бумаг в качестве брокера;
- заниматься аудиторской деятельностью.

Обязанности предпринимателей как хозяйствующих субъектов установлены действующим гражданским законодательством, другими законами и нормативными актами.

Предприниматели *обязаны*:

– в установленные сроки стать на учет (переучет) в налоговом органе и зарегистрироваться в уполномоченных органах государственных внебюджетных социальных фондов;

– самостоятельно исполнять обязанности по уплате налогов в сроки и в размере, установленном законодательством;

– самостоятельно исполнять обязанности по уплате в установленном размере и в сроки, другие обязательные платежи и сборы;

– своевременно предоставлять в налоговый орган декларацию о доходах, другие документы и сведения, необходимые для исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей;

– вести бухгалтерский учет, составлять отчеты о финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с законодательством и нормативными актами, обеспечивая их сохранность в течение четырех лет;

– вносить исправления в бухгалтерскую отчетность в размере суммы сокрытого или заниженного дохода (прибыли), выявленного проверками налоговых органов;

– выполнять требования налогового органа об устранении выявленных нарушений законодательства о налогах;

– в установленном порядке получать лицензии на те виды деятельности, осуществление которых возможно только при получении лицензии в соответствии с законом;

– выпускать продукцию, выполнять работы, оказывать услуги в соответствии с действующими стандартами и (или) сертифицированную;

– не наносить своей деятельностью вреда окружающей среде, жизни и здоровью населения и потребителям товаров (работ и услуг);

- создавать необходимые санитарно-гигиенические и безопасные условия труда для наемных работников;
- в установленном порядке заключать коллективные договора (соглашения) с профессиональными (рабочими) организациями и своевременно их выполнять;
- не допускать монополистической деятельности на товарных рынках, недобросовестной конкуренции, злоупотребления доминирующим положением на рынке, не заключать соглашения, ограничивающие конкуренцию;
- не устанавливать монопольно высоких либо монопольно низких цен, соблюдать законодательство о регулировании ценообразования;
- в установленном порядке вести учет доходов и расходов, затрат на производство и реализацию товаров (работ, услуг);
- совершать сделки, заключать и исполнять предпринимательские договоры в соответствии с гражданским законодательством;
- не допускать ненадлежащей рекламы своих товаров (недобросовестной, недостоверной, неэтичной, заведомо ложной, скрытой);
- в установленные сроки и в полном объеме предоставлять в государственные органы статистическую отчетность о результатах хозяйственно-финансовой деятельности.

Персональная ответственность предпринимателя. Гражданское законодательство определяет, что одним из обязательных условий осуществления предпринимательской деятельности является имущественная ответственность как вид юридической ответственности, а это само по себе ограничивает возникновение иной ответственности участников данных правоотношений в случае нарушения ими установленных правил поведения. Обязательным условием для привлечения лица к гражданско-правовой (имущественной) ответственности является противоправность его поведения. Основанием для привлечения к имущественной ответственности участников правоотношений выступает противоправность их поведения, а необходимым условием для возложения на при-

чинителя вреда является наличие причинной связи между действиями правонарушителя и возникшим вредом. При этом физические лица в случае наступления имущественной ответственности находятся в привилегированном положении по отношению к юридическим лицам. В частности, в приложении 1 к Гражданскому процессуальному кодексу РБ содержится Перечень имущества граждан, на которое не может быть обращено взыскание по исполнительным документам. Такого ограничения по отношению к юридическим лицам законодательство не устанавливает.

Согласно ст. 52 ГК юридические лица, кроме финансируемых собственником учреждений, отвечают по своим обязательствам всем своим имуществом. В случаях же недостаточности имущества юридического лица оно в силу положений ст. 61 ГК может быть объявлено банкротом и ликвидировано.

Основой для имущественной ответственности являются нормы ГК и, в частности, ст. 14 ГК, согласно которой лицо, право которого нарушено, может требовать полного возмещения причиненных ему убытков, если законодательством или соответствующим законодательству договором не предусмотрено иное. Под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести, расходы для восстановления нарушенного права, утраты или повреждения имущества (реальный ущерб), а также упущенная выгода, т.е. неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено. Праву лица требовать возмещения убытков соответствует обязанность лица, нарушившего право, возместить эти убытки.

ГК не предусматривает никакой иной юридической ответственности за противоправность поведения, кроме имущественной.

Соотношение имущественной ответственности юридического лица и уголовной и административной ответственности его работников.

Согласно ст. 49 ГК юридическое лицо приобретает гражданские права и принимает на себя гражданские обязанности через свои структуры (органы), действующие в соответствии с законодательством и учредительными докумен-

тами. Соответственно все негативные последствия, которые могут возникнуть у юридического лица в виде имущественной ответственности, как правило, наступают в результате действий его структур, субъектами которых являются физические лица, и, за редким исключением, в результате действий работников юридического лица. Таким образом, юридическое лицо является формальным субъектом правоотношений, поэтому оно само по себе не может нарушить какую-либо норму права: в любом случае это нарушение будет совершено конкретными физическими лицами. Например, к юридическому лицу может быть применена ответственность в виде взыскания процентов за пользование чужими денежными средствами, если предприятие несвоевременно оплатило поставку продукции. А несвоевременная оплата продукции может произойти только при условии противоправности действий физического лица, например, если руководитель предприятия отдал распоряжение не оплачивать товар, либо оплатить поставку иного товара.

Нормы уголовного и административного права устанавливают соответствующую ответственность физических лиц за совершение общественно опасных деяний, являющихся преступлениями и административными правонарушениями, и не регулируют деятельность субъектов хозяйствования. Эти отрасли права устанавливают ответственность конкретных физических лиц за нарушения всех остальных отраслей права, будь то природоохранное право, гражданское право, налоговое право и т.д. При этом следует понимать, что субъектом как уголовной, так и административной ответственности может являться только физическое лицо, достигшее определенного возраста (имеется в виду возраст, с которого наступает соответствующая ответственность). Поэтому юридическое лицо не может быть подвергнуто уголовному преследованию либо административной ответственности, на него может быть возложена только имущественная ответственность в виде экономических санкций, возмещения вреда и т.п.

Пределом применения к юридическому лицу имущественной ответственности служит его ликвидация, что для работников означает потерю работы и в отдельных случаях возложение субсидиарной имущественной ответственности.

При совершении же общественно опасного деяния, признанного преступлением либо административным правонарушением, последствия заключаются в негативном воздействии на конкретное лицо, совершившее соответствующие действия, которые преследуются по уголовному и административному законам. Причем, как правило, виновное физическое лицо несет ответственность не только в виде поражения в имущественных правах, но и в виде поражения в личной свободе. Такое физическое лицо самостоятельно несет ответственность за совершение указанных действий независимо от того, совершено это действие в интересах юридического лица или нет, за исключением действий, совершенных в состоянии крайней необходимости либо при обоснованном риске, а также в других случаях (ст. 34-40 Уголовного кодекса РБ (далее – УК), ст. 17-19 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях (далее – КоАП)). При этом следует отметить, что выполнение юридическим лицом возложенной на него имущественной ответственности не влечет за собой автоматического неприменения мер личной ответственности к виновным физическим лицам. Если в результате деятельности юридического лица установлены признаки преступления или административного правонарушения (например, порча земель, неуплата налогов, незаконная предпринимательская деятельность), то, естественно, что данные виновные действия совершены конкретными физическими лицами, которые и будут нести личную ответственность. Это означает, что непосредственно после установления соответствующими органами фактов неуплаты налогов, получения незаконного дохода материалы в обязательном порядке будут направляться в правоохранительные органы для проведения проверки на предмет привлечения конкретных лиц к уголовной или административной ответственности. Итак, каждый предприниматель обладает определенными правами и обязанностями предпринимателя.

Тема 6. Специфика предпринимательства в различных организациях культуры и искусства

1. Предпринимательская деятельность в библиотечном деле.
2. Предпринимательская деятельность в музейном деле.

3. Предпринимательская деятельность в кинопрокате.

4. Предпринимательская деятельность в туризме.

Предпринимательская деятельность в библиотечном деле. На протяжении длительного времени основными функциями библиотек были сохранение, распространение, поиск, учет и использование рукописных и печатных документов. Однако с возникновением цифровых технологий подходы к хранению и использованию информации коренным образом изменились.

Основная функция современной библиотеки – информационное обеспечение жизнедеятельности социума в целом и каждого человека в отдельности. Для эффективной реализации этой функции библиотеке необходимо творчески подходить к своей работе, осваивать современные модели менеджмента, маркетинговые и инновационные технологии. Грамотное использование управленческих технологий позволяет эффективно осуществлять руководство деятельностью предприятия. Дифференцированные маркетинговые исследования дают информацию об интересах и потребностях различных категорий пользователей. Владение PR-технологиями позволяет поддерживать контакт с административными органами, выстраивать деловые отношения со спонсорами и меценатами.

Библиотечное дело – информационная, культурно-просветительская и образовательная деятельность, в задачи которой входят создание и развитие сети библиотек, формирование и обработка их фондов, организация библиотечного, информационного и справочного материала.

Согласно ст. 137 Кодекса о культуре каждая конкретная библиотека вправе осуществлять деятельность, приносящую доход, в том числе оказывать платные услуги. Номенклатура услуг изменяется в зависимости от спроса на рынке услуг и возможностей каждой библиотеки.

Размер денежных средств, которые поступают из дополнительных источников финансирования, не ограничивается. Эти денежные средства не могут быть сняты с использования на конец бюджетного года, не учитываются при определении объемов бюджетного финансирования на наступающий год и

должны направляться на осуществление уставной деятельности библиотек. Документы из библиотечных фондов, которые не пользуются спросом, в установленном законодательством порядке могут передаваться другим библиотекам бесплатно или за плату, а также путем документообмена между библиотеками.

Библиотеки оказывают комплекс услуг, в котором бесплатные услуги служат средством привлечения пользователей, а платные – средством предпринимательской деятельности, позволяющей увеличить ресурсы развития учреждения. Библиотеки вправе привлекать средства спонсоров, меценатов для укрепления своей материальной базы.

В практике библиотечного маркетинга реализуются две его составляющие: коммерческая, связанная с предоставлением платных услуг, и некоммерческая – бесплатных услуг. Коммерческий маркетинг используется для достижения экономического результата (прибыли) путем удовлетворения социальных потребностей общества. Понятие некоммерческого маркетинга применимо к деятельности, целью которой является достижение социального эффекта без получения коммерческой выгоды. При этом средства некоммерческого маркетинга позволяют наиболее эффективно определить реальные и потенциальные потребности населения и повысить конкурентоспособность библиотек.

Для достижения максимальной эффективности управленческой и предпринимательской деятельности необходимо целенаправленное изучение опыта использования разнообразных моделей менеджмента, выявление методов и механизмов, прогрессивных технологий и способов, эффективных в отечественных условиях, поскольку главная цель в любой модели менеджмента – это обеспечение стабильности развития в условиях нестабильной внешней среды.

Предпринимательская деятельность в музейном деле. В мировых ведущих художественных музеях сегодня используют популярную культуру и популярные развлечения – это, естественно, шокирует ценителей искусства старой школы и приятно удивляет новую публику. Музеи становятся брендами и не боятся широкой популярности. Предприниматели могут создавать компа-

нии музейного типа, которые уделяют основное внимание впечатлениям и взаимодействию от своих брендов. Сближение коммерции и культуры происходит вне музейных интерьеров.

Первые музеи и художественные галереи в стиле шоу появляются во второй половине 70-х годов XX века, которые были представлены художественными выставками-«блокбастерами». Директора музеев стали организовывать блокбастеры импрессионистов, которые хорошо известны публике.

Сейчас в музейном деле в стиле шоу начинается новая эра. Происходит слияние искусства и технологий, коммерции и культуры, что, естественно, предоставляет широкие возможности для предпринимательской деятельности в музейном деле.

В последнее десятилетие мир музеев разных стран обращает внимание к этике бизнеса в стиле шоу, т.е. это не просто созерцание, а динамическое взаимодействие публики и музейных экспонатов. Музеи стали производить мультимедийные средства, предлагая интерактивные развлечения, концерты, фильмы и живые представления, приглашая зрителей к физическому контакту, игре, взаимодействию.

В музеях создают торговые места, которые тоже влияют на впечатления от музейного бизнеса, где продаваемая продукция напоминает музейную коллекцию. В этих тематических магазинах может играть музыка, связанная с шоу.

Согласно Кодексу о культуре музей может осуществлять деятельность, приносящую доходы, в том числе оказывать платные услуги. Значительные права предоставлены музеям – заповедникам, музеям под открытым небом. Они могут осуществлять деятельность по растениеводству, животноводству, производству товаров народного потребления, приготовлению продуктов питания с применением технологий и рецептов соответствующего периода. Музеи также обеспечивают выполнение проектных и творческих работ по консервации, реставрации и ремонту предметов, материалов, объектов природного наследия.

Благотворительная (спонсорская) деятельность в музейном деле – необходимое условие для развития.

Предпринимательская деятельность в кинопрокате. Киноискусство – вид искусства, основанный на технической основе кинематографа. Киноискусство является синтезом литературы, изобразительного искусства, театра и музыки. Кинематограф в XX и начале XXI вв. является новым и вместе с тем старейшим искусством, наиболее сформировавшимся элементом активно расширяющейся области экранной культуры. Современная ситуация характеризуется отчетливой потребностью кинематографа в осмыслении своей специфики, месте в культуре и перспективах будущего развития.

Обсуждение темы специфики кино сопровождало всю его историю. Однако ответы давали лишь на одну из сторон феномена киноискусства.

Проблемы, связанные со спецификой, основаниями и особенностями киноискусства, по-новому выглядят в современной ситуации. Новые феномены современного искусства проявили себя в аудиовизуальной сфере, связанной с новыми технологиями художественного творчества и новой потребительской ситуацией.

Современное белорусское кино ищет новые пути развития. Отечественные фильмы завоевывают награды престижных кинофестивалей мира. Драма «В тумане» (режиссер Сергей Лозница), снятая международной группой по повести Василя Быкова, на 65-м Каннском кинофестивале в 2012 г. удостоена специального приза жюри Международной федерации кинопрессы FIPRESCI.

В Беларуси осуществляется много совместных проектов с кинематографистами стран мира. На «Беларусьфильме» снимали фильмы Никита Михалков, Петр и Валерий Тодоровские, Дмитрий Астрахан, Александр Сокуров.

Кинодистрибьютор – это компания или доверенное лицо, ответственное за прокат фильма. Дистрибьютор определяет дату выхода фильма и способы, по которым фильм будет доступен для просмотра; например, непосредственно публич-

ные показы в кинотеатрах или только для домашнего просмотра (DVD, кино-по-запросу, скачивание, распространение через подписку на телеканалы и т.д.).

Кинодистрибьютор должен обеспечить:

- письменный контракт, который предусматривает сумму с продаж билетов;
- сборы причитающейся суммы;
- проверку экспонента по продажам билетов;
- передачу причитающейся суммы компании-производителю фильма или любому другому посреднику (например, агенту, выпустившему фильм).

Кинодистрибьютор также должен:

- гарантировать наличие достаточного количества копий фильма, необходимого на день проведения премьеры;
- обеспечить их доставку в кинотеатр ко дню показа;
- следить за тем, чтобы фильм показывали в кинотеатрах даже с минимальным количеством зрителей и должное количество раз;
- обеспечить возвращение всех копий фильма в срок, прописанный в контракте.

С практической точки зрения, при прокате фильма в кинотеатрах деятельность кинодистрибьютора включает в себя доставку фильмов.

Если кинодистрибьютор работает с иностранным фильмом, он может также нести ответственность за обеспечение дубляжа или субтитров для фильма, а также цензуры или иных организационно-правовых «одобрений» для показа фильма на территории, где кинодистрибьютор ведет свой бизнес. В случае, когда кинодистрибьютор решает сотрудничать с местным дистрибьютором на определённой территории, название данного дистрибьютора указывается в материалах фильма, распространяемых на данной территории. Иностранному дистрибьютору разрешается лицензировать фильм на определенное количество времени [1].

Обсуждение темы специфики кино сопровождало всю его историю. Однако те ответы, которые не раз давала на эти вопросы теория киноискусства, на каждом из этапов своего развития абсолютизировали лишь одну из сторон этого феномена.

Предпринимательская деятельность в туризме. Предпринимательская деятельность по оказанию туристических услуг на современном этапе развития общества является одним из самых динамичных секторов как для национальной, так и мировой экономики. Развитие туризма и туристических услуг позволяет реализовать провозглашенные Конституцией Республики Беларусь права на отдых, охрану здоровья, свободу передвижения, оказывает влияние на сохранение историко-культурного наследия, на оздоровление и охрану окружающей среды. В соответствии с действующим законодательством предпринимательская деятельность в сфере туризма определяется как туристическая деятельность, а также деятельность по экскурсионному обслуживанию.

Предпринимательская деятельность по оказанию туристических услуг является сферой туризма, так как Закон о туризме понятие «туризм» определяет как туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации.

В числе определяющих признаков предпринимательства: самостоятельность, инициативность, наличие риска, направленность на получение прибыли.

Первый признак заключается в самостоятельности осуществления субъектами предпринимательской деятельности от своего имени. Самостоятельность предполагает непосредственное участие субъектов туристической деятельности в гражданском обороте от своего имени, своей волей и в своем интересе. В соответствии с действующим законодательством субъектами туристической деятельности является туристический агент и туроператор. Туристическим агентом могут быть как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели, а туроператором могут быть только юридические лица.

В соответствии с законодательством туроператор вправе осуществлять следующие виды деятельности:

- формирование туров;
- продвижение туров;
- реализация туров, своих сформированных туров;

– реализация туров, сформированных туроператорами резидентами и нерезидентами Республики Беларусь.

– оказание отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия.

Деятельность агентства по оказанию туристических услуг состоит из следующих составляющих:

– продвижение туров;

– реализация туров, сформированных туроператорами – резидентами Республики Беларусь;

– оказание отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия.

Второй признак заключается в том, что субъекты туристической деятельности действуют на свой риск и под свою имущественную ответственность. Исходя из многообразия договорных отношений, в процессе осуществления предпринимательской деятельности в сфере туризма имущественная ответственность у субъектов туристической деятельности является достаточно сложной.

Третий признак связан с тем, что деятельность туристических агентов и туроператоров имеет целевую направленность – систематическое получение прибыли. В теории предпринимательского права данный признак является самым главным. Источниками получения прибыли субъектами туристической деятельности являются:

– оказание туристических услуг потребителям;

– оказание отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия.

Отмечая предпринимательскую деятельность в сфере туризма, следует отметить, что, помимо туристической деятельности, выделяют еще один вид самостоятельной деятельности в сфере туризма – экскурсионное обслуживание. Экскурсионное обслуживание в соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 005-2006 «Виды экономической деятельности» от 28.12.2006 г. № 65 является экономической деятельностью.

Основой правового регулирования экскурсионного обслуживания является Закон о туризме, который содержит главу «Отдельные вопросы организации экскурсионного обслуживания». Деятельность по экскурсионному обслуживанию является предпринимательской и обладает всеми признаками, присущими предпринимательству. Так, экскурсионное обслуживание наделены правом проводить экскурсоводы и гиды-переводчики, прошедшие профессиональную аттестацию, подтверждающие их квалификацию. Деятельность указанных лиц не является лицензируемой. Основными направлениями деятельности являются следующие:

- оказание услуг по формированию, организации и проведению экскурсий, в том числе на иностранном языке;
- разработка методической документации к экскурсионным маршрутам, в том числе на иностранном языке.

Тема 7. Организационно-экономические проблемы в сфере культуры

1. Предпринимательство и маркетинг как способы получения прибыли от культурной деятельности.
2. Формы государственной поддержки развития предпринимательства в сфере культуры.
3. Показатели, используемые в оценке предпринимательской деятельности в организациях культуры и искусства.
4. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Предпринимательство и маркетинг как способы получения прибыли от культурной деятельности. Эффективным средством и базой предпринимательства является маркетинг, который используется для разработки и принятия предпринимательских решений и играет ключевую роль в системе управления, организации, планирования и контроллинга в системе предпринимательской деятельности.

Современный маркетинг – это сложное социально-экономическое явление, которое наиболее правильно рассматривать как совокупность четырех факторов деятельности, постоянно меняющихся параметров поведения в условиях рынка:

- маркетинг как философия взаимодействия и координации предпринимательской деятельности;
- маркетинг как концепция управления;
- маркетинг как средство обеспечения преимуществ в конкурентной среде;
- маркетинг как метод поиска решений.

Традиционный комплекс маркетинга включает четыре элемента – продукт (товар, услуга), цена, распределение (место), продвижение.

Концепции маркетинга – это задачи, решение которых необходимо для достижения желаемых уровней сбыта на разных рынках, принципы и методы их решения.

Известно пять основных концепций маркетинговой деятельности:

- концепция совершенствования производства;
- концепция совершенствования товара;
- концепция интенсификации коммерческих усилий;
- концепция традиционного маркетинга;
- концепция социально-этичного маркетинга.

Главное назначение маркетинга, его цель – формирование и постоянное развитие процесса обмена, чтобы сделать этот обмен взаимовыгодным для участвующих в нем партнеров.

Формы государственной поддержки развития предпринимательства в сфере культуры. Основной задачей Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей является: оказание государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого предпринимательства, утверждаемых Правительством Республики Беларусь.

Обязательным условием оказания государственной финансовой поддержки является создание новых рабочих мест.

Виды государственной поддержки:

- предоставление финансовых средств на возвратной возмездной основе (заем);
- предоставление имущества на условиях финансовой аренды (лизинга);
- предоставление гарантий по льготным кредитам, выдаваемым банками Республики Беларусь за счет средств республиканского и местных бюджетов.

Государственная финансовая поддержка оказывается: субъектам малого предпринимательства, в т.ч. начинающим индивидуальным предпринимателям, микроорганизациям (коммерческим до 15 человек), малым организациям (коммерческим от 16 до 100 человек);

- на конкурсной основе (кроме предоставления гарантий), без конкурсного отбора – победителям и лауреатам республиканского конкурса «Лепшы прадпрымальнік года», на реализацию инновационных проектов (п. 1.5.2 и п. 2.2 Указа Президента Республики Беларусь от 20 мая 2013 года № 229 «О некоторых мерах по стимулированию реализации инновационных проектов»)).

В республике созданы так называемые инкубаторы бизнеса, научно-технические центры. Эти структуры оказывают методическую и консультационную помощь начинающим предпринимателям, предоставляют на возвратной основе финансовую помощь, предоставляют помещения для занятия бизнесом и др.

Показатели, используемые в оценке предпринимательской деятельности в организациях культуры и искусства. Эффективность предпринимательства, как и эффективность любой экономической деятельности, зависит от соотношения результатов деятельности (эффекта) и затрат или примененных ресурсов.

Экономическая эффективность определяется как результативность деятельности учреждения культуры, выражающаяся в отношении полученных им доходов к затраченным ресурсам.

Социальная эффективность – соответствие результатов деятельности учреждения культуры основным социальным потребностям и целям общества, а также интересам отдельного человека. Социальная эффективность тесно связана с такими понятиями, как «уровень жизни» и «качество жизни населения». Эти понятия характеризуют совокупность условий жизни населения страны, содержание и условия труда, жилищные условия, экологическую обстановку, духовную атмосферу и т.д. Социальная эффективность предполагает, что экономические решения принимаются на основе прежде всего социальных целей.

Социально-экономическая эффективность – это соотношение полученного учреждением культуры социального эффекта и затрат, способствующих его достижению.

Эффективность (во всех ее аспектах) имеет зависимость от уровня анализа управленческого процесса. При анализе эффективности управления в сфере культуры следует различать три уровня:

1. Уровень культурной деятельности населения, реализуемой в учреждениях культуры;
2. Уровень деятельности учреждений по организации культурной деятельности населения;
3. Уровень управления деятельностью учреждений культуры.

Каждый из видов эффективности меняет свое конкретное содержание, в зависимости от уровня анализа. Так, уровень управления тяготеет к акценту на экономичность, уровень деятельности учреждения культуры – к акценту на результативность, а уровень культурной деятельности – на целесообразность.

Специалисты в области культуры считают неприемлемым оценку деятельности организаций и учреждений культуры исключительно с экономических позиций. Оценка их деятельности может быть проведена либо с позиций социальной эффективности как соответствие результатов деятельности учреждения культуры основным социальным потребностям и целям общества, интересам отдельного человека; либо с позиций социально-экономической эффективности как соотношения полученного социального эффекта и затрат, способствующих

его достижению. Но при этом допускают разработку комплексной модели эффективности деятельности организации (учреждения) культуры, в которой социальный эффект оказываемых услуг будет выражен в денежном эквиваленте.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности представляет собой целенаправленное воздействие государства на процессы возникновения и функционирования субъекта предпринимательства, предоставление ему права на занятие тем или иным видом деятельности, законодательном установлении порядка осуществления указанной деятельности, а также соответствующем контроле, стимулировании и поддержке предпринимательства с целью создания благоприятных условий для реализации предпринимательской инициативы. Государственное регулирование экономики и государственное регулирование предпринимательской деятельности имеют единые цели. Воздействуя на экономику, государство преследует следующие основные цели:

- достижение устойчивых темпов экономического роста;
- осуществление принятия правовых норм и контроля соблюдения законодательства субъектами рыночных отношений;
- обеспечение стабильности цен на основные товары и услуги;
- обеспечение полной занятости трудоспособного населения;
- обеспечение определенного минимального уровня доходов населения;
- создание системы социальной защиты населения;
- создание благоприятных условий для реализации предпринимательской инициативы;
- успешное ведение внешнеэкономической деятельности государства.

Достичь этих целей одновременно практически невозможно. В связи с этим главной задачей экономической политики государства является поиск сбалансированного сочетания указанных целей.

Реализация основных целей и задач государственного регулирования предпринимательской деятельности осуществляется путем выполнения кон-

кретных функций или определенных видов деятельности государственными органами власти. Государство определяет и внедряет регулирующие меры путем издания мотивированных законодательных и нормативных актов, способствующих развитию рыночной конкуренции, и контролирует выполнение этих правил; защищает права собственности и свободу хозяйственной деятельности.

Государство разрабатывает и применяет как меры поощрения развития бизнеса (субсидирование, льготное налогообложение), так и административные меры наказания (штрафы, судебные иски) за несоблюдение правил ведения бизнеса. Государственное регулирование предпринимательской деятельности призвано выполнять следующие функции:

- организацию;
- контроль;
- координацию;
- защиту рыночных основ хозяйствования;
- содействие развитию предпринимательства.

Методы государственного регулирования предпринимательской деятельности представляют собой средства и приемы целенаправленного воздействия на деятельность хозяйствующих субъектов. Методы подразделяются на четыре основных вида: административные, правовые, экономические и смешанные. Примерами административных являются лицензирование, квотирование, контроль цен, контроль доходов. Правовые методы включают Конституцию, Гражданский кодекс, законы и нормативные акты. К экономическим методам регулирования относятся субсидии, субвенции, дотации, денежно – кредитная политика, налоговая политика и др. Смешанные методы включают государственное предпринимательство, государственное прогнозирование и планирование, государственное программирование, государственный заказ и региональную политику.

ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Темы семинарских занятий

Занятие 1. Тема «Основные характеристики и технологии предпринимательства».

1. Содержание понятий «культура», «предпринимательство», «бизнес», «маркетинг».
2. Социально-экономические характеристики предпринимательства.
3. Функции и факторы предпринимательства.
4. Современные тенденции развития сферы культуры и искусства.
5. Специфика занятия предпринимательской деятельностью в организациях культуры и искусства.
6. Пути перехода к рыночным отношениям в организациях культуры и искусства.
7. Творческая инициатива и предприимчивость в сфере культуры.

В результате подготовки к занятию и обсуждения вопросов студенты должны свободно оперировать категориями и понятиями в сфере предпринимательства, а также знать специфику занятия предпринимательской деятельностью в организациях культуры и искусства.

При работе с литературными источниками студенты должны получить определенные навыки обобщения и систематизации информационных данных.

Следует обратить внимание на различные позиции ученых по вопросу базовых понятий темы и сущности предпринимательства. При подготовке вопросов, раскрывающих особенности предпринимательской деятельности в сфере культуры, рекомендуется использовать Гражданский кодекс РБ, статистические сборники и интернет-ресурсы.

Вопросы для самопроверки

1. Как трактуется сущность предпринимательской деятельности в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь?
2. Какие факторы влияют на предпринимательскую деятельность?

3. По каким признакам можно классифицировать предпринимательскую деятельность?

4. Почему необходим переход к рыночным отношениям в сфере культуры и искусства?

5. Какие тенденции наблюдаются в развитии культуры и искусства в Республике Беларусь?

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ЗАНЯТИЕ № 1. ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ТЕХНОЛОГИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Цель: показать роль рыночных отношений, которые способствуют предпринимательской активности в различных областях деятельности; сформулировать бизнес-идею, потенциально успешную, прибыльную и имеющую перспективы для развития, учитывающую индивидуальность предпринимателя.

Рыночные отношения порождают у многих граждан естественное стремление иметь "свое дело", с помощью которого можно приумножить свою ответственность.

Предпринимательство является одной из наиболее активных форм экономической деятельности. Предприниматели рискуют своим имуществом, деньгами, положением в обществе и не всегда знают, продадут ли они все свои товары и услуги и насколько выгодно. Они идут на риск: ведь такие же товары и услуги поступают на рынок и от других производителей. Это создает условия для улучшения своего положения, всегда заставляет предпринимать что-то для того, чтобы процветать и развиваться.

Важными отличительными чертами предпринимательства являются:

1) самостоятельность и экономическая свобода деятельности. Любой предприниматель независим в принятии решения по поводу организации собственного дела в любой экономической сфере (естественно, кроме запрещенной законом);

2) деятельность предпринимателя связана с риском и неопределенностью успеха начатого дела. Поэтому такая деятельность предъявляет жесткие требования к личным качествам человека, занятого предпринимательством. Здесь важны и грамотность, и знания, и умения, и характер;

3) важнейшей отличительной чертой предпринимательской деятельности является опора на инновации.

Нововведения, основанные на новых знаниях, требуют:

1) тщательного анализа всех необходимых факторов;

2) ясного понимания преследуемой цели, т.е. необходима четкая стратегическая ориентация;

3) организации предпринимательского управления, поскольку здесь необходимы финансовая и управленческая гибкость и нацеленность на рынок.

Нововведение, основанное на новых знаниях, должно "созреть" и быть воспринятым обществом. Нововведение должно быть простым и направленным на решение только одной задачи. Простота и доступность – залог успеха. Но есть нововведения, которые основываются порой не на новых знаниях, а на идеях. Этот вид нововведений в количественном отношении и по своим последствиям перекрывает все остальные виды нововведений. Примером этого является появление застежек типа «молния», шариковых авторучек, баллончиков с аэрозолями, колец-открывалок на банках с прохладительными напитками и многое другое.

Предприниматели должны быть всегда нацелены на использование остроумных идей. Можно предложить собственную идею или заимствовать из каких-либо источников, возможно, это будет государственный заказ.

Вопросы к семинарскому занятию

1. Социально-экономические характеристики предпринимательства.
2. Технологии социально-культурных нововведений и бизнес.
3. Специфика и современные тенденции развития сферы культуры и искусства.
4. Пути перехода к рыночным отношениям в организациях культуры и искусства.
5. Культура и искусства как отрасль национальной экономики Республики Беларусь.
6. Творческая инициатива и предприимчивость в сфере культуры.

Практическая работа направлена на формулирование бизнес-идей в сфере культуры и искусства.

Задание 1.

Бизнес-идея – идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании. Бизнес-идеи предполагают создание продуктов, которые могут быть проданы за деньги, благодаря сформулированной в бизнес-идеях новой бизнес-модели.

Рекомендации к выполнению задания

1. Примерный план формирования бизнес-идеи:

- определение сферы деятельности компании;
- выбор способа организации своего бизнеса;
- создание образа своей будущей компании;
- определение, что потребуется от Вас лично, чтобы бизнес был успеш-

ным.

2. Определить деятельность будущей компании.

На данной стадии формирования бизнес-идеи необходимо:

а) собрать информацию о рынке, на который хотите попасть;

б) выбрать стратегию развития бизнеса;

в) оценить возможности развития будущей компании в рамках выбранной стратегии;

г) провести первичную оценку выбранной деятельности.

Для этого заполните таблицу различных вариантов бизнес – идей, где по горизонтали пишете критерии, а по вертикале бизнес-идеи. Критерии могут иметь знак «+» или знак «-». Заполните колонки критериев, выписав в столбик все аргументы за данную идею. Когда все аргументы «за» и «против» будут определены, т. е. больше знаков «+» свидетельствует в пользу этой деятельности.

Варианты бизнес-идей и их возможность осуществления

№	Альтернатива	Критерии			
		Место расположения	Стоимость аренды	Возможная стоимость билетов	Смена экспозиции
1	Галерея				
2	Выставочный зал				
3	Передвижная выставка				
4	Художественная студия				

Примечание: собственная разработка

3. Способы организации бизнеса:

- а) придумать абсолютно новый бизнес;
- б) купить готовый бизнес;
- в) купить франшизу;
- г) скопировать чужую идею;
- д) украсть чужую идею.

4. Создайте образ будущей компании.

Создавая образ своей компании, ответьте на следующие вопросы:

- какими услугами собирается заниматься;
- какие будем услуги предлагать;
- сколько человек работает в компании;
- что это за люди? Чего они хотят и что могут;
- как осуществляется управление компанией: вы один принимаете все решения или у вас есть помощники, которым вы делегируете часть ответственности и полномочий;
- каков оборот компании;

- откуда и каким образом поступают деньги;
- как они распределяются (какая часть на что тратится);
- кто является клиентами компании;
- где находятся клиенты, и каким образом мы осуществляем взаимодействие с ними;
- кто является конкурентами компании, и чем компания отличается от конкурентов;
- часто ли предлагаем такое, что является важным для наших клиентов?

5. Для того чтобы бизнес был успешным, от Вас потребуется:

- а) проанализировать, полученные ответы (пункт 4) и сделать выводы о правильном (неправильном) выборе идеи;
- б) создать команду партнеров (единомышленников);
- в) для создания собственного бизнеса Вам потребуются:
 - энтузиазм и самопожертвование;
 - рассудительность и широта кругозора;
 - гибкость для работы в постоянно меняющихся условиях;
 - определенные материально-финансовые средства для собственного жизнеобеспечения;
 - умение работать в условиях риска.

Задание 2. Культура предпринимательства, культура поведения в сфере потребления

Спрос на продукцию культуры предъясняется как в обычной, денежной форме, так и в форме, не опосредованной денежными отношениями, назовем ее натуральной. Денежный, платежеспособный спрос характеризуется тем количеством денежных средств, которое потребители или заказчики могут потратить на приобретение, заказ благ культуры. Его субъектами являются государственные и муниципальные органы управления культурой и граждане. Спрос в натуральной форме определяется количеством продуктов культуры, которое потребители могут приобрести бесплатно, т.е. через общественные фонды потре-

ния, формируемые за счет средств государственного (муниципального) бюджета. Спрос в натуральной форме предъявляют индивидуальные потребители.

Степень воздействия на спрос определяющих его факторов (цены, уровня доходов потребителя и др.) описывается термином эластичность и измеряется показателями эластичности спроса. Спрос считается эластичным, если степень изменения цены (дохода и других факторов, влияющих на спрос) меньше степени изменения количества купленного продукта. Например, цена на услугу увеличилась на 10%, а спрос упал на 15%. И наоборот, спрос не эластичен (негибок), если степень изменения цены (доходов и др. факторов) выше степени изменения количества купленных продуктов. Например, в случае если увеличение цены на услугу на 15% вызвало падение спроса на 10%.

В условиях низкого уровня среднедушевых доходов спрос жителей Республики Беларусь на культурные услуги в целом значительно зависит от уровня цен на эти услуги и от уровня доходов самих потребителей, особенно если их вкусы (культурные потребности) могут быть удовлетворены субститутами (заменителями). При этом наиболее эластичен спрос на услуги концертных и выставочных залов, театров, наименее эластичен – на литературу «легких жанров», газеты, журналы.

Высокая чувствительность потребителей культурной продукции к конъюнктуре рынка указывает на одну из важнейших особенностей рынка – ограниченной возможности роста цен: даже незначительное их повышение может привести к переключению потребителей на другие виды культурной продукции или вообще к уходу с рынка культуры.

В связи с тем, что потребление благ культуры происходит в свободное от работы потребителей время, интенсивность спроса на продукты культуры в течение года и в течение суток неравномерна. Так, из-за того, что отпуск у значительной части населения совпадает с летним периодом, спрос на услуги организаций культуры традиционно падает в это время, потому что люди используют альтернативные способы проведения досуга, например, туризм. В зимний период интенсивность спроса на культурные услуги меняется в течение суток,

многократно возрастая в вечерние часы, так как свободное время у большинства потребителей приходится на вечер.

Таким образом, на платежеспособный спрос влияет большая группа экономических и социально-культурных факторов. Спрос на бесплатные услуги зависит, главным образом, от социально-культурных факторов.

Задание 2. Необходимо подобрать материал из литературных источников и действующих нормативно-правовых документов по видам практической культурной деятельности в нашей стране:

- художественное творчество;
- культурное наследие;
- клубная и развлекательная деятельность;
- массовое создание и распространение культурных благ;
- индустрия культуры;
- производство аудиовизуальной продукции.

Важно предположить спрос на виды культурной деятельности, исходя из вкусов и предпочтений большей части населения республики.

Можно провести сегментацию потребителей по возрасту и проживанию.

Задание 3. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Цель: разобрать понятия «франчайзинг» и «франшиза».

Франчáйзинг (англ. franchise, «лицензия», «привилегия»), франшиза (фр. franchise – льгота, привилегия), коммерческая концессия – вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчáйзер) передаёт другой стороне (франчáйзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчáйзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

Филип Котлер выделяет следующие признаки франчайзинга [1]:

- франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака;
- франчайзи выплачивает начальный взнос за право стать частью системы;
- франчайзер предоставляет франчайзи систему ведения бизнеса.

Франчайзинг затрагивает почти все промышленные сферы и виды бизнеса, поэтому франчайзи может выбрать наиболее привлекательный для него сегмент рынка и организовать достойную компанию. Главное, найти хорошего франчайзера с перспективами и большим опытом, который позволит рассчитывать на долгосрочное сотрудничество. Так же надо брать во внимание условия заключения контракта. Они должны полностью удовлетворять обе стороны, участвующие во франчайзинге.

Франчайзинг – это форма сотрудничества между франчайзером и франчайзи, в результате которого первая компания, преимущественно производитель товаров и услуг, передает права использования собственной торговой марки другой организации. Франчайзи обязан реализовывать товары и услуги в рамках политики компании-производителя, корректно применяя ее маркетинговые технологии, внутренний аудит и экспертизу качества работы.

Для того чтобы стать франчайзи, необходимо заключить с компанией-основателем контракт, в котором оговариваются все права и обязанности обеих сторон. В соответствии с документом франчайзи получает возможность использовать товарный знак, но ни в коем случае не владеть им. Право сохраняется до тех пор, пока главная компания получает от него ежемесячные взносы, размер которых отмечается в контракте. Сотрудничество может быть расторгнуто, если франчайзи своими действиями наносит урон репутации главной компании и собственному бизнесу.

При покупке франшизы – полной системы ведения бизнеса, франчайзи может организовать компанию без наличия специального образования или особых навыков. Более того, его успех на рынке практически обеспечен, причем с минимальными финансовыми вложениями. Известно, что стоимость франшизы

намного ниже открытия нового бизнеса, который требует самоутверждения и долгого продвижения для достижения положительных результатов.

Студентам необходимо подготовить материал, который подтверждает, что франшиза доступна любому предпринимателю, и найти:

– обзор франшиз, доступных белорусским бизнесменам, из недорого сегмента с пошаговым анализом реализации проекта на примерах конкретных франчайзинговых бизнес-моделей;

– реальные истории от белорусских предпринимателей, уже купивших франшизу и работающих на рынке;

– использование франшиз в сфере культуры и искусства.

Задание 4. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ ЕЁ ОРГАНИЗАЦИИ. РАЗВИТИЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Практическая работа

Цель: решение ситуационных задач.

Важнейшим инструментом формирования предпринимательского мышления в процессе изучения дисциплины «предпринимательская деятельность в сфере культуры» выступает игровое моделирование рыночной бизнес-ситуаций. Принимая решение о начале нового дела необходимо изучить положение на рынке, определить экономическую конъюнктуру на рынке в силу сложившихся на сегодняшний день условий. При этом возникает необходимость в умении исследовать рыночную ситуацию.

Первым этапом в процессе изучения и оценки рыночной ситуации является определение целей ее исследования.

Второй этап – определение временных и пространственных характеристик ситуации.

Третий этап – сбор и систематизация необходимой информации.

Четвертый этап – определение сильных и слабых сторон, основных факторов (внешних и внутренних), а также смежные проблемы, определяющие ее развитие.

В результате формируется пакет информации о ситуации, необходимой для последующего ее анализа.

Задача установления всех факторов, влияющих на ситуацию, невозможна. Нужны факторы, которые оказывают существенное влияние на ее развитие. Наиболее распространенный путь решения этой задачи – использование метода экспертных оценок, а также факторного и корреляционного анализа.

После того как факторы установлены, определяется их сравнительная значимость, т. е. степень их влияния на развитие ситуации.

Далее выделенные факторы ранжируются с точки зрения их важности и значимости в анализируемой ситуации.

Для того чтобы было обеспечено реальное использование факторов, необходимо проведение анализа ключевых проблем ситуации (диагностика ситуации).

Завершающим этапом предварительной оценки ситуации является устойчивость к возможным изменениям внешней и внутренней среды, наиболее вероятным изменениям показателей, характеризующих динамику развития ситуации.

Практические ситуационные задачи охватывают широкий круг проблем, с которыми соприкасаются предприниматели в своей профессиональной деятельности. При этом, учитывается и анализируется целый ряд вопросов рыночной конъюнктуры, начиная от анализа товаров и предоставляемых услуг и заканчивая особенностями психологического влияния характера принимаемых решений на производственные коллективы.

Ситуация № 1

На практических занятиях в учебной группе института по вопросу организации государственного регулирования инвестиционной деятельности все

чаще в выступлениях студентов отмечалось, что государство для выполнения своих функций использует не только организационные методы.

А какие из методов вы еще могли бы назвать?

Ситуация № 2

С позиции финансового управления инвестиционными проектами наиболее актуальным является их структурирование по отдельным стадиям жизненного (проектного) цикла, а также функциональной направленности его разделов. Это высказывание у некоторых менеджеров вызвало недоумение.

А вы можете назвать стадии жизненного цикла?

Ситуация №3

На совещании у коммерческого директора был поднят вопрос об инвестициях и их необходимости. Отмечалось, что инвестиции (капитальные вложения) – это совокупность затрат материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленных на расширение воспроизводства, основных фондов подотраслей культуры и искусства. Но один из присутствовавших менеджеров, согласившись со сказанным, счел возможным уточнить. Поскольку инвестиции – относительно новый для белорусской экономики термин, то и инвестиции имеют более широкое понятие. И здесь же добавил, что в этой ситуации огромное значение имеют финансовые инвестиции. Для многих эта мысль осталась непонятной. Что имел в виду менеджер, сделавший акцент на финансовых инвестициях?

Задание 5. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Цель: выяснить особенности этапов организации предпринимательства и создание предпринимательских структур в сфере культуры.

Практическая работа

Тема: Этапы создания собственного дела в сфере культуры.

Цель: используя межпредметные связи, рассмотреть способы формирования предпринимательского капитала; порядок ввоза и вывоза культурных ценностей

Первый этап. Начните с оценки своих возможностей, своего потенциала.

Второй этап. Что у Вас есть сейчас? Компьютер, какие-то деньги, музыкальные инструменты, автомобиль или еще что?

Третий этап. Определите свои финансовые возможности и возможность взять кредит в банке, воспользоваться помощью спонсоров и меценатов.

Четвертый этап. Вначале планируйте не очень сложные и дорогие дела. Не вкладывайте деньги в чужие проекты, тратить деньги желательно на себя и свое образование.

Создание собственного дела в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с действующими законами об отдельных организационно-правовых формах компаний и различными нормативными актами, регулирующими весь процесс образования и функционирования частных фирм.

Существует примерный план организации бизнеса, состоящий из этапов:

Первый этап – определение идеи и планирование бизнеса.

Второй этап – определить, как будете действовать на рынке – как индивидуальный предприниматель или организуете фирму (и какой формы собственности).

Третий этап – организация порядка учета и налогообложения вашего бизнеса.

Четвертый этап – нужно определиться с финансированием бизнеса. Для этого вам нужно обдумать и записать, какие затраты вам предстоят, и примерно определиться с суммой.

Пятый этап – материально-техническая база для организации бизнеса, кадры и их профессиональная подготовка.

Шестой этап – знание законодательства, особенно знать ответственность за нарушения законодательства.

Седьмой этап – определите, сколько нужно сотрудников и какие функции будут выполнять работники, как организовать их работу, изучить трудовое законодательство.

Восьмой этап – необходимо определиться с ценовой политикой предпринимательской деятельности. Для этого нужно изучить цены конкурентов, определить, какой уровень прибыли может обеспечить Ваш бизнес, организовать скидки для постоянных клиентов.

Предприниматель должен быть уверен, что достаточно большое количество людей готовы платить за производимые его фирмой товары или услуги.

По предложенной схеме студентам необходимо описать этапы финансирования собственного дела.

Задание 6. СПЕЦИФИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗЛИЧНЫХ ПОДОТРАСЛЯХ (УЧРЕЖДЕНИЯХ) КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Студенты должны написать эссе по различным подотраслям (типам организаций) культуры и искусства. Они выбирают подотрасли по желанию, а затем участвуют в обсуждении их особенностей.

Эссе – это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Некоторые признаки эссе:

- а) наличие конкретной темы или вопроса;
- б) выражение индивидуальных впечатлений и соображений по конкретному поводу или вопросу;
- в) как правило, предполагает новое, субъективное представление о чем-либо;
- г) в содержании эссе оцениваются мировоззрение, мысли и чувства автора;
- д) небольшой объем.

Структура эссе:

- вступление;
- тезис, аргументы;
- тезис, аргументы;
- заключение.

При написании эссе должно быть вступление и заключение.

Задание 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Практическая работа

Цель: проанализировать возможности и угрозы организаций сферы культуры и искусства на рынке.

Маркетинговая деятельность в сфере культуры и искусства служит основой процесса управления. Маркетинговая среда складывается из совокупности факторов на макро- и микроуровнях, напрямую влияющих на эффективность работы организации.

Макросреда включает социальные факторы (политические, экономические, демографические, социокультурные, научно-технические), которые определяют развитие сферы культуры. В то же время сфера культуры отличается обратными связями со своей макросредой, которые заключаются в непосредственном влиянии на формирование личности, культурного уровня нации, что воздействует на само отношение к сфере культуры.

Микросреда также важна. Она делится на две составляющие: внутреннюю и внешнюю.

Внешней средой маркетинга является окружающая среда, на которую организации выходят со своими маркетинговыми мероприятиями. В сфере культуры она включает реальных и потенциальных посетителей, спонсоров, покровителей, партнеров, конкурентов, а также общественность в лице средств массовой информации и иных лиц, формирующих общественное мнение как о работе культурной организации, так и о культуре в целом.

Внутренняя среда маркетинга – это лица и силы, которые осуществляют маркетинг внутри фирмы. В культурных организациях, как правило, имеются службы, которые планируют, разрабатывают и осуществляют маркетинговые программы отдельно для посетителей, друзей культурной организации, спонсоров и т.д.

Составьте возможности и угрозы внешней среды для организаций культуры и искусства всех направлений.

Ситуационное задание 1

Какие вероятные возможности могут предоставляться для учреждений культуры и искусства, как их можно использовать. Влияние возможностей на организацию. Сделайте выводы.

Ситуационное задание 2

Что может угрожать организациям культуры и искусства? Могут ли угрозы разрушить, довести организацию до критического, тяжелого состояния или это только предупреждение.

ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов, осваивающих образовательные программы I ступени высшего образования, рассматривается как целенаправленная, внутренне мотивированная, структурированная и корректируемая самими субъектами образовательного процесса деятельность по самостоятельному поиску профессиональной информации, ее систематизации, анализу, оценке и последующему использованию в учебной и научно-исследовательской деятельности в рамках повышения своей профессиональной компетентности.

В процессе изучения дисциплины «Предпринимательская деятельность в сфере культуры» самостоятельная работа студентов включает выполнение всех видов заданий в процессе аудиторных занятий (проведение опросов по темам, использование тестов для текущего контроля знаний, проведение деловых игр, контрольные работы) и внеаудиторную работу (составление мини-гlossариев, составление выписок из текстов, составление библиографии, написание эссе, рефератов по темам курса, подготовка курсовых работ и др.). По дисциплине не установлены часы контролируемой самостоятельной работы студентов, поэтому все виды работ выполняются студентами самостоятельно с учетом их личностной заинтересованности. Преподаватели проверяют подготовленность студентов в процессе проведения аудиторных занятий.

РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Тестовые задания для самоконтроля

Тема 1. Основные характеристики и технологии предпринимательства

Тест 1. Термин «предпринимательство» означает:

а) самостоятельную, инициативную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода и осуществляемую от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность;

б) самостоятельную, инициативную деятельность предприятий, направленную на получение прибыли и осуществляемую от имени и под имущественную ответственность юридического лица;

в) самостоятельную, инициативную деятельность граждан, направленную на получение прибыли (дохода) и осуществляемую от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия);

г) самостоятельную, инициативную деятельность граждан или юридических лиц, направленную на получение прибыли (дохода) и осуществляемую под гарантии государства.

Тест 2. Понятие «бизнес» означает:

а) деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах;

б) деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах, приносящую прибыль;

в) синоним понятия «предпринимательство»;

г) умение рационально использовать факторы производства (землю, капитал, труд), прогнозировать ситуацию и расчетливо рисковать;

Тест 3. Современное предпринимательство в Республике Беларусь прошло:

- а) эпоху массового производства;
- б) эпоху массового сбыта;
- в) находится в стадии перехода от эпохи массового производства к эпохе массового сбыта;
- г) находится в постиндустриальной эпохе.

Тест 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.

Тест 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.

Тест 6. Социально-экономические характеристики предпринимательства включают:

- а) новаторство, творческий поиск;
- б) предпринимательские и финансовые риски;
- в) возможность осуществления предпринимательской деятельности субъектом, управляющим имуществом на праве хозяйственного ведения;

г) зависимость развития предпринимательства от эффективности менеджмента.

Тест 7. Культурный обмен означает:

- а) стадию культурного процесса, связанную с передачей культурных ценностей и распространением их в обществе;
- б) нишу для развития предпринимательства в культуре;
- в) передачу сообщения современными средствами коммуникации;
- г) постоянное появление новых культурных ценностей.

Тест 8. Предпринимательская деятельность в сфере культуры имеет отраслевую специфику:

- а) в некоммерческих организациях предпринимательская деятельность должна соответствовать уставным целям и задачам;
- б) широкое распространение имеют малые формы предпринимательства;
- в) в организациях культуры более высокие нормы прибыли;
- г) основным направлением предпринимательства в культуре является формирование культурного потенциала личности.

Тест 9. Возможные пути перехода к рыночным отношениям в организациях культуры и искусства:

- а) развитие платных услуг;
- б) сочетание бюджетного финансирования с элементами самофинансирования;
- в) получение финансовой помощи от государства;
- г) получение государственных заказов от Министерства культуры.

Тест 10. Основными условиями предпринимательства являются:

- а) наличие правовых гарантий в отношении собственности;
- б) обеспечение успеха в ведении бизнеса каждому предпринимателю;

- в) наличие свободного рынка с конкуренцией;
- г) принятие предпринимателем рисков.

Тест 11. Основная предпосылка развития предпринимательства:

- а) экономическая свобода;
- б) свободная конкуренция;
- в) экономическая демократия;
- г) заинтересованность государства.

Тест 12. С использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, новых средств и факторов для достижения поставленных целей связана одна из следующих функций предпринимательства:

- а) общеэкономическая;
- б) ресурсная;
- в) инновационная;
- г) организационная.

Тест 13. В принятии предпринимателем решения о создании собственного дела проявляется функция:

- а) инновационная;
- б) личностная;
- в) ресурсная;
- г) социальная.

Тема 2. Культура предпринимательской деятельности и культура поведения в сфере потребления

Тест 1. Элементами культуры предпринимательской деятельности являются:

- а) законность и строгое выполнение обязательств и обязанностей, вытекающих из современных сделок;

б) экономическая свобода в осуществлении предпринимательской деятельности;

в) этические и нравственные правила, используемые в цивилизованном бизнесе;

г) приемы, принципы, методы работы предпринимателя.

Тест 2. Понятие «общие этические нормы» включает:

а) профессиональную этику;

б) обычаи и правила поведения, принятые в обществе;

в) корпоративную культуру;

г) здоровый образ жизни предпринимателя.

Тест 3. Этическое потребление означает:

а) покупку товаров, обеспечивающих здоровый образ жизни;

б) покупку товаров и услуг, производство и потребление которых не оказывают вреда для людей, животных и окружающей среды;

в) потребление экологически чистых товаров («зеленое потребление»);

г) формирование избирательного отношения к производителям продукции, используемой для бытовых нужд.

Тест 4. Рейтинг «этичности» фирмы или товара формируется с учетом:

а) влияния на окружающую среду;

б) отношения к людям и животным;

в) состава сырья и материалов, используемых в производстве;

г) использования результатов генной инженерии.

Тест 5. Спрос на культурные услуги в Республике Беларусь:

а) растет;

б) снижается;

в) остается на сложившемся уровне;

г) снижается на услуги культурно-просветительских организаций.

Тест 6. Спрос на культурные услуги в Республике Беларусь зависит от:

- а) создания и распределения валового внутреннего продукта и национального дохода;
- б) культурной политики государства;
- в) реальных доходов населения;
- г) развития туризма.

Тест 7. К культуре руководителя-менеджера предъявляются требования:

- а) коллегиальное решение вопросов деятельности организации;
- б) не допускать никакого насилия по отношению к подчиненным;
- в) не критиковать внешних конкурентов и сотрудников фирмы;
- г) стремиться к бесконфликтности.

Тест 8. Этикет предпринимателя включает:

- а) культуру речи;
- б) манеры, деловую одежду;
- в) эрудицию, начитанность;
- г) субординацию в деловых отношениях.

Тест 9. Платные услуги и предпринимательство в сфере культуры – это синонимы:

- а) да;
- б) нет;
- в) не все платные услуги можно считать предпринимательством;
- г) предпринимательство более широкое понятие, предусматривающее получение дохода.

Тест 10. Наиболее распространенными моделями предпринимательского поведения в сфере культуры являются:

- а) посредническая;
- б) организационная;
- в) инновационная (инвестиционная);
- г) коммерческая.

Тест 11. Предпринимательская культура подразделяется на:

- а) личную;
- б) массовую;
- в) деловую;
- г) корпоративную.

Тест 12. С индивидуальными успехами участников предпринимательской деятельности связаны:

- а) правила этикета;
- б) правила согласования взаимодействия;
- в) технология общения;
- г) правила самоподачи.

Тест 13. Особенности нравственного сознания, поведения и взаимоотношения людей, обусловленные спецификой профессиональной деятельности, – это:

- а) корпоративная этика;
- б) деловая этика;
- в) профессиональная этика;
- г) декларативная этика.

Тема 3. История развития предпринимательства

Тест 1. Характерные черты первого этапа развития предпринимательства в России (XVII – начало XX века):

- а) появление торгово-промышленных династий;
- б) широкая благотворительная деятельность российских промышленников и купцов;
- в) невысокие темпы развития промышленности;
- г) отсутствие сложившейся индустриальной базы предпринимательства.

Тест 2. Характерные черты второго этапа развития предпринимательства (революция 1917г. – первая половина 70-х годов 20 века):

- а) ликвидация частной собственности и связанного с ней предпринимательства;
- б) развитие частной коммерческой инициативы и самостоятельной экономической деятельности;
- в) новая экономическая политика (НЭП);
- г) «Косыгинская» экономическая реформа 1965 г.

Тест 3. Характерные черты третьего этапа развития предпринимательства (с 70-х годов прошлого столетия и по настоящее время):

- а) сокращение массового и рост мелкосерийного производства;
- б) изменение государственного подхода к малому бизнесу, его поддержка;
- в) рост требуемых объемов инвестиционных ресурсов для создания и начального этапа развития нового предприятия;
- г) тесное сотрудничество крупного и малого бизнеса в рамках различных договорных отношений.

Тест 4. Становление научного менеджмента как науки о рыночном управлении предприятием и производством связано со следующим:

- а) созданием науки об управлении сложными системами разной природы – кибернетики;
- б) применением точных экономико-математических методов в планировании, прогнозировании, управлении;

- в) широким использованием организационно-административных методов управления;
- г) появлением и использованием эмпирического подхода в управлении.

Тест 5. Главные отличия современного менеджера и менеджмента предприятия:

- а) вместо «плана любой ценой» – работа на конечный результат, на потребителя;
- б) развитие производства, внедрение инноваций по согласованию с государственными органами и рекомендациями министерств;
- в) вместо бюджетных дотаций и бюджетного финансирования – самокупаемость и самофинансирование;
- г) разрешительное право в управлении (все разрешено, кроме того, что прямо запрещено).

Тест 6. 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 7. 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).

Тест 8. На структуру капитала в организациях культуры и искусства оказывают влияние:

а) высокая дифференциация источников финансирования;

б) негибкая структура источников финансирования;

в) цели и задачи деятельности организации;

г) неограниченные возможности использования собственного капитала.

Тест 9. Тесная взаимосвязь предпринимательства и маркетинга выражается в следующем:

а) предпринимательство не может обеспечить получение прибыли без маркетинга;

б) маркетинг не может существовать в отрыве от предпринимательства;

в) в культуре предпринимательство обязательно должно сопровождаться рекламой и «паблисити»;

г) маркетинг – это самостоятельная деятельность, связанная с предпринимательством;

Тест 10. В организации предпринимательства необходимы следующие принципы административного менеджмента, разработанные А.Файолем:

а) власть неотделима от ответственности;

б) устойчивость персонала;

в) дисциплина;

г) принцип «Разделяй и властвуй».

Тест 11. Целесообразность использования основных концепций маркетинга в сфере культуры:

а) производственную концепцию следует использовать в условиях ограниченной платежеспособности населения;

б) производственную концепцию следует использовать в условиях растущей платежеспособности населения;

в) концепцию улучшения качественных характеристик услуг (товарную) целесообразно применять при предоставлении массовых услуг;

г) концепцию улучшения качественных характеристик услуг (товарную) целесообразно применять при предоставлении индивидуальных услуг повышенного качества.

Тест 12. Сущность основных концепций маркетинга в сфере культуры означает:

а) концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая) предполагает воздействие на потребителей с помощью методов интенсивного стимулирования;

б) сбытовая концепция основное внимание уделяет имиджу организации культуры;

в) концепция традиционного маркетинга строится на прогнозировании поведения потребителей и определении потенциальных возможностей спроса;

г) концепция традиционного маркетинга ориентирована на формирование имиджа организации культуры.

Тест 13. В период с 1985 по 1992 гг. характерными чертами предпринимательства в Республике Беларусь являлись:

а) развитие арендных отношений в малом бизнесе;

б) коммерциализация и появление среднего бизнеса;

в) 1992 г. – шоковая терапия и бурный рост числа малых предприятий и численности занятых в них;

г) рост инвестиционной активности.

Тест 14. В период с 1993 до 2000 гг. характерными чертами предпринимательства в Республике Беларусь являлись:

- а) развитие всех видов предпринимательства;
- б) широкая государственная поддержка частного предпринимательства;
- в) взлет, а затем сокращение масштабов и прибыльности в торгово-посреднической деятельности;
- г) значительное сокращение прироста числа малых предприятий.

Тест 15. В период с 2000 до 2008 гг. характерными чертами предпринимательства в Республике Беларусь являлись:

- а) осознана необходимость разработки и осуществления государственной политики в области развития малого и среднего бизнеса;
- б) дальнейшее развитие центров поддержки предпринимательства, инкубаторов, инновационных центров при частичном финансировании государства;
- в) развитие корпоративных форм предпринимательства (финансово-промышленные группы, холдинги и другие интегрированные структуры);
- г) превращение малого и среднего бизнеса в активное звено интенсивно развивающейся экономики.

Тест 16. Для периода развития предпринимательства с 2008 до 2015 гг. характерными чертами являются:

- а) государственная политика в направлении упрощения процедур ведения бизнеса;
- б) отрицательное влияние мирового финансово-экономического кризиса;
- в) рост возможностей импортозамещения и конкурентоспособности отечественных потребительских товаров;
- г) совершенствование законодательства в сфере ведения малого и среднего бизнеса.

Тема 4. Предпринимательская деятельность и принципы ее организации. Развитие рыночных отношений в сфере культуры

Тест 1. Предприниматель выступает в роли коммерсанта, торговца при осуществлении:

- а) производственной предпринимательской деятельности;
- б) коммерческой деятельности;
- в) финансовой деятельности;
- г) посреднической предпринимательской деятельности.

Тест 2. По степени важности виды предпринимательства можно ранжировать следующим образом:

- а) посредническое, производственное, финансовое, коммерческое;
- б) финансовое, производственное, посредническое, коммерческое;
- в) производственное, коммерческое, финансовое, посредническое;
- г) коммерческое, посредническое, производственное, финансовое.

Тест 3. Наиболее распространена следующая классификация предпринимательской деятельности:

- а) производственная, коммерческая, финансовая, консультационная;
- б) коммерческая и некоммерческая;
- в) производственная, коммерческая, финансовая, посредническая;
- г) финансовые посредники, инвесторы, производители.

Тест 4. Последовательность функций предпринимателя при занятии производственной предпринимательской деятельностью:

- а) производство продукции, товаров, работ, услуг – обмен произведенного на деньги – распределение полученного финансового итога, прибыли или убытка;
- б) распределение – производство – обмен;

- в) обмен – распределение – производство;
- г) производство – распределение – обмен.

Тест 5. Финансовое (финансово-кредитное) предпринимательство имеет особенности:

- а) является одним из видов коммерческого предпринимательства;
- б) не облагается налогами;
- в) объектом сделок является специфический товар – деньги, валюта, ценные бумаги;
- г) требуются услуги посредников при получении транспортных, аудиторских, юридических услуг.

Тест 6. В сфере культуры в Республике Беларусь наиболее распространены:

- а) все виды предпринимательства;
- б) производственное и коммерческое предпринимательство;
- в) коммерческое и финансовое предпринимательство;
- г) финансовое и производственное предпринимательство.

Тест 7. Организационно-правовыми формами осуществления предпринимательства являются:

- а) индивидуальное, коллективное, корпоративное;
- б) малое, среднее, крупное;
- в) государственное, частное;
- г) иностранное, национальное.

Тест 8. ЗАО имеет следующие организационно- управленческие особенности:

- а) число акционеров не должно превышать 50 человек;
- б) есть ограничения по обращению акций;
- в) есть налоговые льготы по формированию резервных фондов;

г) существует вероятность перекупки контрольного пакета акций.

Тест 9. По структуре органов управления и организационным процедурам ЗАО аналогичны:

- а) ОАО;
- б) концерну;
- в) товариществу;
- г) холдингу.

Тест 10. ООО имеет следующие организационно-управленческие особенности:

- а) Уставом может быть исключена возможность продажи предприятия без согласия других участников;
- б) ООО обязано выплатить участнику при его выходе из общества действительную стоимость его доли;
- в) учредителем может быть одно лицо;
- г) ООО обязано распределять чистую прибыль между участниками.

Тест 11. Уставные цели некоммерческой организации могут быть сформулированы так, что основным направлением работы являются:

- а) научные исследования и образование;
- б) коммерческая деятельность;
- в) компьютерный сервис, управленческие услуги или консалтинг;
- г) оказание общественно-полезных услуг.

Тест 12. Некоммерческая организация имеет право:

- а) быть учредителем новых структур;
- б) получать дивиденды (доходы, проценты) по финансовой деятельности;
- в) получать выручку от реализации продукции, товаров, работ, услуг;
- г) распределять доходы (прибыль) между участниками.

Тест 13. В форме некоммерческой организации могут быть созданы:

- а) некоммерческое партнерство;
- б) учреждение;
- в) общественное объединение (фонд);
- г) все ответы верны.

Тест 14. Управленческая компания в холдинге может выполнять функции:

- а) управленческие;
- б) производственные;
- в) инвестиционные;
- г) посреднические.

Тест 15. Источниками собственных инвестиций на уровне предприятий являются:

- а) банковские кредиты;
- б) амортизационные отчисления;
- в) нераспределенная прибыль;
- г) коммерческие кредиты (кредиторская задолженность).

Тест 16. Источниками заемных (возвратных) инвестиций на уровне предприятий являются:

- а) лизинг;
- б) реализация основных средств;
- в) льготные кредиты банков;
- г) франчайзинг.

Тест 17. На функционирование предпринимательской деятельности и на инвестиционный климат влияют внешние факторы:

- а) уровень конкуренции на рынке товаров и инвестиций;

- б) производственный потенциал;
- в) инвестиционная стратегия предприятий;
- г) качество менеджмента.

Тест 18. 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 19. 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 20. Оптимизация рисков может включать;

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

Тест 21. Осуществление коммерческой деятельности некоммерческих организаций культуры связано со следующим:

- а) достижением главной цели – получением прибыли;
- б) достижением главной цели – удовлетворением потребностей общества в общественно-полезной услуге и в рабочих местах;

в) поиском в рамках маркетинга потребностей, удовлетворение которых принесло бы организации прибыль;

г) конкуренцией на рынках товаров и услуг.

Тест 22. Установите правильную последовательность жизненного цикла инноваций:

а) формирование новых научных познаний;

б) конструкторско-технологическая документация, опытные образцы новых изделий, опытное использование новых технологий;

в) прикладные и экспериментальные исследования, имеющие практическую направленность:

г) коммерциализация новшества (от момента запуска в производство до появления на рынке в качестве товара).

Тема 5. Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры

Тест 1. Определите правильную последовательность этапов создания собственного дела:

а) разработка бизнес-плана;

б) подбор квалифицированных и надежных соучредителей нового дела;

в) разработка учредительных документов;

г) определение источников финансирования необходимых для ведения предпринимательской деятельности на первом этапе функционирования фирмы.

Тест 2. Определите правильную последовательность процедур, связанных с созданием собственного дела:

а) регистрация предприятия в районной налоговой инспекции;

б) получение разрешения на изготовление круглой печати и углового штампа;

- в) открытие постоянного счета в банке;
- г) утверждение устава предприятия, оформление протокола № 1.

Тест 3. 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 также как коммерческая организация – на праве хозяйственного ведения.

Тест 4. 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 5. В Уставе предприятия указываются:

- 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 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. 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 8. 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.

Тест 9. Предприниматели как налогоплательщики имеют права:

- а) в случае несогласия с результатами налоговой проверки не платить налог и штрафные санкции по нему до окончательного разрешения конфликта;
- б) получать от налоговых органов письменные разъяснения по вопросам применения законодательства о налогах и сборах;
- в) использовать налоговые льготы при наличии оснований и в порядке, установленном законодательством о налогах и сборах;
- г) увеличивать или уменьшать налоговую нагрузку в зависимости от финансового состояния.

Тест 10. Физические лица как индивидуальные предприниматели имеют права:

- а) использовать упрощенную систему налогообложения;
- б) выступать на рынках ценных бумаг в качестве брокеров;
- в) быть аудиторами;
- г) выдавать займы под проценты.

Тест 11. В соответствие с законодательством к основным обязанностям предпринимателя относятся:

- а) выполнять все обязательства, вытекающие из заключенных договоров;
- б) заключать договора или контракты с гражданами, принимаемыми на работу по найму;
- в) обеспечивать устойчивое финансовое состояние предприятия;
- г) платить в срок и в полном объеме налоги и отчисления в фонд социальной защиты населения.

Тест 12. Предприниматель как налогоплательщик обязан:

- а) в установленные сроки стать на учет в налоговом органе и зарегистрироваться в фонде социальной защиты населения;

б) предоставлять в налоговый орган расчеты плановых сумм налогов и заключение по анализу финансового состояния;

в) своевременно предоставлять в налоговый орган декларацию о доходах и другие документы, необходимые для исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей;

г) изучать изменения в налоговом законодательстве и излагать свои предложения по его совершенствованию.

Тест 13. В соответствии с законодательством основными обязанностями предпринимателя являются:

а) для достижения успеха в бизнесе использовать все приемы и способы конкуренции;

б) соблюдать требования экологической безопасности, не наносить вред окружающей среде;

в) не допускать недобросовестной, недостоверной, ложной рекламы;

г) в установленном порядке вести бухгалтерский учет доходов и расходов, обеспечивать правдивость и достоверность отчетности.

Тест 14. Ответственность предпринимателя наступает в случаях:

а) нарушения прав собственника и других субъектов;

б) получения дополнительных доходов в результате искусственного дефицита товаров путем ограничения их поступления на рынок с последующим повышением цен;

в) ошибок при составлении бизнес-плана;

г) использования чужого товарного знака, фирменного наименования или производственной марки без разрешения участника хозяйственного оборота, на имя которого они зарегистрированы.

Тест 15. Ответственность предпринимателя наступает в случаях:

а) нарушения действующего законодательства;

б) получения доходов, значительно превышающих среднеотраслевой уровень;

в) обмана потребителей в отношении качества товара;

г) заключения договоров, когда известно о невозможности их выполнения.

Тест 16. В Республике Беларусь существуют предпринимательские организации и союзы, которые координируют деятельность предпринимательства:

а) Союз предпринимателей Беларуси;

б) Ассоциация коммерческих банков Республики Беларусь;

в) Белорусская научно-производственная ассоциация;

г) Академия наук Республики Беларусь.

Тест 17. Понятие «предпринимательские структуры» в сфере культуры означает:

а) экономический тип предприятия (корпорацию, концерн, холдинг, фирму и др.);

б) организационно-правовые формы предприятий (товарищество, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью, акционерное общество, кооператив, государственное предприятие и др.);

в) учреждение, фонд, автономная некоммерческая организация, общественное движение и др.

г) систему предпринимательства.

Тест 18. Законодательство содержит запрет на занятие предпринимательской деятельностью в отношении;

а) потребительских кооперативов;

б) политических партий;

в) ассоциаций (союзов);

г) профсоюзных организаций.

Тест 19. Создание собственного дела включает три стадии процесса:

- а) разработка концепции;
- б) планирование;
- в) система получения потребительских заказов;
- г) реализация проекта.

Тест 20. Установите правильную последовательность разделов бизнес-плана:

- а) организационный план;
- б) анализ рынков сбыта товаров;
- в) план маркетинга;
- г) резюме (сущность проекта).

Тест 21. Значение бизнес-плана организации :

- а) исполняет роль стратегического, координирующего плана;
- б) помогает изучить емкость и перспективы будущего рынка сбыта;
- в) позволяет соизмерить доходы с затратами и продлить потенциальную прибыльность дела;
- г) его разработка обеспечивает успех бизнеса.

Тест 22. Основными финансовыми расчетами в составе бизнес-плана являются:

- а) прогноз объемов реализации (выручки);
- б) таблица доходов и затрат (определение чистой прибыли);
- в) расчет точки безубыточности;
- г) расчет показателей рентабельности.

Тест 23. 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 24. 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.

Тема 6. Специфика предпринимательства в различных организациях культуры и искусства

Тест 1. Предпринимательская деятельность в некоммерческой сфере культуры может осуществляться:

а) при условии, что она необходима для выполнения уставных целей некоммерческой организации и соответствует этим целям;

б) получение прибыли является подчиненной, вторичной целью;

в) аналогичные виды услуг могут предоставляться или бесплатно, или за плату;

г) платные услуги являются необязательными в деятельности организаций культуры.

Тест 2. Наиболее перспективными для занятия предпринимательской деятельностью видами въездного туризма в Республике Беларусь являются:

а) водный туризм;

б) агро- и экотуризм;

- в) деловой туризм;
- г) спортивный туризм.

Тест 3. Основные причины недостаточного развития туризма в Республике Беларусь:

- а) слабое развитие системы маркетинга национального туристского продукта;
- б) низкий туристский рейтинг Республики Беларусь;
- в) недостаточная нормативно-правовая база;
- г) слабое сотрудничество с зарубежными фирмами и международными туристскими организациями.

Тест 4. Направлениями предпринимательской деятельности в водном туризме могут быть:

- а) создание пунктов проката с флотом, групповым и личным туристским снаряжением;
- б) организация и проведение водных маршрутов на спортивных судах и весельных лодках;
- в) задействие комфортабельных судов для путешествия туристов по водным путям республики;
- г) создание туристских центров вдоль основных транспортных коридоров на основе малых городов.

Тест 5. Направлениями предпринимательской деятельности в познавательном туризме могут быть:

- а) экскурсионные маршруты по местам важнейших исторических событий;
- б) воспитание уважительного отношения к историческому прошлому у молодежи;
- в) организация ностальгических туров для выходцев из Беларуси и их потомков, проживающих сейчас в других странах;

г) пропаганда деятельности выдающихся исторических личностей на территории Республики Беларусь.

Тест 6. Основными направлениями предпринимательской деятельности в агро- и экотуризме являются:

- а) организация сельских туров с проживанием и питанием в деревенских домах;
- б) организация туров по болотам, знакомство с флорой и фауной;
- в) развитие придорожной инфраструктуры;
- г) фотоохота на редких зверей и птиц.

Тест 7. Предпринимательство в спортивном туризме включает:

- а) строительство придорожных пунктов питания и отдыха;
- б) использование в туристских целях имеющейся санаторно-курортной базы республики;
- в) создание оборудованных для спорта и отдыха стоянок, кемпингов;
- г) организация «фанат-туризма».

Тест 8. Определите правильную последовательность (в зависимости от масштабов их деятельности) организаций, занимающихся ярмарочной и выставочной деятельностью:

- а) ЗАО «Техника и коммуникации»;
- б) Республиканский выставочный центр;
- в) Национальный выставочный центр «Белэкспо»;
- г) Белорусская торгово-промышленная палата.

Тест 9. Специфика предпринимательства в выставочно-ярмарочном бизнесе:

- а) оказание услуг участникам по заключению торговых сделок, налаживанию деловых контактов;

- б) организация и упорядочение процесса оптовой торговли;
- в) помощь участникам выставок в организации рекламы;
- г) подготовка и размещение информации в сети интернет об участниках выставки.

Тест 10. Для предпринимателя, занимающегося ярмарочно-выставочным бизнесом, сеть интернет необходима:

- а) для размещения информации о деятельности организации, о предоставляемых услугах;
- б) для предложения посетителям полезной информации (планы выставок, координаты и имена ответственных лиц, планы экспозиций);
- в) для размещения программ семинаров, конференций для каждой выставки;
- г) для повышения своего имиджа.

Тест 11. Определяющие тенденции развития культурно-досуговой сферы в Республике Беларусь на современном этапе:

- а) коммерциализация культурно-досуговой сферы, создание широкой и разветвленной сети платных культурных и досуговых продуктов и услуг;
- б) большой интерес населения страны к традиционным видам народных промыслов и ремесел;
- в) создание новых перспективных моделей культурно-досуговых учреждений;
- г) репрофилирование ранее унифицированных учреждений культуры (клубы-музеи, клубы-библиотеки, культурно-досуговые центры и т.п.).

Тест 12. Специфика предпринимательской деятельности в культурно-досуговой сфере:

а) необходимость учитывать многофункциональность (мультиплексность) как принцип сочетания разных видов деятельности для разных групп – компаний, друзей, молодежи, семей и т.д.;

б) предпринимательская деятельность может быть направлена на распространение по всему миру продукции массовой культуры, компьютерных игр, рекламы, культурно-художественной информации и образовательных материалов;

в) следует стремиться к максимальному использованию спецэффектов, компьютерной графики и электроники;

г) успех бизнеса зависит в первую очередь от доходов населения.

Тест 13. Специфика предпринимательской деятельности в культурно-досуговой сфере:

а) международный обмен культурными товарами и досуговым сервисом;

б) для успеха в бизнесе предприниматель должен иметь специальное культурологическое образование;

в) нишами для предпринимательства могут служить творческие индустрии: деятельность в области визуальных и исполнительских искусств; ремесел и дизайна; кино, телевидения, медиа;

г) необходимость учета платежеспособного спроса населения.

Тест 14. Предпринимательская деятельность в библиотечном деле:

а) связана с информационным обеспечением жизнедеятельности социума в целом и каждого человека в отдельности;

б) с предоставлением платных услуг как соответствующих профилю основной деятельности, так и охватывающих иные направления деятельности;

в) с проведением различных выставок, конференций, семинаров;

г) не может рассматриваться как отдельный самостоятельный бизнес, представляет интерес для самого учреждения.

Тест 15. Специфика предпринимательства в музейном деле:

а) не все музейные предметы могут быть вовлечены в рыночные отношения;

б) нишей для предпринимательства могут быть сюжетно-ролевые игры как инновационные культурно-досуговые формы;

в) преимущественно развиваются непрофильные культурно-досуговые платные услуги (костюмированные балы с аниматорами, различные музыкальные концерты, фотосессии молодоженов, арттерапия и др.);

г) не может рассматриваться как отдельный самостоятельный бизнес, представляет интерес для самого учреждения.

Тест 16. Перспективные направления развития предпринимательства в сфере культуры:

а) строительство в городах больших многофункциональных культурно-развлекательных центров и комплексов;

б) выпуск сувенирной и печатной продукции;

в) популяризация новых видов отдыха и развлечений (игорные дома, центры детских аттракционов, семейные развлекательные центры и т.п.);

г) инфраструктура центров развлечений и активного отдыха.

Тест 17. Предпринимательская деятельность в музеях связана с выполнением функций:

а) познавательной и воспитательной;

б) изучения реальных и потенциальных посетителей и установление с ними обратной связи;

в) проектирования нововведений, которые обеспечили бы удовлетворение потребностей посетителей и содействовали бы увеличению доходов музея;

г) постоянный анализ эффективности продвижения музейных услуг и разработка мер по совершенствованию этих процессов.

Тест 18. Предпринимательская деятельность в кинопрокате включает:

- а) ответственность за прокат фильма;
- б) взаимодействие с производителем фильма, письменное оформление договора (контракта);
- в) требование обеспечить сбор причитающейся суммы средств от просмотра фильма и передача определенной в договоре суммы компании – производителю;
- г) производство копий фильма и их доставка в кинотеатры.

Тест 19. предпринимательская деятельность в музеях в современных условиях связана:

- а) с использованием современных средств коммуникации;
- б) с развитием музейного маркетинга;
- в) с реализацией музейного проекта «Ночь музеев»;
- г) со строительством объектов инфраструктуры.

Тест 20. Предпринимательская деятельность в шоу-бизнесе направлена:

- а) на молодежную культуру;
- б) на массовую культуру;
- в) на элитарную культуру;
- г) на обеспечение финансовых интересов продюсера.

Тест 21. Шоу-бизнес означает;

- а) чью-либо конкретную или корпоративную выгоду;
- б) крупную и быстроразвивающуюся сферу мировой экономики, приносящую высокие доходы;
- в) увлекательные развлечения;

г) индустрию массовых зрелищ (кино, телевидение, эстрада, театр, индустрия компьютерных игр и т.п.).

Тест 22. Привлекательность и прибыльность шоу-бизнеса обусловлены:

- а) растущими потребностями населения в услугах индустрии развлечений;
- б) развитием научно-технического прогресса и технологий;
- в) глобализацией рынков;
- г) пропагандой определенного образа жизни.

Тема 7. Организационно- экономические проблемы в сфере культуры

Тест 1. Основные преимущества малого бизнеса:

- а) сеть малых предприятий позволяет широко использовать местные сырьевые ресурсы, а во многих случаях и отходы производства;
- б) более быстрая окупаемость вложенных средств;
- в) не требует финансовой поддержки государственных органов, банков и других структур;
- г) минимальный аппарат управления.

Тест 2. 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 3. Предприятие с какой численностью работников относится к субъектам малого предпринимательства?

- а) от 101 человек до 250 включительно;
- б) до 100 человек включительно;
- в) до 50 человек включительно;
- г) до 15 человек включительно.

Тест 4. Сложности в привлечении высококвалифицированных специалистов в малый бизнес создает:

- а) расстояние проезда от места жительства до фирмы;
- б) отсутствие большой среды общения;
- в) напряженность отношений с другими специалистами;
- г) небольшая по сравнению с крупным бизнесом заработная плата.

Тест 5. Прямая государственная поддержка малых предприятий включает:

- а) государственный заказ;
- б) упрощенный порядок налогообложения;
- в) информационно-маркетинговое обеспечение;
- г) финансирование отдельных расходов из государственных фондов.

Тест 6. Формами государственной поддержки развития предпринимательства в организациях культуры и искусства являются:

- а) субсидии из республиканского и местных бюджетов государственным и негосударственным организациям культуры и искусства;
- б) средства фондов Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и талантливой молодежи;
- в) льготы по уплате налогов;
- г) оплата зарубежных командировок.

Тест 7. К проблемным вопросам внебюджетного финансирования в сфере культуры и искусства относятся:

- а) при планировании объемов бюджетных средств учитывается выполнение плана по платным услугам и другим внебюджетным источникам;
- б) отсутствие нормативно-правовой базы учета, планирования и анализа внебюджетных источников финансирования;
- в) отсутствие показателей, позволяющих объективно оценить деятельность организаций культуры и искусства;
- г) недостаточная самостоятельность организаций в планировании и использование внебюджетных источников средств.

Тест 8. Основные направления государственного регулирования предпринимательства:

- а) государственная поддержка предпринимательства;
- б) государственный контроль;
- в) развитие индикативного планирования и прогнозирования;
- г) валютные курсы.

Тест 9. Государственная поддержка предпринимательства предусматривает меры:

- а) предоставление предпринимателям земельных участков;
- б) оказание содействия в организации материально-технического обеспечения и информационного обслуживания;
- в) создание объектов производственной и социальной инфраструктуры и их передача предпринимателям;
- г) стимулирование из государственных фондов выпуска новой продукции и услуг.

Тест 10. Смета доходов и расходов внебюджетных средств организаций, финансируемых из бюджета, предусматривает следующие процедуры:

- а) составляется по каждому источнику доходов;
- б) использование внебюджетных средств осуществляется по каждому виду в пределах утвержденных смет;
- в) использование доходов, поступивших по одному виду внебюджетных средств, на покрытие расходов по другому виду не допускается;
- г) в смете не отражаются остатки средств по данному источнику доходов на начало года.

Тест 11. Показатели, используемые в оценке предпринимательской деятельности в организациях культуры и искусства, включают:

- а) процент выполнения плана по доходам от внебюджетной деятельности;
- б) коэффициент соотношения покупателей и посетителей;
- в) коэффициент численности посетителей на единицу торговой площади;
- г) организации культуры и искусства устанавливают показатели по своему усмотрению, т.к. официально они не установлены.

Тест 12. Платные услуги, коммерческая и предпринимательская деятельность в сфере культуры – это:

- а) идентичные понятия;
- б) самостоятельные понятия;
- в) предпринимательская деятельность включает в себя коммерческую и платные услуги;
- г) платные услуги можно отнести к предпринимательской деятельности, если у них нет альтернативы в виде аналогичных бесплатных услуг.

Тест 13. Системой государственных социальных стандартов расходы на культуру в расчете на одного человека установлены в размере:

- а) 1,5 базовой величины, в том числе 1,3 – за счет бюджетного финансирования, 0,2 – за счет оказания платных услуг ;
- б) 1,5 базовой величины, в том числе 0,2 – за счет бюджетного финансирования, 1,3 – за счет оказания платных услуг ;
- в) размер платных услуг в составе 1,5 базовой величины определяет организация культуры;
- г) размер бюджетного финансирования не связан с государственными социальными стандартами.

Тест 14. Доходами от предпринимательской деятельности являются:

- а) добровольные пожертвования физических и юридических лиц;
- б) кредиты банков;
- в) доходы от всех источников помимо бюджетных ассигнований;
- г) фонды, создаваемые для финансирования культурной деятельности.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

1. Содержание понятий «культура», «предпринимательство», «бизнес», «маркетинг».
2. Социально-экономические характеристики предпринимательства.
3. Отраслевая специфика занятия предпринимательской деятельностью в культуре и искусстве.
4. Современные тенденции развития сферы культуры и искусства.
5. Необходимость и пути перехода к рыночным отношениям в организациях культуры и искусства.
6. Содержание этических требований в сфере потребления.
7. Понятие культуры предпринимательской деятельности.
8. Требования, предъявляемые к культуре руководителя- менеджера.
9. Этика поведения предпринимателя.

10. Генезис предпринимательства.
11. Генезис менеджмента.
12. Виды и формы предпринимательской деятельности в сфере культуры в Республике Беларусь.
13. Общая характеристика коммерческих организаций.
14. Общая характеристика некоммерческих организаций.
15. Инновационная деятельность как средство получения конкурентного преимущества на рынке.
16. Модели предпринимательского поведения в сфере культуры.
17. Права предпринимателя
18. Обязанности предпринимателя.
19. Персональная ответственность предпринимателя в сфере культуры.
20. Риски предпринимательской деятельности и пути их преодоления.
21. Законы Республики Беларусь и нормативные акты как инструменты регулирования предпринимательской деятельности в сфере культуры.
22. Государственное регулирование предпринимательской деятельности в культуре.
23. Платные услуги и предпринимательство в организациях культуры и искусства.
24. Маркетинговые коммуникации и конкурентные стратегии в сфере культуры в Республике Беларусь.
25. Прогнозирование, планирование и контроль как инструменты регулирования экономических аспектов предпринимательской деятельности.
26. Конкурентоспособность предприятия и успех предпринимательской деятельности.
27. Предпринимательский капитал в сфере культуры и искусства.
28. Особенности проявления бизнеса и предпринимательства в сфере культуры.
29. Этапы создания собственного дела.
30. Порядок создания предпринимательских структур в сфере культуры.

31. Документы, опосредующие предпринимательскую деятельность и их краткая характеристика.
32. Значение и краткое содержание бизнес-плана в предпринимательской деятельности.
33. Предпринимательская деятельность в шоу-бизнесе.
34. Виды бизнеса, классификационные характеристики.
35. Предпринимательская деятельность в музейном деле.
36. Предпринимательская деятельность в кинопрокате.
37. Предпринимательская деятельность в туризме.
38. Структуры досуга: особенности их функционирования и предпринимательской деятельности.
39. Предпринимательство и маркетинг как способы получения прибыли от культурной деятельности.
40. Платные услуги и предпринимательство в организациях культуры и искусства.
41. Проблемы развития малого бизнеса в сфере культуры и искусства.
42. Формы государственной поддержки развития предпринимательства в организациях культуры и искусства.
43. Отличия предпринимательского стиля деятельности и поведения от «обычного» бизнеса.
44. Эволюция типов предпринимателя (начинающий предприниматель и предприниматель-менеджер).
45. Эволюция типов предпринимателя (предприниматель-инвестор и предприниматель-лидер).
46. Специфика проявления бизнеса и предпринимательства в сфере культуры и искусства.
47. Порядок прекращения предпринимательской деятельности.
48. Франчайзинг и его применение в сфере культуры.

КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

Контрольная работа № 1

Вариант 1.

Тест 1. Термин «предпринимательство» означает:

а) самостоятельную, инициативную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода и осуществляемую от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность;

б) самостоятельную, инициативную деятельность предприятий, направленную на получение прибыли и осуществляемую от имени и под имущественную ответственность юридического лица;

в) самостоятельную, инициативную деятельность граждан или юридических лиц, направленную на получение прибыли (дохода) и осуществляемую от своего имени и на свой риск и под свою имущественную ответственность;

г) самостоятельную, инициативную деятельность граждан или юридических лиц, направленную на получение прибыли (дохода) и осуществляемую под гарантии государства.

Тест 2. Понятие «бизнес» означает:

а) деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах;

б) деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах, приносящую прибыль;

в) синоним понятия «предпринимательство»;

г) умение рационально использовать факторы производства (землю, капитал, труд), прогнозировать ситуацию и расчетливо рисковать;

Тест 3. Этическое потребление означает:

- а) покупку товаров, обеспечивающих здоровый образ жизни;
- б) покупку товаров и услуг, производство и потребление которых не оказывают вреда для людей, животных и окружающей среды;
- в) потребление экологически чистых товаров («зеленое потребление»);
- г) формирование избирательного отношения к производителям продукции, используемой для бытовых нужд.

Тест 4. Рейтинг «этичности» фирмы или товара формируется с учетом:

- а) влияния на окружающую среду;
- б) отношения к людям и животным;
- в) состава сырья и материалов, используемых в производстве;
- г) использования результатов генной инженерии.

Тест 5. В период с 2000. по 2008 гг. характерными чертами предпринимательства в Республике Беларусь являлись:

- а) разработанные меры государственной политики в области развития малого и среднего бизнеса;
- б) дальнейшее развитие центров поддержки предпринимательства, инкубаторов, инновационных центров при частичном финансировании государства;
- в) развитие корпоративных форм предпринимательства (финансово-промышленные группы, холдинги и другие интегрированные структуры);
- г) превращение малого и среднего бизнеса в активное звено интенсивно развивающейся экономики.

Ответьте на контрольный вопрос:

Что общего и в чем различие производственного и коммерческого предпринимательства

Вариант 2.

Тест 1. Современное предпринимательство в Республике Беларусь прошло:

- а) эпоху массового производства;
- б) эпоху массового сбыта;
- в) находится в стадии перехода от эпохи массового производства к эпохе массового сбыта;
- г) находится в постиндустриальной эпохе.

Тест 2. 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.

Тест 3. Спрос на культурные услуги в Республике Беларусь:

- а) растет;
- б) снижается;
- в) остается на сложившемся уровне;
- г) снижается на услуги культурно-просветительских организаций.

Тест 4. Спрос на культурные услуги в Республике Беларусь зависит от:

- а) создание и распределение валового внутреннего продукта и национального дохода;
- б) культурной политики государства;
- в) реальных доходов населения;
- г) развития туризма.

Тест 5. 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.

Ответьте на контрольный вопрос:

В чем отличие современного менеджмента организации от менеджмента конца 80-х годов 20 века?

Вариант 3.

Тест 1. 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.

Тест 2. Социально-экономические характеристики предпринимательства включают:

- а) новаторство, творческий поиск;
- б) предпринимательские и финансовые риски;
- в) возможность осуществления предпринимательской деятельности субъектом, управляющим имуществом на праве хозяйственного ведения;
- г) зависимость развития предпринимательства от эффективности менеджмента.

Тест 3. К культуре руководителя-менеджера предъявляются требования:

- а) коллегиальное решение вопросов деятельности организации;
- б) не допускать никакого насилия по отношению к подчиненным;
- в) не критиковать внешних конкурентов и сотрудников фирмы;
- г) стремиться к бесконфликтности.

Тест 4. Этикет предпринимателя включает:

- а) культуру речи;
- б) манеры, деловую одежду;
- в) эрудицию, начитанность;
- г) субординацию в деловых отношениях.

Тест 5. Сущность основных концепций маркетинга в сфере культуры означает:

а) концепция интенсификации коммерческих усилий (сбытовая) предполагает воздействие на потребителей с помощью методов интенсивного стимулирования;

б) сбытовая концепция основное внимание уделяет имиджу организации культуры;

в) концепция традиционного маркетинга строится на прогнозировании поведения потребителей и определении потенциальных возможностей спроса;

г) концепция традиционного маркетинга ориентирована на формирование имиджа организации культуры.

Ответьте на контрольный вопрос:

Какие тенденции наблюдаются в развитии культуры и искусства в Республике Беларусь?

Вариант 4.

Тест 1. Культурный обмен означает:

- а) Стадию культурного процесса, связанную с передачей культурных ценностей и распределением их в обществе;
- б) нишу для развития предпринимательства в культуре;
- в) передачу сообщения современными средствами коммуникации;
- г) постоянное появление новых культурных ценностей.

Тест 2. Предпринимательская деятельность в сфере культуры имеет отраслевую специфику:

- а) в некоммерческих организациях предпринимательская деятельность должна соответствовать уставным целям и задачам;
- б) широкое распространение имеют малые формы предпринимательства;
- в) в организациях культуры более высокие нормы прибыли;
- г) основным направлением предпринимательства в культуре является формирование культурного потенциала личности.

Тест 3. Платные услуги и предпринимательство в сфере культуры – это синонимы:

- а) да;
- б) нет;
- в) не все платные услуги можно считать предпринимательством;
- г) предпринимательство более широкое понятие, предусматривающее получение дохода.

Тест 4. Наиболее распространенными моделями предпринимательского поведения в сфере культуры являются:

- а) посредническая;
- б) организационная;
- в) инновационная (инвестиционная);

г) коммерческая.

Тест 5. Тесная взаимосвязь предпринимательства и маркетинга выражается в следующем:

а) предпринимательство не может обеспечить получение прибыли без маркетинга;

б) маркетинг не может существовать в отрыве от бизнеса;

в) в культуре предпринимательство должно сопровождаться рекламой и «паблисити»;

г) маркетинг – это самостоятельная деятельность, связанная с предпринимательством.

Ответьте на контрольный вопрос:

Какие особенности проявления бизнеса и предпринимательства есть в сфере культуры?

Вариант 5.

Тест 1. Возможные пути перехода к рыночным отношениям в организациях культуры и искусства:

а) развитие платных услуг;

б) сочетание бюджетного финансирования с элементами самофинансирования;

в) получение финансовой помощи от государства;

г) получение государственных заказов от Министерства культуры.

Тест 2. Основными условиями предпринимательства являются:

а) наличие правовых гарантий в отношении собственности;

б) обеспечение успеха в ведении бизнеса каждому предпринимателю;

в) наличие свободного рынка с конкуренцией;

г) принятие предпринимателем рисков.

Тест 3. Платные услуги и предпринимательство в сфере культуры – это синонимы:

- а) да;
- б) нет;
- в) не все платные услуги можно считать предпринимательством;
- г) предпринимательство более широкое понятие, предусматривающее получение дохода.

Тест 4. Характерные черты первого этапа развития предпринимательства в России (XVII – начало XX века):

- а) появление торгово-промышленных династий;
- б) широкая благотворительная деятельность российских промышленников и купцов;
- в) невысокие темпы развития промышленности;
- г) отсутствие сложившейся индустриальной базы предпринимательства.

Тест 5. Понятие «бизнес» означает:

- а) деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах;
- б) деятельность по удовлетворению потребностей людей в товарах и услугах, приносящую прибыль;
- в) синоним понятия «предпринимательство»;
- г) умение рационально использовать факторы производства (землю, капитал, труд), прогнозировать ситуацию и расчетливо рисковать.

Ответьте на контрольные вопросы:

1. Какие риски относятся к предпринимательской деятельности?
2. Какие факторы влияют на предпринимательскую деятельность?

Вариант 6.

Тест 1. Элементами культуры предпринимательской деятельности являются:

- а) законность и строгое выполнение обязательств и обязанностей, вытекающих из современных сделок;
- б) экономическая свобода в осуществлении предпринимательской деятельности;
- в) этические и нравственные правила, используемые в цивилизованном бизнесе;
- г) приемы, принципы, методы работы предпринимателя.

Тест 2. Понятие «общие этические нормы» включает:

- а) профессиональную этику;
- б) обычаи и правила поведения, принятые в обществе;
- в) корпоративную культуру;
- г) здоровый образ жизни предпринимателя.

Тест 3. Характерные черты второго этапа развития предпринимательства (революция 1917 г. – первая половина 70-х годов 20 века):

- а) ликвидация частной собственности и связанного с ней предпринимательства;
- б) развитие частной коммерческой инициативы и самостоятельной экономической деятельности;
- в) новая экономическая политика (НЭП);
- г) «Косыгинская» экономическая реформа 1965 г.

Тест 4. Культурный обмен означает:

- а) стадию культурного процесса, связанную с передачей культурных ценностей и распределением их в обществе;
- б) нишу для развития предпринимательства в культуре;

- в) передачу сообщения современными средствами коммуникации;
- г) постоянное появление новых культурных ценностей.

Тест 5. Характерные черты третьего этапа развития предпринимательства (с 70-х годов прошлого столетия и по настоящее время):

- а) сокращение массового и рост мелкого и среднего производства;
- б) изменение государственного подхода к малому бизнесу, его поддержка;
- в) рост требуемых объемов инвестиционных ресурсов для создания и начального этапа развития нового предприятия;
- г) тесное сотрудничество крупного и малого бизнеса в рамках различных договорных отношений.

Ответьте на контрольный вопрос:

От чего зависит развитие платных услуг?

Вариант 7.

Тест 1. Этическое потребление означает:

- а) покупку товаров, обеспечивающих здоровый образ жизни;
- б) покупку товаров и услуг, производство и потребление которых не оказывают вреда для людей, животных и окружающей среды;
- в) потребление экологически чистых товаров («зеленое потребление»);
- г) формирование избирательного отношения к производителям продукции, используемой для бытовых нужд.

Тест 2. Рейтинг «этичности» фирмы или товара формируется с учетом:

- а) влияния на окружающую среду;
- б) отношения к людям и животным;
- в) состава сырья и материалов, используемых в производстве;
- г) использования результатов генной инженерии.

Тест 3. Характерные черты третьего этапа развития предпринимательства (с 70-х годов прошлого столетия и по настоящее время):

а) сокращение массового и рост мелкосреднего производства;

б) изменение государственного подхода к малому бизнесу, его поддержка;

в) рост требуемых объемов инвестиционных ресурсов для создания и начального этапа развития нового предприятия;

г) тесное сотрудничество крупного и малого бизнеса в рамках различных договорных отношений.

Тест 4. Главные отличия современного менеджера и менеджмента предприятия:

а) вместо «плана любой ценой» – работа на конечный результат, на потребителя;

б) развитие производства, внедрение инноваций по согласованию с государственными органами и рекомендациями министерств;

в) вместо бюджетных дотаций и бюджетного финансирования – самокупаемость и самофинансирование;

г) разрешительное право в управлении (все разрешено, кроме того, что прямо запрещено).

Тест 5. Основными условиями предпринимательства являются:

а) наличие правовых гарантий в отношении собственности;

б) обеспечение успеха в ведении бизнеса каждому предпринимателю;

в) наличие свободного рынка с конкуренцией;

г) принятие предпринимателем рисков.

Ответьте на контрольный вопрос:

Почему необходим переход к рыночным отношениям в организациях культуры и искусства?

Контрольная работа № 2

Вариант 1.

Тест 1. Термин «предпринимательство» означает:

а) самостоятельную, инициативную деятельность граждан, направленную на получение прибыли или личного дохода и осуществляемую от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность;

б) самостоятельную, инициативную деятельность предприятий, направленную на получение прибыли и осуществляемую от имени и под имущественную ответственность юридического лица;

в) самостоятельную, инициативную деятельность граждан или юридических лиц, направленную на получение прибыли (дохода) и осуществляемую от своего имени и на свой риск и под свою имущественную ответственность;

г) самостоятельную, инициативную деятельность граждан или юридических лиц, направленную на получение прибыли (дохода) и осуществляемую под гарантии государства.

Тест 2. Наиболее распространена следующая классификация предпринимательской деятельности:

а) производственная, коммерческая, финансовая, консультационная;

б) коммерческая и некоммерческая;

в) производственная, коммерческая, финансовая, посредническая

г) финансовые посредники, инвесторы, производители.

Тест 3. По структуре органов управления и организационным процедурам ЗАО аналогичны:

а) ОАО;

б) концерну;

в) товариществу;

г) холдингу.

Тест 4. Определите правильную последовательность этапов создания собственного дела:

- а) разработка бизнес-плана;
- б) подбор квалифицированных и надежных соучредителей нового дела;
- в) разработка учредительных документов;
- г) определение источников финансирования, необходимых для ведения предпринимательской деятельности на первом этапе функционирования фирмы.

Задание 1.

Назовите достоинства и недостатки таких организационно-правовых форм предпринимательства, как полное товарищество и ООО.

Задание 2.

Фирма обслуживает туристов на фестивале и продает сувениры, которые покупает у оптовика по цене 20 руб. за штуку, а продает по 50 руб. за штуку. Постоянные издержки составляют 14 000 руб. в месяц.

Определить:

- а) какое количество сувениров необходимо продать, чтобы вернуть деньги, вложенные в дело;
- б) объем продаж в натуральном и стоимостном выражении, необходимый для получения прибыли в размере 16000 руб. в месяц.

Задание 3.

Фирма, занимающаяся снабженческо-сбытовой деятельностью, приобрела товары на сумму 280 млн. руб. по ценам с НДС, которые впоследствии реализовала. Снабженческо-сбытовая надбавка фирмы составляет 25%. Ставка НДС - 20%.

Определить:

Сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет по данной сделке.

Вариант 2.

Тест 1. Современное предпринимательство в Республике Беларусь прошло:

- а) эпоху массового производства;
- б) эпоху массового сбыта;
- в) находится в стадии перехода от эпохи массового производства к эпохе массового сбыта;
- г) находится в постиндустриальной эпохе.

Тест 2. Последовательность функций предпринимателя при занятии производственной предпринимательской деятельностью:

- а) производство продукции, товаров, работ, услуг – обмен произведенного на деньги – распределение полученного финансового итога, прибыли или убытка;
- б) распределение – производство – обмен;
- в) обмен – распределение – производство;
- г) производство – распределение – обмен.

Тест 3. ООО имеет следующие организационно- управленческие особенности:

- а) Уставом может быть исключена возможность продажи предприятия без согласия других участников;
- б) ООО обязано выплатить участнику при его выходе из общества действительную стоимость его доли;
- в) учредителем может быть одно лицо;
- г) ООО обязано распределять чистую прибыль между участниками.

Тест 4. Определите правильную последовательность процедур, связанных с созданием собственного дела:

- а) регистрация предприятия в районной налоговой инспекции;
- б) получение разрешения на изготовление круглой печати и углового штампа;
- в) открытие постоянного счета в банке;
- г) утверждение устава предприятия, оформление протокола № 1

Задание 1.

Назовите достоинства и недостатки частных унитарных предприятий и ОДО.

Задание 2.

Фирма обслуживает туристов на фестивале и продает сувениры, которые покупает у оптовика по цене 10 руб. за штуку, а продает по 30 руб. за штуку. Постоянные издержки составляют 10 000 руб. в месяц.

Определить:

- а) какое количество сувениров необходимо продать, чтобы вернуть деньги, вложенные в дело?
- б) объем продаж в натуральном и стоимостном выражении, необходимый для получения прибыли в размере 10 000 руб. в месяц.

Задание 3.

Фирма в отчетном периоде приобрела по отпускным ценам (с НДС) материалы на сумму 380 млн руб., которые были использованы в производстве продукции в этом же отчетном периоде. Изготовленная продукция была реализована по отпускным ценам на сумму 720 млн руб.

Определить:

Сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет фирмой.

Вариант 3.

Тест 1. 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.

Тест 2. Финансовое (финансово-кредитное) предпринимательство имеет особенности:

- а) является одним из видов коммерческого предпринимательства;
- б) не облагается налогами;
- в) объектом сделок является специфический товар – деньги, валюта, ценные бумаги;
- г) требуются услуги посредников при получении транспортных, аудиторских, юридических услуг.

Тест 3. Некоммерческая организация имеет право:

- а) быть учредителем новых структур;
- б) получать дивиденды (доходы, проценты) по ценным бумагам;
- в) получать выручку от реализации продукции, товаров, работ, услуг;
- г) распределять доходы (прибыль) между участниками.

Тест 4. Основным и обязательным документом, опосредующим предпринимательскую деятельность, является:

- а) документ, подтверждающий государственную регистрацию организации;
- б) устав предприятия;
- в) учредительный договор;

г) справка налогового органа о присвоении учетного номера налогоплательщика.

Задание 1.

Назовите отличительные черты ЗАО и ОАО.

Задание 2.

Требуется определить: а) при какой ежедневной заселяемости гостиница на 120 мест может функционировать безубыточно; б) общую сумму денежных поступлений на расчетный счет гостиницы за сутки.

Данные для расчета:

Тариф – 1000 у.е. за сутки;

Постоянные издержки в расчете на сутки составляют 60 000 у.е.;

Переменные издержки в расчете на сутки – 40 000 у.е.;

Норма прибыли – 7%.

Задание 3.

Фирма – производитель товара реализовала в отчетном периоде свой товар по ценам предприятия (без НДС) на сумму 700 тыс. руб. розничному магазину. Полная себестоимость товара – 450 тыс. руб. Розничная наценка – 20% к покупной стоимости товара. Ставка НДС – 20%.

Определить:

а) прибыль фирмы – производителя за отчетный период;

б) сумму реализации товара магазином с учетом НДС.

Вариант 4.

Тест 1. 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.

Тест 2. В сфере культуры в Республике Беларусь наиболее распространены:

- а) все виды предпринимательства;
- б) производственное и коммерческое предпринимательство;
- в) коммерческое и финансовое предпринимательство;
- г) финансовое и производственное предпринимательство.

Тест 3. В форме некоммерческой организации могут быть созданы:

- а) некоммерческое партнерство;
- б) учреждение;
- в) общественное объединение (фонд);
- г) все ответы верны.

Тест 4. В Уставе предприятия указываются:

- 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 намеривается заниматься предприятие.

Задание 1.

Назовите достоинства и недостатки акционерных обществ.

Задание 2.

Требуется определить:

- а) при какой ежедневной заселяемости гостиница на 80 мест может функционировать безубыточно;

б) общую сумму денежных поступлений на расчетный счет гостиницы за сутки.

Данные для расчета:

Тариф – 1 000 у.е. за сутки;

Постоянные издержки в расчете на сутки составляют 30 000 у.е.;

Переменные издержки в расчете на сутки – 20 000 у.е.;

Норма прибыли – 7%.

Задание 3.

Фирма обслуживает туристов на фестивале и продает сувениры, которые покупает у оптовика по цене 10 руб. за штуку, а продает по 30 руб. за штуку. Постоянные издержки составляют 10 000 руб. в месяц.

Определить:

а) какое количество сувениров необходимо продать, чтобы вернуть деньги, вложенные в дело;

б) объем продаж в натуральном и стоимостном выражении, необходимый для получения прибыли в размере 10 000 руб. в месяц.

Задание 4.

Фирма – производитель товара реализовала в отчетном периоде свой товар по ценам предприятия (без НДС) на сумму 600 тыс. руб. розничному магазину. Полная себестоимость товара – 350 тыс. руб. Розничная наценка – 10% к покупной стоимости товара. Ставка НДС – 20%.

Определить:

а) прибыль фирмы-производителя за отчетный период;

б) сумму реализации товара магазином с учетом НДС.

Вариант 5.

Тест 1. Социально-экономические характеристики предпринимательства включают:

- а) новаторство, творческий поиск;
- б) предпринимательские и финансовые риски;
- в) возможность осуществления предпринимательской деятельности субъектом, управляющим имуществом на праве хозяйственного ведения;
- г) зависимость развития предпринимательства от эффективности менеджмента.

Тест 2. Предприниматель выступает в роли коммерсанта, торговца при осуществлении:

- а) производственной предпринимательской деятельности;
- б) коммерческой деятельности;
- в) финансовой деятельности;
- г) посреднической предпринимательской деятельности.

Тест 3. Уставные цели некоммерческой организации могут быть сформулированы так, что основным направлением работы являются:

- а) научные исследования и образование;
- б) коммерческая деятельность;
- в) компьютерный сервис, управленческие услуги или консалтинг;
- г) оказание общественно-полезных услуг.

Тест 4. В Уставе предприятия указываются:

- 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 намеривается заниматься предприятие.

Задание 1.

Назовите формы государственной поддержки развития предпринимательства в сфере культуры.

Задание 2.

Требуется определить:

а) при какой ежедневной заселяемости гостиница на 100 мест может функционировать безубыточно;

б) общую сумму денежных поступлений на расчетный счет гостиницы за сутки.

Данные для расчета:

Тариф – 1000 у.е. за сутки;

Постоянные издержки в расчете на сутки составляют 40 000 у.е.;

Переменные издержки в расчете на сутки – 25 000 у.е.;

Норма прибыли – 5%.

Задание 3.

Прибыль от реализации продукции парфюмерной фабрики «Белита» составила за отчетный год 360 млн руб. Общая сумма затрат (переменных и постоянных) составила 1800 млн. руб. НДС, уплаченный фабрикой в отчетном году в составе счетов по приобретенным товарам, работам, услугам, составил 200 млн руб.

Определить:

сумму НДС, подлежащую уплате в бюджет фирмой «Белита» за отчетный период.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ КУРСОВЫХ РАБОТ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

1. Организационные и правовые основы предпринимательской деятельности в сфере культуры.
2. Понятие, цели и принципы предпринимательства.
3. Функции, факторы и мотивы предпринимательства.
4. Виды и формы предпринимательской деятельности в сфере культуры.
5. Три мифа теории и практики управления в сфере культуры.
6. Коммерческая и некоммерческая деятельность в сфере культуры.
7. Платные услуги в сфере культуры, их виды и условия реализации.
8. Особенности проявления творческой инициативы и предприимчивости в сфере культуры.
9. Ответственность предпринимателя, ее содержание и проявление в сфере культуры.
10. Деятельность организаций культуры в условиях развития рыночных отношений.
11. Реклама и пиар в сфере культуры, поиск перспективных сегментов рынка платных услуг.
12. Внешнеэкономическая деятельность в сфере культуры.
13. Риски в предпринимательской деятельности и пути их преодоления.
14. Сфера культуры как отрасль национальной экономики Республики Беларусь.
15. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в культуре.
16. Развитие рыночных отношений в сфере культуры в Республике Беларусь.
17. Формы негосударственной поддержки организаций культуры в Республике Беларусь.
18. Конкуренция в сфере гастрольно-концертной деятельности.
19. Предпринимательство в сфере кинопроката.

20. Экономические аспекты организации международного культурного сотрудничества.
21. Организация выставочно-ярмарочной деятельности (отечественный и зарубежный опыт).
22. Организация деловых переговоров в сфере культуры.
23. Аукционная деятельность на рынке антиквариата и художественных ценностей.
24. Организационно-экономические основы деятельности праздничных агентств.
25. Эволюция типов предпринимателя.
26. Организационно-экономические основы деятельности модельных агентств.
27. Прогнозирование, планирование и контроль как инструменты регулирования экономики и предпринимательской деятельности.
28. Модели культурных услуг в развитых странах и механизмы их реализации.
29. Проявление основных концепций маркетинга в сфере культуры.
30. Мотивация труда предпринимателей в сфере культуры.
31. Культура труда и управления.
32. Общее и особенное в социальном и коммерческом маркетинге.
33. Центры досуга: содержание их деятельности и проблемы функционирования.
34. Специфические особенности функционирования и тенденции развития шоу-бизнеса в Республике Беларусь.
35. Собственные, государственные и привлеченные ресурсы обеспечения деятельности организаций культуры.
36. Показатели оценки предпринимательской деятельности в сфере культуры.
37. Развитие туризма в Республике Беларусь.
38. Формы государственной поддержки развития предпринимательства в сфере культуры.

39. Источники финансирования проектов в сфере культуры.
40. Организация предпринимательской деятельности в библиотечном деле.
41. Организация предпринимательской деятельности в музейном деле.
42. Культурно-досуговая деятельность детей как направление предпринимательской деятельности в сфере культуры.
43. Предпринимательская деятельность в сфере туризма.
44. Инновационная деятельность в сфере культуры как средство получения конкурентного преимущества на рынке.
45. Благотворительность в сфере культуры как средство самореализации личности предпринимателя.
46. История меценатства.
47. Методы обработки информации для принятия управленческого решения.
48. Этапы создания собственного дела и порядок прекращения предпринимательской деятельности.
49. Специфика и современные тенденции развития сферы культуры и искусства.
50. Малый бизнес и его роль в развитии культуры и искусства.
51. Преимущества и недостатки малого бизнеса, оценка его состояния в Республике Беларусь.
52. Виды и мотивация предпринимательской деятельности.
53. Культура и этика предпринимательской деятельности.
54. Сущность и значение культуры предпринимательства.
55. Генезис предпринимательства и менеджмента.
56. Предпринимательство и маркетинг как способы получения прибыли от культурной деятельности.
57. Платные услуги и предпринимательство в организациях культуры и искусства.
58. Проблемные вопросы сращивания культуры и бизнеса.
59. Значение и краткое содержание бизнес-плана в предпринимательской деятельности в сфере культуры.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере культуры» разработана для учреждений высшего образования, обеспечивающих подготовку специалистов 1 степени высшего образования в соответствии с требованиями образовательного стандарта по специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям).

Дисциплина «Предпринимательская деятельность в сфере культуры» относится к циклу специальных дисциплин по специальности «Культурология (по направлениям)». Она включена в дисциплины, являющиеся компонентом вуза. Она направлена на получение студентами теоретических знаний по основам предпринимательской деятельности и специфике ее организации в отрасли культуры и искусства. Программа предусматривает учебные занятия в форме лекций, семинаров и практических занятий.

Цель дисциплины – дать представление о сущности предпринимательства, его законодательстве, принципах, тенденциях, особенностях проявления в социокультурной сфере. Обеспечить комплексное овладение учебным материалом, формирование у студентов знаний, умений и практических навыков по использованию способов и методов повышения конкурентоспособности и прибыльности бизнеса.

Изучение дисциплины «Предпринимательская деятельность в сфере культуры» должно обеспечить формирование у студентов следующих *академических компетенций*:

АК-1. Уметь использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками в области культурологи.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным предлагать новые идеи (владеть креативностью).

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК-8. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию на протяжении всей жизни.

АК-10. Владеть методичными знаниями и исследовательскими умениями, которые обеспечивают решение задач инновационно- методичной и научно-исследовательской деятельности в области культурологи.

Студент должен получить следующие *социально- личностные компетенции*:

САК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

САК-3. Владеть способностью к международным коммуникациям.

После изучения учебной дисциплины студент должен обладать следующими *профессиональными компетенциями*:

ПК-3. Реализовывать общегосударственные, региональные и ведомственные программы и проекты в сфере культуры и искусств.

ПК-4. Оценивать состояние, тенденции и перспективы развития сферы культуры и искусств.

ПК-5. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно- методическую и художественно- творческую деятельность в сфере культуры и искусств.

ПК-6. Выявлять интересы и педагогические населения в различных видах свободного времени.

ПК-7. Заниматься научно-исследовательской деятельностью в области культурологи.

ПК-8. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК-9. Организовывать свой труд на научной основе, владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации в сфере профессиональной деятельности.

ПК-18. Обеспечивать организационно- управленческое функционирование учреждений, организаций и объединений социокультурной сферы.

ПК-19. Разрабатывать социально-культурные проекты в коммерческой, финансово-хозяйственной деятельности.

ПК-20. Организовывать финансово-экономическое обеспечение проектов в сфере культуры и искусств.

ПК-21. Содействовать переходу учреждений культуры и искусств на новые условия хозяйствования, содействовать их работе на условиях рыночных принципов, организовывать внешнекультурную деятельность с зарубежными странами.

ПК-22. Проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и осуществлять международные, республиканские, региональные и местные социально-культурные проекты.

ПК-23. Выбирать рекламную стратегию культурно-просветительских программ, применять методику подбора слоганов для культурных проектов.

ПК-24. Разрабатывать и проводить компании по связям с общественностью, взаимодействовать со средствами массовой информации.

Задачи дисциплины – изучение динамики спроса и рынков спроса, моделей потребительского поведения в сфере культуры, этапов организации предпринимательства, специфики отдельных подотраслей (учреждений) культуры и искусства.

В результате изучения дисциплины студенты должны

знать:

основные существующие направления предпринимательской деятельности в сфере культуры;

современное состояние теории и практики предпринимательской деятельности и ее особенности в учреждениях культуры;

содержание основных законодательных актов по вопросам организации и регулирования предпринимательства в Республике Беларусь;

методы осуществления предпринимательской деятельности,

уметь:

анализировать социально-культурную сферу как объект предпринимательской деятельности;

пользоваться базовой терминологией современного предпринимательства;

использовать методики менеджмента и маркетинга на практических и лабораторных занятиях;

оценивать эффективность предпринимательской деятельности в учреждениях культуры.

Учебная программа по дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере культуры» включает в себя тематический план лекционных, семинарских и практических занятий, список рекомендованной литературы.

Объем часов по дисциплине составляет 138, из них аудиторных часов на ДФО – 72 (36 час. лекций, 14 семинарских занятий, 22 практических занятий), 66 часов – самостоятельная работа, в том числе 36 час. – подготовка к экзамену.

На ЗФО – 138 час. Аудиторные часы – 18, в том числе 10 лекций, 6 – практических занятий, 2 – семинарские занятия. Самостоятельная работа – 126 час., в том числе 36 час. – подготовка к экзамену.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(дневная форма)

Название разделов (модулей) и тем	Количество часов				
	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	
Тема 1. Введение в дисциплину. Основные характеристики и технологии предпринимательства.	10	4	2	2	2
Тема 2. Культура поведения в сфере потребления.	12	4	2	2	4
Тема 3. История развития предпринимательства.	12	4	2	2	4
Тема 4. Предпринимательская деятельность и принципы ее организации. Развитие рыночных отношений в сфере культуры.	18	6	2	4	6
Тема 5. Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры.	20	6	2	6	6
Тема 6. Специфика предпринимательства в различных подотраслях (учреждениях) культуры и искусства.	18	6	2	4	6
Тема 7. Организационно-экономические проблемы в сфере культуры.	12	6	2	2	2
Подготовка к экзамену	36				36
Всего:	138	36	14	22	66

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(заочная форма)

Название разделов (модулей) и тем	Количество часов				
	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	
Тема 1. Введение в дисциплину. Основные характеристики и технологии предпринимательства.	14	2	-	-	12
Тема 2. Культура поведения в сфере потребления.	16	1	1	-	14
Тема 3. История развития предпринимательства.	15	1	-	-	14
Тема 4. Предпринимательская деятельность и принципы ее организации. Развитие рыночных отношений в сфере культуры.	16	1	1	-	14
Тема 5. Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры.	16	1	1	-	14
Тема 6. Специфика предпринимательства в различных подотраслях (учреждениях) культуры и искусства.	14	1	1	-	12
Тема 7. Организационно-экономические проблемы в сфере культуры.	11	1	-	-	10
Подготовка к экзамену	36				36
Всего:	138	8	4	-	126

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в дисциплину. Основные характеристики и технологии предпринимательства.

Определение понятий «культура», «предпринимательство», «бизнес», «маркетинг». Социально-экономические характеристики предпринимательства.

Технологии социально-культурных нововведений и бизнес. Специфика и современные тенденции развития сферы культуры и искусства. Поиски рациональных путей перехода к рыночной системе хозяйствования в организациях культуры и искусства. Культура и искусство как отрасль национальной экономики Республики Беларусь. Особенности проявления творческой инициативы и предприимчивости в сфере культуры.

Тема 2. Культура поведения в сфере потребления.

Культура труда и управления. Основные мотивы поведения взрослого человека в сфере потребления. Ценностные ориентации человека в потребительской сфере.

Содержание этических требований в сфере потребления.

Спрос на культурные услуги в Беларуси и его перспективы.

Рабочее место руководителя-менеджера. Требование к его культуре.

Тема 3. История развития предпринимательства.

Генезис предпринимательства и менеджмента. Понятие «универсальность» управленческой деятельности». Переход от универсализма к ситуационному подходу.

Три мифа теории и практики управления в сфере культуры.

История меценатства. Истоки меценатства, его основные идеи. Особенности русского и белорусского меценатства и его влияние на культуру. Альтруизм, благородство, добропорядочность патриотизм меценатов.

Благотворительность как средство самореализации личности предпринимателя.

Тема 4. Предпринимательская деятельность и принципы ее организации. Развитие рыночных отношений в сфере культуры.

Бизнес и предпринимательство, специфика их проявления в сфере культуры.

Виды и формы предпринимательской деятельности в сфере культуры в Республике Беларусь. Коммерческие и некоммерческие организации. Внешне-экономическая деятельность в сфере культуры. Риски предпринимательской деятельности и пути их преодоления.

Персональная ответственность предпринимателя, ее содержание и проявление в сфере культуры. Модели предпринимательского поведения в сфере культуры.

Деятельность производственных структур сферы культуры в условиях самостоятельного функционирования.

Прогнозирование, методы обработки информации. Проблемы поиска своей рыночной ниши.

Инновационная деятельность как средство получения конкурентного преимущества на рынке.

Развитие рыночных отношений в сфере культуры в Республике Беларусь.

Тема 5. Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры.

Правовое регулирование предпринимательской деятельности в отрасли культуры и искусства. Законодательные акты: Гражданский кодекс, законы Республики Беларусь: «О культуре», «О предпринимательстве», «О хозяйственных обществах», – их общая характеристика. Указы и декреты Президента Республики Беларусь.

Право на создание предпринимательских структур в сфере культуры.

Этапы создания собственного дела. Предпринимательская идея, ее соответствие техническим и финансовым возможностям предпринимателя.

Предпринимательский капитал, способы его формирования. Государственная регистрация организации (предприятия).

Учредительные документы (устав, договор и другие).

Порядок организации и проведения культурно-зрелищного мероприятия. Порядок оформления вывоза культурных ценностей за пределы Республики Беларусь.

Тема 6. Специфика предпринимательства в различных подотраслях (учреждениях) культуры и искусства.

Специфические особенности, современные тенденции развития шоу-бизнеса. Реклама, потребности и мотивы потребителя в шоу-бизнесе. Конкуренция в шоу-бизнесе.

Организация предпринимательской деятельности в библиотечном и музейном деле.

Создание и проблемы функционирования структур досуга. «Открытые» и «закрытые» структуры досуга. Особенности молодежных структурных центров досуга.

Специфика предпринимательской деятельности и развития кинопроката, фольклора, модельного бизнеса, туризма, аукционной деятельности в Республике Беларусь.

Тема 7. Организационно-экономические проблемы в сфере культуры.

Предпринимательство и маркетинг как способы получения прибыли от культурных услуг. Коммерческая сфера культуры и социальный маркетинг. Маркетинговые коммуникации и конкурентные стратегии.

Проблемы организации и реализации новых платных услуг в сфере культуры. Возможности новых путей сохранения и развития культуры, доступности культурных благ и услуг в современных условиях рыночных отношений.

Собственные, государственные и привлеченные ресурсы обеспечения деятельности организаций (предприятий) культуры.

Формы государственной поддержки развития предпринимательства в сфере культуры.

Показатели оценки предпринимательской деятельности в сфере культуры, зарубежный и отечественный опыт

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Требования к выполнению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название раз-дела, темы	Кол-во часов на СРС	Задание	Форма выполне-ния	Цель или задача СРС
1	Основные ха-рактеристики и технологии предпринима-тельства	2	Изучение базовых понятий дисципли-ны, выделение осо-бенностей предпри-нимательства	Подбор литера-турных источ-ников, конспек-тирование ос-новных положений, работа с опорным кон-спектом лекций	Первичное овла-дение знаниями
2	Культура пове-дения в сфере потребления	4	Подобрать данные о культуре конкретной организации и этике поведения руководи-теля. На примере сложной предпри-нимательской орга-низации предложить вариант развития предпринимательст-ва.	Составить эссе, реферат для вы-ступления на семинарском или практиче-ском занятии.	Закреп. знаний, Систематизация.
3.	История разви-тия предпри-нимательства	4	Выявить основные черты предпринима-тельства в разные периоды развития, сходство и различия. Изучить понятия конкуренции и кон-курентоспособности, формирование цен.	Конспектирова-ние основных положений	Закрепление и систематизация знаний. Формирование навыков анали-тических расче-тов.
4	Предпринима-тельская дея-тельность, рыночные отно-шения в сфере культуры	6	Сравнить различные формы предприни-мательской деятель-ности, отметить по-ложительные и от-рицательные черты, способы управления рисками	Выписки из тек-стов, составле-ние библиогра-фии, подготовка к практическому занятию, подго-товка курсовой работы.	Первичное овла-дение знаниями, закрепление и систематизация знаний.

5	Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры.	6	Составить устав для вновь создаваемой организации. Сформулировать идеи бизнес-плана.	Реферативное изложение материала.	Закрепление и систематизация знаний, формирование умений и навыков.
6	Специфика предпринимательства в различных организациях культуры и искусства.	4	На основе изучения источников выявить особенности предприним. в различных организациях.	Решение задач и выполнение упражнений по образцу. Подготовка курсовой работы	Закрепление и систематизация знаний, формирование умений и навыков.
7	Организационно-экономические проблемы в сфере культуры.	2	На базе подготовки курсовой работы изложить проблемные ситуации в отрасли (организ.)	Выступление на семинарском или практическом занятии.	Закрепление и систематизация знаний.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Кодекс Республики Беларусь «О Культуре» от 20 июля 2016 г. № 413–З.
2. О предпринимательстве в Республике Беларусь : Закон Республики Беларусь от 28 мая 1991 г. № 813-ХІІ со всеми изменениями и дополнениями.
3. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь : Директива Президента Республики Беларусь № 4 от 31 декабря 2010 г.
4. Организация предпринимательской деятельности : учебник/ под ред. проф. В. Я. Горфинкеля. – М. : Изд-во Проспект, 2014. – 544 с.
6. Страдов, Г. М. Предпринимательская деятельность в сфере культуры : курс лекций в электронном виде / Г. М. Страдов. – Минск : Современные знания, 2008. – 89 с.
7. Давыденко, Л. Н. Основы предпринимательской деятельности : Практикум / Л. Н. Давыденко. – Минск : БГПУ, 2015. – 140 с.
8. Башаримова, С. Основы предпринимательства : учебное пособие / С. Башаримова, М. Дасько. – Минск : Белэн, 2012. – 234 с.
9. Резник, С. Д. Основы предпринимательской деятельности : учебник / С. Д. Резник [и др.]. – М. : Инфра-М, 2015 – 287 с.
10. Семенов, А. К. Основы менеджмента : практикум / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – М. : Дашков и К, 2009. – 474 с.
11. Витко, Ф. Л. Организация предпринимательской деятельности : учебно-методический комплекс / Ф. Л. Витко. – Минск : БГУ ГИУСТ. – 267 с.
12. Управление в социальной работе : учебник / Под ред. проф. Е. И. Холостовой, Е. И. Комарова, О. Г. Прохоровой. – М., 2016. – 299 с.
13. Векслер, А. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность / А. Векслер, Г. Тульчинский. – М., СПб. : Вершина, 2006. – 335 с.

Дополнительная

14. Дмитриев, М. Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов по направлениям сервиса и туризма / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 398 с.

15. Котлер, Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Ф. Котлер, Н. Ли / Пер. с англ под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2008. – 384 с.

16. Крутик, А. Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. – М. : Академия, 2007. – 216 с.

17. Лапуста, М. Г. Малое предпринимательство : учебник по управленческим специальностям / М. Г. Лапуста. – М. : Инфра-М, 2008. – 683 с.

18. Морозов, М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учебник по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / М. А. Морозов. – М. : Академия, 2007. – 287 с.

19. Ткаченко, С. С. Настольная книга предпринимателя / С. С. Ткаченко. – М. : Скарабей. – Ростов-на/Д : Феникс, 2005. – 14 с.

20. Фокс, Джеффри Дж. Конкурентные преимущества в денежном выражении: перевод с английского / Джеффри Дж. Фокс, Ричард К. Грегори. – М. : Альпина бизнес букс, 2005. – 294 с.

21. Щербатых, Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса / Ю. В. Щербатых. – СПб. : Питер Пресс, 2009. – 304 с.

22. Круглова, Н. Ю. Основы бизнеса (предпринимательства) / Н. Ю. Круглова. – М. : Кнорус, 2016. – 440 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
Краткий курс лекций по учебной дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере культуры»	4
Тема 1. Введение в специальность. Основные характеристики и технология предпринимательства	4
Тема 2. Культура поведения в сфере потребления	12
Тема 3. История развития предпринимательства	19
Тема 4. Предпринимательская деятельность и принципы ее организации. Развитие рыночных отношений в сфере культуры	29
Тема 5. Основные этапы организации предпринимательства в сфере культуры и искусства	41
Тема 6. Специфика предпринимательства в различных организациях культуры и искусства	57
Тема 7. Организационно-экономические проблемы в сфере культуры	65
ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	71
Темы семинарских занятий	71
Практические занятия	73
Организация самостоятельной деятельности студентов	88
РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	89
Тестовые задания для самоконтроля	89
Вопросы к экзамену по учебной дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере культуры»	124
Контрольные работы по учебной дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере культуры»	127
Примерные темы курсовых работ по учебной дисциплине «Предпринимательская деятельность в сфере культуры»	148
ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ	151
Учебная программа	151
Пояснительная записка	151
Учебно-методическая карта (дневная форма)	155
Учебно-методическая карта (заочная форма)	156
Содержание учебного материала	157
Литература	163

Учебное электронное издание

Автор-составитель
Колпина Людмила Григорьевна

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

*Учебно-методический комплекс
для студентов специальностей 1-21 04 01-02 «Культурология
(по направлениям)»*

[Электронный ресурс]

Редактор *И. П. Сергачева*
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Гарнитура Times Roman. 0.8 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 978-985-547-179-1



9 789855 471791