

**КУРС ЛЕКЦИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Тема 1. Понятие и сущность предпринимательства.

План:

1. Содержание понятия предпринимательства.
2. Предпринимательство как явление и процесс.
3. Функции и принципы предпринимательства.

1. Содержание понятия предпринимательства.

Законодательство о предприятиях и предпринимательской деятельности определяет предпринимательство как инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на систематическое получение прибыли, осуществляемую на свой риск и под свою имущественную ответственность и зарегистрированную в установленном государством порядке.

Предпринимательство распространяется на обширный спектр видов деятельности, таких как производственная, коммерческая, финансовая (включая операции с ценными бумагами), консалтинговая и аудит, инновационная.

Предпринимательство – общедоступный вид деятельности. Согласно законодательству предпринимателем может быть любой гражданин, не ограниченный в дееспособности, то есть способный действовать. Могут выступать в качестве предпринимателей граждане иностранных государств и лица без гражданства. Коллективными предпринимателями, партнерами могут быть объединения граждан, использующие как собственное, так и другое приобретенное на законном основании имущество.

Однако, далеко не все, кто имеет право стать предпринимателями, должны ими становиться. Чтобы быть преуспевающим бизнесменом, нужны способности, знания, умения, энергия, природный дар.

Предпринимательство как одна из конкретных форм проявления общественных отношений способствует не только повышению материального и духовного потенциала общества, не только создает благоприятную почву для практической реализации способностей и талантов каждого индивида, но и ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости.

В наибольшей степени предпринимательство характеризуется такими признаками как самостоятельность, инициатива, ответственность, риск, активный поиск, динамичность, мобильность. Все это вместе взятое, в совокупности, должно быть присуще экономической деятельности с тем, чтобы ее можно было с полным основанием назвать предпринимательской. Предпринимательству обычно присущи тактический способ действий, относительная кратковременность коммерческих операций, сделок. Предприниматель склонен проводить ряд сменяющих друг друга операций не очень большой продолжительности.

В западных странах современное предпринимательство характеризуется как особый, новаторский, антибюрократический стиль хозяйствования, в основе которого – постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации, умение привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников. Такой подход имеет важное значение и для развития предпринимательства в нашей стране. Но следует подчеркнуть при этом, что для создания и развития своего предприятия предприниматель должен «искать» источники ресурсов на основе действующего законодательства.

Необходимо отметить, что предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с

идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму. Главным субъектом активности (деятельности) является человек, следовательно, главным субъектом предпринимательской деятельности является предприниматель. Таким образом, предпринимательство — это особый вид активности человека основанной на инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Экономическая активность – это форма участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств, для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи.

Форма участия индивида в общественном производстве определяется общественной функциональной обязанностью или их комбинацией, то есть индивид может выступать в следующем качестве:

собственника каких-либо объектов, недвижимости и т. д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход (собственник предприятия или дома, сдаваемого в аренду, и т. д.);

наемного работника, продающего свою рабочую силу (токарь на заводе, учитель в школе и т. д.);

индивидуального производителя («свободный» художник, живущий на доходы от реализации своих произведений, или водитель, использующий автомобиль в качестве такси и живущий на доходы от такой деятельности, и т. д.);

государственного или муниципального служащего;

менеджера (управляющий чужим предприятием);

пенсионера (пассивная форма участия в общественном производстве как следствие прошлой активности);

учащегося или студента (как подготовительный этап к участию в будущем общественном производстве в какой-либо конкретной форме);

безработного (как вынужденная форма неучастия или приостановки участия в общественном производстве);

занятого оборонно-охранной деятельностью (армия, милиция, госбезопасность);

Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму какого-то конкретного бизнеса.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного момента – будь то производство нового товара, смена профиля деятельности или основание нового предприятия. Новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты.

Предпринимательство как форма инициативной деятельности, направленной на извлечение прибыли (предпринимательского дохода), предполагает:

а) осуществление непосредственных производственных функций – производство товара (продукта) или оказание услуг (например, машиностроительная фирма, туристская компания, инжиниринговая фирма или конструкторское бюро);

б) осуществление посреднических функций, т. е. оказание услуг, связанных с продвижением товара на рынок и его передачей в надлежащем (общественно приемлемом) виде от непосредственного производителя такого товара его потребителю.

Предпринимательство ассоциируется со стремлением сделать что-то новое, придумать что-то новое или улучшить уже существующее. Оно неразрывно связано с такими понятиями, как «динамизм», «инициатива», «смелость», и высвобождает в обществе тот потенциал, который многие интересные идеи превращает в реальность.

Предпринимательство – это принципиально новый тип хозяйствования, базирующийся на инновационном поведении собственников предприятия, на умении

находить и использовать идеи, воплощать их в конкретные предпринимательские проекты. Это, как правило, рисковое дело, но тот, кто не рискует, не может, в конце концов, добиться успеха. Однако риск риску рознь. Предприниматель, прежде чем решиться на создание собственного дела (о чем будет сказано особо), должен произвести тщательные расчеты, хорошо изучить предполагаемый рынок сбыта и конкурентов, не пренебрегая при этом и собственной интуицией.

Предпринимательство в первую очередь связано с эффективным использованием всех факторов производства в целях экономического роста и удовлетворения потребностей отдельных граждан и общества в целом. Основная функция предпринимательства должна состоять в том, чтобы производить, «доводить» до конкретных потребителей товары (услуги, работы) и получать за это материальное и моральное вознаграждение.

2. Предпринимательство как явление и процесс.

Для большей глубины определения сущности предпринимательства рассмотрим его как явление и как процесс.

Предпринимательство как явление представляет собой совокупность отношений; политических; экономических; социальных; организационных; личностных, направленных на организацию бизнеса (предпринимательской деятельности), с целью производства товара, услуги и получения прибыли (дохода), а также удовлетворения потребностей потребителя и удовлетворения личностных ценностей и духовных потребностей самого предпринимателя.

Предпринимательство как экономическое явление отражает товарный характер отношений предпринимателей с другими хозяйствующими субъектами на основе действия экономических законов рыночной экономики (спроса и предложения, конкуренции, стоимости и др.) и всех инструментов товарного производства и обращения.

Предпринимательство как процесс состоит из непрерывных, целенаправленных действий предпринимателя от появления предпринимательской идеи и до ее практической реализации.

Если рассматривать, предпринимательство как процесс в более широком смысле, то это поиск и анализ новых предпринимательских идей, при этом предприниматель ориентируется на потребности рынка и свою экономическую выгоду, формирование целей по реализации идей. Затем идея конкретно реализуется в предпринимательском проекте, с целью создания нового, или более эффективного продукта, услуги, востребованные потребителем и приносящую бизнесмену прибыль.

Элементы процесса предпринимательства можно представить в виде схемы, которая представлена на рисунке 1.

3. Функции и принципы предпринимательства.

В развитой рыночной экономике предпринимательство как интегрированная совокупность предпринимательских организаций (компаний, фирм), индивидуальных предпринимателей, а также сложных объединений предпринимательских организаций выполняет следующие функции:

- общеэкономическую;
- творческо-поисковую (инновационную);
- ресурсную;
- социальную;
- организаторскую.

Важнейшей функцией предпринимательства является ресурсная функция. Развитие предпринимательства предполагает эффективное использование как воспроизводимых, так и ограниченных ресурсов, причем под ресурсами следует понимать все материальные и нематериальные условия и факторы производства. Разумеется, в первую очередь,

трудовые ресурсы (в широком понимании этого слова), землю и природные ресурсы, все средства производства и научные достижения, а также предпринимательский талант.

Предприниматель может добиться наивысших успехов, если сумеет генерировать научно-технические идеи, нововведения в той сфере деятельности, в которой он создает собственное дело, будет использовать высококвалифицированную рабочую силу, эффективно потреблять все виды ресурсов. Но погоня за максимальным доходом (прибылью) предпринимателей часто приводит к хищническому использованию ресурсов. Такие предприниматели своей деятельностью наносят вред окружающей среде и населению. В связи с этим важное значение приобретает регулирующая роль государства, устанавливающего формы ответственности предпринимателей за неправильное использование ресурсной функции, которая противоречива и имеет двойкий характер.

Предприниматель как собственник ресурсов заинтересован в их рациональном использовании и в то же время может безжалостно относиться к общественным ресурсам. Об этом свидетельствуют история развития предпринимательства и история научно-технических революций, последствия которых для человека противоречивы.

Предпринимательству как новому типу антибюрократического экономического хозяйствования свойственна творческо-поисковая, инновационная функция, связанная не только с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Творческая функция предпринимательства тесным образом связана со всеми другими функциями и обусловлена уровнем экономической свободы субъектов предпринимательской деятельности, условиями принятия управленческих решений.

В процессе становления рыночной экономики предпринимательство приобретает социальную функцию, проявляющуюся в возможности каждого дееспособного индивидуума быть собственником дела, с наибольшей отдачей проявлять свои индивидуальные таланты и возможности. Эта функция более проявляется в формировании нового слоя людей – людей предприимчивых, тяготеющих к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности, способных создавать собственное дело, преодолевать сопротивление среды и добиваться поставленной цели. В то же время увеличивается численность наемных работников, которые, в свою очередь, экономически и социально зависят от того, насколько устойчива деятельность предпринимательских фирм. Чем эффективнее функционируют предпринимательские организации, тем существеннее поступления их средств в бюджеты различных уровней и в государственные внебюджетные социальные фонды.

В то же время развитие предпринимательства обеспечивает рост числа рабочих мест, сокращение уровня безработицы, повышение уровня социального положения наемных работников.

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

Организаторская функция особенно четко проявляется в быстром развитии малого и среднего предпринимательства, а также в «коллективном (сетевом) предпринимательстве», в создании народных предприятий. Следовательно, сущность предпринимательства наиболее комплексно проявляется в сочетании всех присущих ему функций, которые объективно свойственны цивилизованному предпринимательству, но во многом зависят от самих субъектов предпринимательской деятельности, от системы государственной поддержки и регулирования предпринимательства.

Определяющей в развитой рыночной экономике является общеэкономическая функция, которая объективно обусловлена ролью предпринимательских организаций и индивидуальных предпринимателей как субъектов рынков. Предпринимательская

деятельность направлена на производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и их доведение до конкретных потребителей: домохозяйств, других предпринимателей, государства, что, в первую очередь, и предопределяет общеэкономическую функцию. Причем предпринимательская деятельность осуществляется ее субъектами под воздействием всей системы экономических законов рыночной экономики (спроса и предложения, конкуренции, стоимости и др.), что является объективной основой проявления общеэкономической функции.

Поступательное развитие предпринимательства является одним из определяющих условий экономического роста, увеличения объемов валового внутреннего продукта и национального дохода, а этот фактор также выступает как проявление в системе хозяйственных отношений общеэкономической функции.

Для успешного осуществления предпринимательской деятельности необходимо опираться на следующие принципы:

- самостоятельность, свобода выбора, направлений и метода действий;
- свобода выбора деятельности (с учетом ограничений законодательства);
- самостоятельное формулирование программы деятельности, выбор поставщиков и потребителей, установление цен;
- свободный найм работников;
- свободное распределение и использование полученной прибыли;
- самостоятельное осуществление внешнеэкономической деятельности;
- нацеленность на достижение успеха (прибыль);
- наличие риска;
- личная ответственность за результаты;
- гибкость, оперативность;
- привлечение к предпринимательской деятельности имущества и средств юридических лиц и граждан.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Что такое предпринимательство?
2. Перечислите условия предпринимательской деятельности.
3. Что понимается под предпринимательством как явление и как процесс?
4. Назовите основные функции предпринимательства.
5. В чем заключается общеэкономическая функция предпринимательства?
6. Что понимается под организаторской функцией предпринимательства?
7. Как проявляется социальная функция предпринимательства?
8. Охарактеризуйте принципы предпринимательства.

Литература: [1 — С – 5-8; 2 — С – 3-4; 3 — С – 10-67; 4 — С – 9-11; 6 — С – 6-22; 7 — С – 10-18; 10 — С – 4-21].

Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательства.

План:

1. Классификация предпринимательства.
2. Виды предпринимательской деятельности.
3. Инновационное предпринимательство.
4. Субъекты предпринимательской деятельности.
5. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

1. Классификация предпринимательства.

Предпринимательство в разных сегментах экономики различается по форме и особенно по содержанию проводимых операций и способам их осуществления. Предприниматель может сам производить товары и услуги. Он также может приобретать готовые товары и перепродавать его потребителю. Наконец, предприниматель может только соединять производителей и потребителей, продавцов и покупателей.

В теории предпринимательства имеются различные подходы как при установлении признаков, позволяющих классифицировать предпринимательство, так и при определении качественных и количественных характеристик этих признаков, поэтому часто отнесение той или иной предпринимательской деятельности к тому или иному типу может являться относительно «размытым», чрезмерно обобщенным.

При установлении типов (видов) предпринимательства определяющее значение имеют объекты предпринимательской деятельности, законность ее осуществления, конечные результаты, темпы роста, внедрение нововведений и др.

Предпринимательская деятельность классифицируется по различным признакам: формами собственности – частная (индивидуальная и коллективная), государственная;

законности – законное, незаконное и лжепредпринимательство;

территориальности – местное, региональное, национальное, международное и мировое;

составу учредителей - женское и молодежное;

темпам развития и уровню прибыльности – быстрорастущие и с медленными темпами развития, высокоприбыльные и низкорентабельные;

численности персонала;

по формам ответственности.

Предпринимательство частное и государственное. Предпринимательство как особая форма экономической активности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики. В соответствии с этим различают:

а) предпринимательство государственное;

б) предпринимательство частное.

Государственное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного:

а) государственными органами управления, которые уполномочены (в соответствии с действующим законодательством) управлять государственным имуществом (государственное предприятие),

б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие).

Государственное предпринимательство приобрело особый вид, как субъект рыночных отношений. Кроме экономической функции, государственное предпринимательство имеет и политическую функцию, которая проявляется в нескольких формах: «добровольное» участие в социальной политике государства; «регулирование» международных отношений и т.д.

Собственность такого рода предприятий есть форма обособления части государственного или муниципального имущества, части бюджетных средств, других источников. Важной характеристикой таких предприятий выступает то обстоятельство,

что они отвечают по своим обязательствам только имуществом, находящимся в их собственности то есть государство не отвечает по их обязательствам, и они сами не отвечают по обязательствам государства.

Частное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве такового) или предпринимателя (если такая деятельность осуществляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).

Конечно, каждый из этих видов – государственное и частное предпринимательство имеет свои отличительные признаки, но основные принципы их осуществления во многом совпадают. И в том и в другом случае осуществление такой деятельности предполагает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли. Схожей является и типология обоих видов предпринимательства.

По темпам роста, уровню прибыльности и доходности предпринимательские организации можно подразделить на быстрорастущие, медленно наращивающие темпы развития, высоко прибыльные и низко рентабельные, осуществляющие низко рисковые и очень рисковые виды бизнеса, а следовательно, и соответствующие фирмы, хотя нельзя непосредственно поставить знак равенства между видом бизнеса и уровнем рискованности той или иной компании, поскольку на уровень конечных результатов ее деятельности влияет целая совокупность факторов.

По формам ответственности участников (учредителей) предпринимательских организаций за результаты их деятельности различают организации с полной ответственностью, а также с солидарной и субсидиарной ответственностью. По механизму создания, числу учредителей (участников), процессам функционирования и управления следует выделять простые и сложные предпринимательские организации.

2. Виды предпринимательской деятельности.

В зависимости от содержания и направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов различают следующие виды предпринимательства, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Виды предпринимательской деятельности

Производственное	Коммерческо-торговое	Финансово-кредитное	Консультативное
Инновационное Научно-техническое Производство товаров Оказание услуг Производственное потребление товаров. Производственное потребление услуг Информационное	Торговое Торгово-закупочное. Торгово-посредническое Товарные биржи	Банковское Страхование Аудиторское Лизинговое Фондовые биржи	Общее управление Администрирование Финансовое управление Управление кадрами Маркетинг Информационная технология

Рассмотрим несколько основных видов предпринимательской деятельности: производственное, коммерческое, финансово-кредитное, посредническое, страховое.

Производственное предпринимательство. Предпринимательство называется производственным, если сам предприниматель непосредственным образом, используя в качестве факторов труда орудия и предметы труда, производит продукцию, товары, услуги, работы, информацию, духовные ценности для последующей реализации (продажи) потребителям, покупателям, торговым организациям. Производственное предпринимательство включает выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции производственно-технического назначения, потребительских товаров,

строительных работ, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет.

Поскольку производственное предпринимательство осуществляется в сфере материального производства, оно классифицируется в зависимости от отрасли хозяйственной деятельности на промышленное, строительное, сельскохозяйственное и др.

Производственное предпринимательство не является абсолютно самостоятельным (независимым от других видов предпринимательской деятельности), но от его развития зависят экономический рост и уровень социального развития общества.

В процессе производственного предпринимательства возникают и другие расходы, в частности, на приобретение информации, на хранение и транспортировку материалов и готовой продукции, на ремонт оборудования и помещений, на услуги связи и т.д.

Следует отметить, что с народнохозяйственной точки зрения, производственное предпринимательство является самым важным, так как от развития производственного предпринимательства зависит экономический рост и уровень социального развития общества и экономики страны.

Производственное предпринимательство относится к наиболее рискованным видам бизнеса, так как требует большие финансовые вложения, специальные знания, наличие основных фондов. Одной из сторон риска является риск не реализации произведенной продукции.

Коммерческое (торговое) предпринимательство. Производственный бизнес тесно связан с бизнесом в сфере обращения (торговли). Ведь произведённые товары необходимо продать.

В сфере обращения действует коммерческо-торговое предпринимательство – основной второй вид предпринимательства, который развивается очень высокими темпами. Принцип организации торгового предпринимательства отличается от производственного, тем, что предприниматель не производит товар, а только продает готовый товар потребителю (покупателю), приобретенный им у производителя.

Коммерческая деятельность мобильна, быстро приспосабливается к потребностям, так как непосредственно связана с конкретными потребителями. Считается, что для развития этого вида предпринимательства необходимы как минимум два основных условия: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары (поэтому обязательно хорошее знание рынка) и более низкая закупочная цена товаров у производителей, что позволяет торговцам возместить торговые издержки и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования.

При коммерческо-торговой деятельности товар и его продажа является для предпринимателя определяющим фактором бизнеса. Экономический интерес такого бизнеса заключается в том, что предприниматель закупает товар по более низким ценам, а продает по более высоким. Разница в цене, наряду с объемами продаж и низкими издержками (расходами) и определяют величину чистого предпринимательского дохода.

Если в производственном предпринимательстве целью предпринимательской деятельности является производство товара и последующая его реализация, то в коммерческом предпринимательстве целью деятельности является приобретение товара, его сохранность и последующая реализация.

Для эффективной деятельности торгового предпринимательства должны быть несколько основных условий:

относительно устойчивый спрос на продаваемые товары (поэтому необходимо хорошее знание рынка),

конкурентно способная цена товара,

доступная для потребителя, сеть продаж.

Посредническая предпринимательская деятельность. В состав коммерческо-торгового предпринимательства в зависимости от содержания его деятельности входит посредническая предпринимательская деятельность.

Посредничеством называют предпринимательство, в котором предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли посредника, связующего звена в процессе товарного обмена.

Посредник – это лицо (юридическое или физическое), представляющее интересы производителя или потребителя, но сами таковыми не являющимся. Посредники могут вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителей или потребителей. В качестве посреднических предпринимательских организаций на рынке выступают оптовые снабженческо-сбытовые организации, брокеры, дилеры, дистрибьюторы, биржи, в какой-то мере коммерческие банки и другие кредитные организации. Посредническая предпринимательская деятельность является в значительной мере весьма рискованной, поэтому предприниматель – посредник устанавливает в договоре уровень цен, учитывая степень риска при осуществлении посреднических операций. Главная задача и предмет предпринимательской деятельности посредника – соединить две заинтересованные во взаимной сделке стороны. Так что есть основания утверждать, что посредничество состоит в оказании услуг каждой из этих сторон. За оказание подобных услуг предприниматель получает доход, прибыль.

Предпринимательская активность в сфере посредничества позволяет совместить в самые сжатые сроки экономические интересы производителя и потребителя. Посредничество, с точки зрения производителя, повышает степень эффективности работы последнего, поскольку дает возможность сосредоточить свою активность только на самом производстве, передавая посреднику функции по продвижению товара к потребителю. Кроме того, включение посредника в отношения между производителем и потребителем существенно сокращает срок оборачиваемости капитала, а значит, повышает прибыльность производства.

Финансово-кредитное предпринимательство. Следующим видом предпринимательства является финансово-кредитное.

Финансовое предпринимательство есть особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги (российский рубль) и ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.

При этом имеется в виду непредвиденный круг операций, охватывающий все многообразие продажи и обмена денег, других видов денежных средств, ценных бумаг на другие деньги, иностранную валюту, ценные бумаги. Суть финансовой предпринимательской операции состоит в том, что предприниматель приобретает основной фактор предпринимательства в виде различных денежных средств (денег, иностранной валюты, ценных бумаг) за денежную сумму у обладателя денежных средств. Приобретенные денежные средства продаются затем покупателям за плату, превышающую в результате чего образуется предпринимательская прибыль.

В случае кредитного предпринимательства предприниматель привлекает – денежные вклады, выплачивая обладателям вкладов вознаграждение в виде депозитного процента вместе с последующим возвратом вклада. Привлеченные деньги выдаются затем в долг покупателям кредитов под кредитный процент вместе с последующим возвратом вклада. Привлеченные деньги выдаются затем в долг покупателям кредитов под очередной процент, превышающий депозитный. Разница между депозитным и кредитным процентом служит источником прибыли предпринимателей-кредиторов.

Для организации финансово-кредитного предпринимательства образуется специализированная система организаций: коммерческие банки, финансово-кредитные

компании (фирмы), валютные биржи и другие специализированные организации. Предпринимательская деятельность банков и других финансово-кредитных организаций регулируется как общими законодательными актами, так и специальными законами и нормативными актами Центрального банка и Минфина.

Страховая деятельность. Видом финансово-кредитного предпринимательства является специализированная страховая деятельность.

Страховое предпринимательство заключается в том, что предприниматель в соответствии с законодательством и договором гарантирует страхователю возмещение ущерба в результате непредвиденного бедствия потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других видов потерь за определенную плату при заключении договора страхования.

Сам процесс страхования заключается в том, что предприниматель получает страховой взнос, выплачивая страховку только при определенных обстоятельствах. Так как вероятность возникновения таких обстоятельств невелика, то оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

Страховое предпринимательство является одной из наиболее рискованных видов деятельности. В то же время организация страховой предпринимательской деятельности дает определенную гарантию страхователям (организациям, предприятиям, физическим лицам получить определенную компенсацию при наступлении риска в их деятельности, что является одним из условий развития в стране цивилизованного предпринимательства.

3. Инновационное предпринимательство.

Одним из основных факторов экономического роста в современных условиях является инновационная деятельность.

Предпринимательство по своей природе является инновационным и всегда связано с инновациями. Известны две основные функции предпринимателя, которые прямо связаны с инновационным характером деятельности предпринимателя:

предприниматель – это новатор, лицо, стремящееся производить новые продукты (услуги), разрабатывать новые производственные технологии или находить новые формы организации и развития бизнеса;

предприниматель берет на себя риск, возникающий при осуществлении предпринимательской деятельности, так как получение прибыли для предпринимателя не гарантировано. При этом предприниматель рискует не только своим временем, трудом и деловой репутацией, но и вложенными денежными средствами.

Перевод экономики на инновационный путь развития выступает определяющим фактором дальнейшего роста уровня жизни населения. И хотя инновационное предпринимательство входит в состав производственного считается, что его необходимо рассматривать более подробно.

Существует проблема понимания сути инновационных процессов и тех результатов, которые они могут дать бизнесу и экономике в целом. Необходимо отметить, что средний и малый бизнес не видит во внедрении инноваций возможности для своего развития и роста, что связано с неадекватными экономическими условиями деятельности в секторе малого предпринимательства.

Под инновацией понимает процесс приобретения интеллектуальным товаром (изобретением, информацией, ноу-хау) экономического содержания, посредством достижения положительного результата при реализации на рынке. Таким образом, в основе инновационных изменений обязательно находится результат научных исследований или научно-технической деятельности, используемый в любой сфере общества для совершенствования процессов производства, экономических и социальных отношений, деятельности в области науки, культуры, образования и других сфер общества.

Инновация – конечный результат внедрения новшества (как оформленного результата фундаментальных или прикладных исследований, разработок, экспериментальных работ в какой-либо сферы деятельности) в целях изменения объекта управления и получения экономического, социального, научно-технического или иного эффекта.

Инновация выполняет следующие три функции:

воспроизводственная функция означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства. Смысл этой функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов;

инвестиционная функция означает, что прибыль от инновации может быть использована для инвестирования по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций;

стимулирующая функция проявляется при стимулировании предпринимательской деятельности. Получение предпринимателем прибыли за счет реализации инновации прямо соответствует основной цели любой коммерческой организации. Прибыль служит стимулом для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами.

Одним из факторов конкурентоспособности предпринимательства является техническое совершенствование товаров, которое определяется степенью использования в выпускаемой продукции передовых научно-технических решений – результатов интеллектуальной деятельности.

4. Субъекты предпринимательской деятельности.

Наиболее значимым субъектом предпринимательской активности выступает предприниматель. Однако предприниматель – не единственный субъект, в любом случае он вынужден взаимодействовать с потребителем как основным его контрагентом, а также с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника. И потребитель и государство также относятся к категории субъектов предпринимательской активности, как и наемный работник (если, конечно, предприниматель работает не в одиночку), и партнеры по бизнесу (если производство не носит изолированного от общественных связей характера)

Основными субъектами предпринимательской деятельности выступают: Предприниматель; Потребитель; Государство; Наемный работник; Партнеры.

Предприниматель при этом может выступать в качестве юридического или физического лица.

Предприниматель, при планировании и организации своей деятельности обязан учитывать настроения, желания, интересы, ожидания, оценки потребителя. Но при этом сам предприниматель может формировать спрос потребителя, создавая новые покупательские потребности.

К этому как раз и сводится положение о двух способах организации предпринимательской активности: на основе выявленного интереса потребителя или на основе «навязывания» ему нового товара.

Основными средствами воздействия предпринимателя на потребителя выступают следующие факторы:

новизна товара и его соответствие интересу потребителя;

качество;

цена, доступность товара;

степень универсальности товара;

внешний вид и упаковка;

позитивные отличительные характеристики товара от товаров других производителей и возможность потребителя ознакомиться с такими отличиями;
возможность воспользоваться услугами послепродажного сервиса;
соответствие общепринятым или государственным стандартам;
престижность и привлекательность рекламы товара и т. д.

Роль государства как субъекта предпринимательского процесса может быть различной в зависимости от общественных условий, ситуации, складывающейся в сфере деловой активности, и тех целей, какие ставит перед собой государство.

В зависимости от конкретной ситуации государство может быть:

ускорителем предпринимательского процесса, когда государство ведет постоянный и активный поиск мер по вовлечению в предпринимательский процесс новых экономических агентов (нередко такая целенаправленная деятельность государства вызывает "взрыв" предпринимательской активности и приводит к "буму" предпринимательства);

тормозом развития предпринимательства, когда оно создает крайне неблагоприятную обстановку для развития предпринимательства или даже запрещает его;
посторонним наблюдателем, когда государство прямо не противодействует развитию предпринимательства, но в то же время и не способствует этому развитию.

Наемный работник как реализатор идей предпринимателя также относится к группе субъектов предпринимательского процесса. Именно от него зависит эффективность и качество реализации предпринимательской идеи. Известно, что каждому экономическому субъекту свойственны свои собственные интересы. Что касается предпринимателя и наемного работника, то часть их планов совпадает (чем выше прибыль, тем выше заработная плата, к примеру), а часть носит полярно противоположный характер (предприниматель не заинтересован в высокой оплате труда, а наемный работник заинтересован). В таких случаях стороны вынуждены идти на поиск компромиссных вариантов, что в общем-то и составляет основу взаимоотношений этих двух субъектов предпринимательского процесса.

В соответствии с гражданским законодательством субъектами предпринимательской деятельности могут быть дееспособные физические лица, юридические лица, иностранные граждане, лица без гражданства, иностранные организации.

Юридические лица подразделяются на два вида: коммерческие и некоммерческие организации.

Коммерческой считается организация, которая ставит в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли. В соответствии с установленным законом и учредительными документами порядком коммерческая организация распределяет чистую прибыль между учредителями (участниками). Следовательно, в соответствии с гражданским законодательством все коммерческие организации (кроме казенного предприятия) можно считать предпринимательскими. Коммерческие организации могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Некоммерческими являются организации, которые не имеют целью своей деятельности извлечение прибыли и не могут распределять полученную прибыль между участниками (учредителями). Однако некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность, но лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям.

Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан

и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

Юридические лица получают статус в качестве таковых с момента их государственной регистрации (в установленном порядке) и внесения записи в единый государственный реестр юридических лиц.

5. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий. Основными организационно-правовыми субъектами малого предпринимательства являются хозяйственные товарищества и общества, функционирующие в различных отраслях экономики.

Коммерческими организациями являются юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, что соответствует законодательному определению сущности важнейшего понятия предпринимательской деятельности, заключающейся в систематическом получении прибыли.

Основными организационно-правовыми формами субъектов предпринимательства являются хозяйственные товарищества и общества: полные товарищества, товарищества на вере (командитные), общества с ограниченной ответственностью, открытые и закрытые акционерные общества.

Индивидуальным предпринимателем может быть любой дееспособный гражданин по достижении восемнадцатилетнего возраста. Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. В качестве индивидуального предпринимателя граждане (физические лица) могут заниматься предпринимательством как в качестве основной, так и дополнительной деятельности (в соответствии с законодательством).

Индивидуальная предпринимательская деятельность дееспособных физических лиц должна быть законной, т.е. гражданин, чтобы стать индивидуальным предпринимателем, должен зарегистрироваться в установленном порядке, а для этого представить в регистрирующий орган по месту жительства следующие документы:

заявление, составленное по установленной форме;

документ об уплате регистрационного сбора;

документ удостоверяющий личность

Индивидуальный предприниматель в соответствии с гражданским законодательством обладает всеми правами и обязанностями, которые имеют и несут коммерческие организации.

В том числе индивидуальный предприниматель может:

осуществлять наем работников на основе договоров гражданско-правового характера (договора подряда, комиссии, поручения и др.);

заниматься всеми видами деятельности, которые не запрещены законом;

может получать все виды поддержки и льгот, установленные законодательством для субъектов малого предпринимательства.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Основные признаки классификации предпринимательства?
2. Какие основные формы предпринимательской деятельности?
3. В чем состоит сущность производственного предпринимательства?
4. Какие основные условия осуществления коммерческой деятельности?
5. Почему производственное предпринимательство является ведущим видом?
6. В чем сущность процесса страхового предпринимательства?

7. В чем состоит сущность финансового предпринимательства?
8. Какие перспективы имеет инновационное предпринимательство?
9. Кто выступает в качестве субъектов предпринимательской деятельности?
10. Перечислите организационно-правовые формы предпринимательства.
11. Кто может быть индивидуальным предпринимателем?

Литература: [3 — С – 88-134; 4 — С – 13-16; 6 — С – 33-56; 7 — С – 22-42; 10 — С – 44-52].

Тема 3. Специфика и характеристика малого предпринимательства.

План:

1. Место и роль малого предпринимательства в обществе.
2. Сущность и критерии определения субъектов малого предпринимательства.
3. Преимущества и недостатки малого предпринимательства.
4. Направления государственной поддержки малого предпринимательства.

1. Место и роль малого предпринимательства в обществе.

Малое предпринимательство играет исключительно важную роль в экономической и социальной жизни развитых стран. В мировой практике считается нормой государственное поощрение малого бизнеса в интересах общества и государства. При этом задача государства состоит не в том, чтобы просто передать малым предприятиям финансовые, технические и иные ресурсы, и не в том, чтобы поддерживать их любой ценой, а в том, чтобы создать правовые и экономические условия для их выживания, способности расти и саморазвиваться в условиях рынка.

Малый бизнес рассматривается как явление социальное, обеспечивающее занятость и самозанятость, реализацию предпринимательской инициативы и инноваций, а также другие эффекты, а не как один из основных наполнителей бюджета.

Следует отметить политическое влияние малого бизнеса в различных странах достаточно велико, поскольку эта социальная группа давно стала основой сформировавшегося среднего класса, наиболее представительного по своей численности и являющегося выразителем политических предпочтений значительной части населения.

В условиях устойчивого социально-экономического и политического развития общества мелкие предприниматели отличаются наибольшей приверженностью принципам демократии, политической стабильности и экономической свободы. Слой мелких собственников проявляет наибольшую активность, и даже агрессивность при возникновении угрозы в отношении собственности, так как в отличие от крупных и средних собственников для владельцев малых предприятий их собственность зачастую является единственным средством к существованию и важнейшим способом самовыражения. Средний класс либо сам формирует свои политические движения, либо становится объектом борьбы различных политических сил за голоса избирателей. Данный фактор определяет неразрывность связи МП с интересами местных и региональных сообществ, что обуславливает его зависимость от национальной основы и составляет питательную среду для его патриотических настроений.

Развитие малого и среднего предпринимательства является важнейшим показателем степени успешности рыночных реформ, уровня эффективности конкурентной экономики.

Как правило, развитие малого предпринимательства является условием решения следующих проблем:

формирование конкурентных, цивилизованных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества;

расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг. Стремясь к удовлетворению запросов потребителей, малый бизнес способствует повышению качества товаров, работ, услуг и культуры обслуживания;

приближение производства товаров и услуг к конкретным потребителям;

содействие структурной перестройке экономики. Малое предпринимательство придает экономике гибкость, мобильность, маневренность;

привлечение личных средств населения на развитие производства.

создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;

способствование более эффективному использованию творческих возможностей людей, раскрытию их талантов, развитию различных видов ремесел, народных промыслов;

вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения (домохозяйки, пенсионеры, инвалиды, учащиеся);

формирование социального слоя собственников, владельцев, предпринимателей;

активизация научно-технического прогресса;

освоение и использование местных источников сырья, отходов крупных производств;

содействие крупным предприятиям путем изготовления и поставки комплектующих изделий и оснастки, создание вспомогательных и обслуживающих производств;

освобождение государства от низко рентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

В современных условиях перехода экономики на путь устойчивого развития в т.ч. перевода экономики на инновационный путь, развитие малого предпринимательства становится важнейшей задачей, без решения которой невозможно обеспечить успешное социально-экономическое развитие страны.

2. Сущность и критерии определения субъектов малого предпринимательства.

Малое предпринимательство как экономическое явление обладает рядом свойств, характерных для предпринимательства вообще, и специфическим набором свойств, позволяющих рассматривать его в качестве самостоятельного объекта изучения.

Малое предпринимательство как определенная макроэкономическая категория отражает наличие в экономике совокупности мелких экономических субъектов (компаний), обладающих полной экономической самостоятельностью и связывающих экономику в единое целое.

Для отнесения предприятия к сектору малого бизнеса, как правило, используются следующие количественные показатели: численность персонала, объем валовой продукции или оборота капитала (продаж) и объем производственных фондов.

Среди качественных характеристик малого предпринимательства можно выделить:

единство права собственности и непосредственного управления предприятиями и связанного с ним риском;

небольшой рынок сбыта, не позволяющий фирме оказывать сколько-нибудь значительное влияние на цены и объемы реализуемого товара;

правовая независимость;

персонифицированное управление, предполагающее, что собственник сам участвует во всех аспектах управления бизнесом и в процессе принятия решений.

Малое предпринимательство – это, в первую очередь, единство функций собственника, менеджера и, нередко, работника в одном лице. В то время как в среднем предпринимательстве в результате раздвоения капитала на капитал - собственность и капитал – функцию, происходит закрепление собственности (например, через акции) за одним лицом, а функции капитала (самовозрастание стоимости) за другим (менеджер).

Как показывает мировая практика, основным критериями, на основе которого предприятия различных организационно-правовых форм относятся к субъектам малого предпринимательства, является в первую очередь средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии. Наиболее общими критериями в зарубежной практике, на основе которых предприятия относятся к малому бизнесу является: численность персонала; размер уставного капитала; величина активов; объем оборота (прибыли, дохода).

В каждой стране существуют свои критерии, по которым предприятие относится к малому или среднему. Международная Организация Экономического Сотрудничества и Развития (ОЭСР), в которую входят экономически высокоразвитые страны, определяет предприятия с числом занятых до 19 человек, как весьма «малые», до 99 человек как «малые», от 100 до 499 человек, как «средние» и свыше 500 человек как крупные.

В соответствии с законодательством малые предприятия как субъекты малого и среднего предпринимательства не являются особенной организационно-правовой формой, так как ведущим критерием отнесения предприятий (организации) к субъектам малого предпринимательства является средняя численность работников за отчетный период. Субъектами малого предпринимательства могут быть граждане (физические) и юридические лица.

Согласно этого закона, к субъектам малого и среднего бизнеса (МСБ) относятся потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных унитарных предприятий и муниципальных предприятий), индивидуальные предприниматели, крестьянские (фермерские) хозяйства. Также введено понятие не только малого предприятия, но и среднего предприятия и микропредприятия. Критерием отнесения предприятия к одному из видов осталась средняя численность работников за предшествующий календарный год, которая не должна превышать предельные значения:

- а) для средних предприятий от 101 до 250 человек включительно;
- б) для малых предприятий до 100 человек включительно;
- в) для микропредприятий до 15 человек (микропредприятия входят в состав малых предприятий)

Критерием отнесения субъектов хозяйствования к МСБ так же является предельная выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС за предшествующий календарный год, которая не должна превышать предельные значения.

Физические лица (граждане) могут быть участниками малого предпринимательства как непосредственно физические лица, участвующие в создании хозяйственных обществ, и как физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, являющиеся учредителями хозяйственных товариществ и обществ. Категория таких представителей малого предпринимательства весьма существенна.

3. Преимущества и недостатки малого предпринимательства.

Как показывает мировая практика, малое предпринимательство играет большую роль в экономике даже развитых стран, так как ему свойственны определенные преимущества.

Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно указать на следующие преимущества малых предприятий:

полная самостоятельность, свобода и оперативность действий, не требующая для принятия решений получения согласия партнеров;

максимум побудительных мотивов. Все доходы поступают к единому владельцу предприятия, поэтому он заинтересован в упорной работе, в тщательном собственном контроле над делами, в принятии обдуманных решений, увеличении объемов продаж;

гибкость и оперативность в принятии решений;

конфиденциальность деятельности, поскольку в некоторых сферах бизнеса производственные секреты и специальная технология являются главным капиталом фирмы, а единоличное владение дает возможность сохранить в тайне секрет предприятия;

более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства в ответ на требования местных рынков;

малый управленческий персонал;

простые организационные связи;

быстрая, высокая восприимчивость к новшествам;

использование сфер, которые невыгодны крупному предпринимательству;

более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования.

Так, в докладе Международного бюро труда отмечается, что малые и средние предприятия располагают значительными конкурентными преимуществами, часто требуют меньше капиталовложений в расчете на одного работника по сравнению с крупными предприятиями, широко используют местные материальные и трудовые ресурсы.

Собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию, у них высок уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия. Субъекты малого предпринимательства лучше информированы об уровне спроса на местных (локальных) рынках, часто производят товары по заказу конкретных потребителей, дают средства к существованию значительному числу наемных работников. Малые предприятия способствуют большему росту занятости населения по сравнению с крупными предприятиями, тем самым содействуют подготовке профессиональных кадров и распространению практических знаний.

Но наряду с достоинствами этой организационной формы (малые предприятия) ей свойственны и недостатки, к которым относятся:

ограниченность привлечения значительных финансовых средств;

неограниченная (полная) имущественная ответственность за долги в случае банкротства;

недоверие со стороны государственных учреждений и крупных предприятий;

слабость управления. Обычно владелец является управляющим по всем вопросам: экономическим, финансовым, кадровым, маркетингу, закупкам, продаже;

трудность в получении кредита;

более высокий уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости положения на рынке и более высокий уровень риска банкротства;

сравнительно низкая доходность;

высокая интенсивность труда;

сложности с внедрением новых технологий;

зависимость от крупных компаний;

повышенный риск в конкурентной борьбе и др.

Недостатки и неудачи в деятельности субъектов малого предпринимательства определяются как внутренними, так и внешними причинами, условиями функционирования малых предприятий. Как показывает опыт, большинство неудач малых фирм связано с менеджерской неопытностью или профессиональной некомпетентностью собственников малых и средних предприятий.

Постоянный поиск то появляющихся, то исчезающих общественных потребностей и непрерывное приспособление к ним составляют основу стратегии малого бизнеса. Некоторые западные специалисты склонны рассматривать малое предпринимательство как школу новых личностных взаимоотношений, полигон испытания методов и принципов организации предпринимательства в будущем.

Однако в силу объективного наличия менее благоприятных условий хозяйствования, чем у крупных предприятий, субъекты малого предпринимательства характеризуются меньшей устойчивостью и конкурентоспособностью, поэтому нуждаются в государственной поддержке в соответствии с программами поддержки и развития малого предпринимательства.

Для минимизации потерь, связанных с неадекватными экономическими условиями в условиях кризиса, участники бизнеса и население вынуждены увеличивать масштабы теневых доходов, для покрытия нелегальных платежей, компенсации снижающейся эффективности бизнеса.

Ситуация такова, что предприниматели, если и не бросают дело, то обязательно уводят большую долю своей деятельности в «теневой бизнес». Чтобы прекратить развитие этой тенденции необходимо снизить налоговое бремя, упростить систему отчетности, оградить предпринимателей от произвола чиновников. Бюджет должен пополняться деньгами, не за счет увеличения налогового бремени, а за счет создания большой сети малых предприятий, которые платят налоги.

4. Направления государственной поддержки малого предпринимательства.

Что должно делать государство для оказания поддержки предпринимательству и создания благоприятных условий для его саморазвития?

Во-первых, разрабатывать стратегию роста данного сектора экономики во взаимосвязи с общим социально-экономическим развитием страны. Это означает принятие комплексных долгосрочных мер, обеспечивающих малому бизнесу широкие возможности для роста и достижения им конкурентных преимуществ. Подобная стратегия может реализовываться в виде конкретных федеральных и региональных программ.

Во-вторых, упрощать и делать более понятной нормативно-правовую базу и налоговую систему, постоянно осуществлять корректировку федеральных и региональных законодательных и нормативно-правовых актов, приводя их в соответствие с требованиями развивающейся экономики.

В-третьих, минимизировать до разумной степени достаточности административно-разрешительные и контрольные функции государства, освобождать бизнес от излишних чиновников, защищать права и безопасность предпринимателей и их собственность, всемерно поощрять предпринимательскую активность.

В-четвертых, осуществлять финансовую и материально-техническую помощь путем создания многочисленных (в первую очередь, негосударственных) и доступных источников рискованного (венчурного) капитала, сдавая в аренду средства производства и предоставляя возможность покупки их на льготных условиях, упрощая доступ к государственным заказам.

В-пятых, формировать инфраструктуру поддержки малого предпринимательства, развивать систему оказания специализированных консультационных услуг, совершенствовать обучение и повышение квалификации предпринимателей.

Государственная политика в области развития малого и среднего предпринимательства является частью государственной социально-экономической политики и представляет собой совокупность правовых, политических, экономических, социальных, информационных, консультационных образовательных и иных мер, направленных на обеспечение реализации целей и принципов.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Что понимается под малым предпринимательством?
2. Какие критерии отнесения предпринимательства к категории малое?
3. Перечислите основные преимущества малого предпринимательства.
4. Какие недостатки присущи малому предпринимательству?
5. Какие существуют проблемы в развитии малого предпринимательства?

6. Назовите основные направления поддержки малого предпринимательства.

Литература: [3 — С – 375-384; 4 — С – 385-392; 6 — С – 48-50; 7 — С – 43-54].

Тема 4. Механизм создания собственного дела.

План:

1. Общие подходы в организации бизнеса.
2. Этапы создания собственного дела.
3. Предпринимательская идея.
4. Реализация предпринимательской идеи.
5. Принятие предпринимательского решения.
6. Варианты организации предпринимательской структуры.

1. Общие подходы в организации бизнеса.

Сущность организации бизнеса это создание предпринимательской структуры.

Становление предпринимательской структуры основано на следующих предпосылках и потребностях, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Предпосылки и потребности развития предпринимательских структур

Предпосылки	Потребности
Зарождение предпринимательской идеи	Потребность в самореализации, удовлетворении существующего спроса, получении прибыли.
Предприятие в условиях кризиса	Потребность в бизнес-аудите, восстановлении производства
Устаревшая техника, технологии, продукция	Потребность в модернизации производственной системы
Наличие резервов и развитие предпринимательских идей	Самореализация, удовлетворение спроса, увеличение существующей прибыли, экономический рост

Общие подходы заключаются в том, что практически создание своего дела (предпринимательской структуры) состоит из рассмотрения нескольких логических шагов.

Первый шаг – появление социально-психологических и экономических условий и предпосылок (определяется способностью лидера сгенерировать свою предпринимательскую идею и подготовиться к открытию своего дела, используя свой потенциал и возможности):

появление предпосылок;
рождение у индивидуума предпринимательской идеи;
психологическая адаптация;
принятие решения.

Второй шаг – обоснование открытия бизнеса:

постановка ближайших и стратегических целей;
изучение предполагаемого рынка;
определение источников образования финансово-имущественной базы;
разработка обоснованного бизнес-плана.

Третий шаг – открытие бизнеса:

формирование команды квалифицированных учредителей, коллектива, партнеров;
подготовка учредительных документов;
проведение организационных мероприятий по открытию бизнеса;
государственная регистрация, постановка на учет.

Четвертый шаг – практическая деятельность. Построение схемы жизнедеятельности фирмы. Создание своеобразной ауры безопасности деятельности своего бизнеса, что определяется:

высоким уровнем менеджмента, маркетинга, рекламы и созданием своего имиджа; умением управлять рисками, обеспечение экономической безопасности дела; компетентными юридическими, информационными, финансово-экономическими техническими службами;

наличием нормы оборотных средств, крепкой материально-технической базой, свободными финансовыми средствами, эффективной технологией.

Перед бизнесменом стоит задача стабилизации деятельности фирмы в экономическом пространстве. Развитие и укрепление связей с основными субъектами деятельности общества. Если финансово-кредитные учреждения рассматриваются как взаимовыгодные партнеры, то знание и выполнение законов, нормативных актов определяют взаимоотношения с органами власти, надзора и контроля. Создание своего лобби на всех уровнях – это стратегическая задача фирмы (ее лидера). Но если бизнесмен не сможет завоевать потребителя или закрепиться в сфере финансово-хозяйственных связей с производителем (с тем же потребителем), то развитие бизнеса закончится на первых шагах.

2. Этапы создания собственного дела.

Коротко процесс становления любого дела состоит из определенных этапов:

I этап – появление предпосылок (личные амбиции, плохое материальное положение, стремление к большему);

II этап – рождение у индивидуума предпринимательской идеи;

III этап – психологическая адаптация по отношению к идеи и принятию решения об открытии бизнеса;

IV этап – принятие решения;

V этап – постановка целей;

VI этап – разработка организационно-технических мероприятий, экономическое обоснование принимаемого решения;

VII этап – открытие и начало практической деятельности;

VIII этап – сохранение и развитие своего дела.

Предпринимательская идея создания собственного бизнеса (дела).

Любая предпринимательская деятельность, если ее рассматривать как процесс, всегда начинается с идеи. Появление новых предпринимательских идей есть продукт мыслительной деятельности человека (предпринимателя).

3. Предпринимательская идея.

Сущность формулирования новой идеи заключается в построении новой комбинации, системы логических умозаключений, основанных на новых фактах, которые только – что появились, или ранее предпринимателем не принимались во внимание.

Предпринимательская идея – это потенциальная возможность и необходимость самореализации индивидуума для решения собственных предпринимательских целей путем удовлетворения потребностей других.

Предпринимательская идея, при создании своего бизнеса, реализуется в конкретный предпринимательский проект. Источником формирования новых предпринимательских идей является объективное условие, развитие которого в строго определенном направлении может привести в настоящем или будущем времени к производству нового востребованного рынком товара или услуги.

Предпринимательские идеи накапливаются в определенном аспекте, направлении, связанном с предпринимательской деятельностью данного субъекта. Процесс накопления идей осуществляется за счет следующих источников:

1) Товарный рынок. Из товарного рынка, от торговых агентов поступает информация о дефиците продукции, новых технологиях, которые могут стать источником предпринимательской деятельности.

2) Анализ структурного или географического разрыва в процессе общественного производства. Анализ структурного разрыва показывает, какие виды продукции производятся, какие не производятся, или же в технологической цепочке производства данного продукта могут иметь место разрывы. Что же касается географических разрывов, то это дает возможность выявить, что производится в данном регионе, стране, за рубежом.

3) Достижения науки и техники. Каждый предприниматель должен следить за всеми инновациями и общими тенденциями научно-технического прогресса, в том числе и не связанными с его непосредственной деятельностью.

4) Рождение предпринимательской идеи на основе анализа уже производимого продукта. Это либо модификации продукта, либо перенос его из одной сферы в другую.

5) Предугадывание на основе знания закономерностей спроса возникновения в будущем той или иной потребности.

6) Посещение презентаций, встреч, симпозиумов и т.п.

Появление, трансформация предпринимательских идей зависит от влияния внешних и внутренних факторов (источников).

Существуют некие критерии отбора накопленных предпринимательских идей, к ним относятся:

- эффективность идеи;
- перспектива завоевания рынка;
- время, необходимое для реализации идеи;
- размер капитала, необходимого для реализации идеи;
- доступность и цена ресурсов;
- наличие необходимой рабочей силы;
- соответствие правовому полю;
- соизмеримость с возможностями бизнеса.

Любая предпринимательская идея становится жизнеспособной при условии постановки целей: ближайшей (тактической) и отдаленной (стратегической). При этом поставленные цели должны быть реально достижимыми. Цель должна быть четко сформулированной и понятной не только предпринимателю, руководителю, но и работникам, которые вовлечены в мероприятия по реализации данной идеи. При этом цель должна отвечать нескольким требованиям. Цель должна быть ясной, конкретной и четкой. Цели должны быть краткосрочными и долгосрочными, дополняющими друг друга. Цель должна отвечать важности проблемы и поставленным задачам. Цель должна отталкиваться (быть соизмерима) с возможностями организации. Цель подкрепляется конкретными мероприятиями. Цель должна упрощать, а не усложнять общую ситуацию.

Целью не может быть просто обогащение, цель должна стимулировать духовные потребности предпринимателя и удовлетворение им потребностей общества. Только при наличии предпринимательской идеи и четко сформулированных целей можно приступить к созданию своего бизнеса.

После отбора необходимой идеи осуществляется ее конкретный анализ на основе конкретных экономических показателей. Эта идея подвергается предпринимательской экспертизе, осуществляемой или экспертной службой фирмы, или же специально приглашаемыми независимыми экспертами.

4. Реализация предпринимательской идеи.

Выбор предпринимательской идеи подразумевает ее последующую реализацию, что непосредственно связано с необходимостью принятия предпринимателем решения.

Принятия решения о выборе идеи и ее эффективной реализации в конкретном предпринимательском проекте, всегда связано с выполнением определенных условий:

- выбор технологии производства и обеспечении соответствующей документацией;
- решения вопроса о производственных мощностях (основные фонды и оборудование);
- решение вопроса об оборотных фондах и их поставщиках;
- укомплектование квалифицированными кадрами;
- назначении ответственных за все стадии внедрения проекта;
- принятие схемы управленческой структуры, для данного проекта;
- решение вопроса об источниках и условиях финансирования (кредиты, займы, инвестиции);
- разработка и принятии системы сбыта предлагаемого товара (услуги).

Рассмотрим организационно-технические условия для реализации идеи и ее практического использования (таблица 2).

Таблица 2 – Условия формирования предпринимательских структур

Условие	Содержание
Предпринимательская направленность предприятия (фирмы)	Стимулирование предложений, идей, новаций
	Система организации и управления предполагает поощрение, продвижение, карьерный рост авторов идей
Организационные возможности	Возможность выделения новых структурных подразделений
	Создание дополнительных предпринимательских единиц
Производственные возможности	Техническая и технологическая оснащенность
	Наличие высоких технологий
Наличие ресурсов	Финансовые ресурсы, доступные кредиты
	Человеческий капитал – высококвалифицированные профессиональные сотрудники

После выполнения данных условий, предприниматель свою предпринимательскую идею оформляет в виде бизнес-плана, подкрепленного технико-экономическим обоснованием. В отличие от бизнес-плана, который представляет собой детальное обоснование концепции и включает в себя все мероприятия, необходимые для внедрения идеи, то технико-экономическое обоснование – это документ, который рассчитывает экономический эффект от внедрения предпринимательского проекта.

5. Принятие предпринимательского решения.

Реализация предпринимательской идеи тесно связана с таким понятием, как принятие предпринимательского решения. Предпринимательская деятельность не возможна без принятия определенных управленческих решений. В зависимости от практического опыта бизнесмена (предпринимателя), его экономических знаний и личных качеств как руководителя, после длительных консультаций, глубокого анализа им применяется управленческое решение по реализации предпринимательской идеи.

При этом необходимо отметить, что существует два конкретных метода выбора варианта решения:

Первый метод – интуитивный, базируется на индивидуальной технологии принятия решения предпринимателем. То есть решение принимается на основе интуиции и в этом случае под интуицией понимается неосознанное знание, полученное в результате большого опыта предпринимательской деятельности и подкрепленное высоким уровнем компетентности.

Второй метод – это метод реального принятия решения, базирующийся на логически взаимосвязанных и расчетно-обоснованных заключениях.

На принятие предпринимательского решения влияет совокупность факторов, внутреннего и внешнего характера. К внутренним факторам относятся: цель фирмы; технология производства; организационная структура фирмы; штатное расписание; персонал. Внешние факторы подразделяются на факторы прямого и косвенного воздействия:

факторы прямого воздействия – государственные органы и их предписания, законы и прочие нормативные акты; партнеры; источники силового давления (коррупционное и криминальное); конкуренты; имидж фирмы; профсоюзы.

факторы косвенного воздействия – политические; научно-технические; экономические; социальные; международные.

Выбор, предпринимателем, организационно-правовой формы своего бизнеса зависит от многих факторов, начиная от специфики бизнеса и возможностей предпринимателя, кончая характером самого предпринимателя.

Предусмотренный порядок регистрации предприятия, как юридического лица, и индивидуального предпринимателя без образования юридического лица, имеют существенные отличия.

Сущность предпринимательской структуры заключается в том, что вновь созданное предприятие должно быть привлекательным для общества, партнеров, государства. Примером могут служить следующие восемь ключевых критериев, отдельные из которых свидетельствуют о высокой предпринимательской культуре:

- инновационная деятельность;
- качество менеджмента;
- ценность компании как объекта долгосрочного инвестирования;
- общественная и экологическая ответственность;
- способность компании привлекать, развивать и поддерживать творчество персонала;
- качество продукции и услуг;
- финансовая значимость компании;
- использование корпоративных актов.

б. Варианты организации предпринимательской структуры.

Приобретение действующего предприятия.

Приобретение действующего предприятия – это одна из форм создания своего бизнеса. При такой форме создания своего бизнеса, собственник продает покупателю не только все имущество, но и свои технологии, свой товарный знак, право на лицензии, право требования, долги и т.д., если иное не предусмотрено законом или договором.

Очень важным моментом при такой схеме приобретения (создания) бизнеса является продажа не только имущественного комплекса, но и созданной сети реализации своих услуг, или продукции. Существует несколько вариантов приобретения бизнеса.

При приобретении бизнеса, наблюдается определенная закономерность: чем хуже финансовое состояние бизнеса, тем меньше этот бизнес стоит, но при этом тем больше покупатель «приобретает» проблем, долгов и т.д.

Созданный бизнес – это бизнес, который только организовали, но он еще не начал свою практическую деятельность, хотя всеми основными возможностями он обладает (оборотные средства; основные фонды и оборудование; кадры; технология);

Действующий бизнес – это бизнес, осуществляющий свою практическую деятельность;

Кризисный бизнес – это бизнес, осуществляющий свою практическую деятельность, но при этом в аспекте несостоятельности, находится в состоянии убыточной деятельности;

Банкротный бизнес, характеризуется не платежеспособностью и его приобретение осуществляется через процедуру конкурсного производства (банкротства).

Аренда предприятия с последующим выкупом.

Одной из форм создания своего бизнеса – является аренда предприятия, осуществляемая по заключенному договору аренды предприятия в целом как имущественного комплекса, с целью осуществления предпринимательской деятельности.

Отношения между Арендатором, тот кто берет в аренду, и Арендодателем, тем кто сдает в аренду, регламентируются договором аренды, который заключается в письменной форме и подлежит государственной регистрации. Передача предприятия осуществляется по передаточному акту.

Права арендодателя, полученные им на основании разрешения (лицензии) на занятие соответствующей предпринимательской деятельностью, не подлежит передаче арендатору, однако право на лицензию может быть в установленном порядке переоформлено на арендатора.

При аренде предприятия Арендатор выплачивает Арендодателю арендную плату. Порядок, сроки и условия внесения арендной платы оговаривается в Договоре аренды. Арендная плата может быть установлена за все арендуемое предприятия или отдельно по каждой из его составных частей.

Арендная плата может быть определена в нескольких формах:

конкретная сумма платежа, вносимая периодически или одновременно;

доля, получаемая в результате использования имущественного комплекса, в виде продукции или доходов;

определенных услуг, представленных арендатором.

Франчайзинг – форма организации бизнеса.

Франчайзинг – форма сотрудничества, при которой предприятие (Франчайзи) временно использует роялти (торговую марку, фирменный стиль, систему контроля качества и т.д.), принадлежащие другому владельцу (Франчайзер). При такой схеме бизнеса, предприятие выплачивает настоящему владельцу вознаграждение – франшизу и обязуется строго выдерживать стандарты, присущие данному роялти. Франчайзер консультирует партнера при выборе сферы торговли и услуг, организации торговой и сбытовой сети, проведения рекламной компании.

Правовой основой взаимоотношений франчайзера и франчайзи является Договор франчайзинга, в котором оговариваются следующие моменты:

полное описание бизнеса;

территории, на которую распространено право пользования передаваемых лицензий, технологии; торговой марки;

срок действия договора;

условия и срок оплаты и др.

Существует три основных вида франчайзинга:

товарный франчайзинг – способ ведения бизнеса, при котором франчайзи покупает у ведущей компании право на продажу товаров с ее торговой маркой;

производственный франчайзинг – передача технологии для производства продукции;

деловой франчайзинг – передача лицензии на право открытия торговых точек для продажи потребителю товара, услуг под именем франчайзера.

В качестве примера приведем самый популярный в мире франчайзинг – рестораны сети «Макдональдс».

Предпринимательская деятельность, организованная по методу франчайзинга, считается прогрессивной и динамичной формой организации бизнеса.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Какие существуют общие подходы в организации бизнеса?
2. Назовите основные этапы создания собственного дела.
3. Что понимается под предпринимательской идеей?
4. Каким образом происходит реализация предпринимательской идеи?
5. Охарактеризуйте процесс принятия предпринимательского решения.
6. Какие возможны варианты организации бизнес структуры?
7. Что представляет собой франчайзинг?

Литература: [2 — С – 5-12; 3 — С – 141-160; 4 — С – 22-24; 6 — С – 57-65; 7 — С – 72-83; 10 — С – 56-69].

Тема 5. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности.

План:

1. Понятие и сущность бизнес планирования.
2. Содержание и структура бизнес-плана.
3. Характеристика основных разделов бизнес-плана.
4. Финансовое обеспечение реализации бизнес-плана.

1. Понятие и сущность бизнес планирования.

В современных условиях одним из важнейших инструментов планирования предпринимательской деятельности является бизнес-план.

Научно разработанный бизнес-план является для предпринимателя инструментом эффективной деятельности. Бизнес планирование играет огромную роль не только на стадии создания своего дела, но и на стадии функционирования предпринимательской организации.

В современных условиях бизнес планирование имеет специфические особенности, которые предпринимателю необходимо учитывать:

влияние внешней не стабильной предпринимательской среды;

наличие неопределенности и повышенного риска для осуществления предпринимательской деятельности;

часто меняющиеся правила и нормы ведения бизнеса;

повышенный уровень административных барьеров.

Бизнес планирование подразумевает разработку плана мероприятий с указанием конкретных задач, с определенным сроком их исполнения, а также краткосрочных и долгосрочных планов развития, чтобы добиться поставленной цели. Основную роль в процессе бизнес планирования играет бизнес-план предпринимательского проекта.

Бизнес план – это документальный план развития предпринимательского проекта на определенный период, в котором определены предмет, основные цели, стратегии и направления деятельности. В бизнес-плане обосновывается ценовая политика, емкость и структура рынка, условия осуществления поставки, транспортировки, страхования товара, также отражаются факторы, влияющие на рост или снижение доходов и расходов.

Следовательно, бизнес-план – это экономически обоснованный аналитический документ, показывающий реальность планируемого дела (проекта).

2. Содержание и структура бизнес-плана.

Сегодня не существует однозначного методического подхода к содержанию и структуре бизнес-плана.

Бизнес-план должен предусматривать разделы, в которых раскрывается основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика (особенности) продукта или услуги предприятия и удовлетворения им потребностей рынка, дается оценка рынка и стратегия поведения фирмы в определенных рыночных сегментах. Также должна быть определена организационная и производственная структура, раскрыта перспектива роста предприятия, описаны маркетинговые исследования.

Наиболее предпочтительным считается бизнес-план, включающий семь разделов.

Раздел 1 «Цели и задачи предпринимательской сделки» – центральный в бизнес-плане.

Главная цель предпринимательского бизнеса – получение прибыли. Планируя намеченную сделку, следует прежде всего определить, на какую сумму прибыли можно рассчитывать, и убедиться в том, что проект вообще способен принести желаемую прибыль. Важно при этом, как и вообще при формировании бизнес-плана, учесть фактор времени.

Другими словами, наряду с размером ожидаемой прибыли необходимо знать, как она распределится во времени, не окажется ли прибыль слишком запоздалой с учетом потребности предпринимателя в денежных средствах и воздействия инфляции, уменьшающей абсолютный прирост денег.

При первоначальной оценке целесообразности предпринимательского проекта необходимо также учесть, что сумма получаемой прибыли должна быть существенно выше той, которую мог бы получить предприниматель, помещая затрачиваемые денежные средства на то же время в сберегательный банк. Иначе просто есть смысл свести дело к этой простейшей финансовой сделке.

Наряду с главной, определяющей целью в поле зрения составителей бизнес-плана должны находиться и другие цели и задачи: социальные, повышение статуса предпринимателя, специальные цели и задачи; особые задачи предпринимательства, в частности благотворительность.

Раздел 2 «Обобщенное резюме, основные параметры и показатели бизнес-плана» является сводным и представляет собой основные идеи и содержание плана в миниатюре. Он создается и уточняется по мере проработки плана, а завершается лишь после составления бизнес-плана в целом.

В сводном разделе представлены:

генеральная цель проекта (сделки);

краткая характеристика предпринимательского продукта, конечного результата намечаемого плана и их отличительные особенности;

пути и способы достижения поставленных целей; сроки осуществления проекта (сделки); затраты, связанные с его реализацией;

ожидаемая эффективность и результативность;

область использования результатов.

Показатели обобщенного резюме:

общие сводные – объемы производства и реализации продукции и услуг, выручка, собственные и заемные средства, прибыль, рентабельность;

специальные – качество реализуемых товаров и услуг, их отличительные свойства, приспособленность к особым вкусам и запросам потребителя, срок окупаемости вложений, низкая степень риска, гарантированность получения планируемого результата.

В разделе 3 «Характеристики продуктов, товаров, услуг, предоставляемых предпринимателем потребителю» должны быть зафиксированы:

наглядные данные, позволяющие с требуемой полнотой «осознать» предпринимательский продукт (опытный образец), или его характеристики (описания, модели, фотографии, сведения о круге потребителей предпринимательского товара и потребностях, которые он будет удовлетворять;

прогноз платежеспособного спроса на товар);

данные о регионах, группах населения, организациях, которые предпочтительно исходя из анализа и прогноза станут покупателями и потребителями товара;

данные о динамике ожидаемого потребления товара по временным периодам с учетом факторов, влияющих на изменение потребностей в данном товаре;

прогноз цен, по которым предполагается реализовать продукт предпринимательской деятельности.

Раздел 4 «Анализ и оценка конъюнктуры рынка сбыта, спроса, объемов продаж» – непосредственное продолжение изучения потребностей и прогнозирования цен.

Он предопределяет объемы производства и продаж товаров по временным периодам реализации предпринимательского проекта.

Исследование, анализ, оценка рынка в процессе подготовки бизнес-плана опираются, с одной стороны, на предположения, т.е. носят прогностический характер, а с другой – на предварительную договоренность с потенциальным покупателем или с торговыми, сбытовыми организациями.

Разные ситуации возникают в зависимости от масштабов и сроков проектов. В случае краткосрочных мелких проектов можно с высокой степенью достоверности установить круг покупателей, потребителей предпринимательского продукта, что позволяет сделать вывод об объемах продаж.

При долговременных крупных предпринимательских проектах возникает более сложная ситуация – определение изменения спроса на предпринимательский товар, его продажи, потребления будет проходить при составлении бизнес-плана на основе предположений, оценок, расчетов и прогнозов.

Наряду с расчетно-аналитической оценкой рынка сбыта бизнес-план должен предусматривать способы активизации рынка посредством маркетинговой и других видов деятельности.

При разработке этого раздела необходимо также учитывать деятельность других предпринимателей, конкурентов, их возможности, способности и ценовую политику.

С этой целью работа над бизнес-планом должна включать корректировку прогнозируемого объема продаж с учетом конкуренции.

Содержание раздела 5 «План (программа) действий и организационные меры» во многом зависит от вида предпринимательской деятельности (производственная, коммерческая, финансовая).

Программа предпринимательских действий обычно включает:

маркетинговые усилия (рекламу, определение рынка сбыта, контакты с потребителем, учет его запросов);

осуществление производства продукции (в случае производственного предпринимательства);

закупку, хранение, транспортировку, реализацию товаров (в особенности применительно к коммерческому предпринимательству);

обслуживание покупателя в процессе продажи товара и после продажи.

Организационные меры составляют неотъемлемую часть программы действий и включают:

способы управления реализацией бизнес-плана;

организационные структуры управления проектом;

методы координации действий исполнителей, а также меры по установлению специальных форм оплаты труда, стимулирования, подбора и подготовки кадров, учета, контроля и др.

Раздел 6 «Ресурсное обеспечение сделки» содержит сведения о видах и объемах ресурсов, необходимых для осуществления предпринимательского проекта, об источниках и способах получения ресурсов.

Ресурсное обеспечение охватывает:

материальные ресурсы (материалы, полуфабрикаты, сырье, энергию, здания, оборудование и др.);

трудовые, финансовые (текущие денежные средства, капиталовложения, кредиты, ценные бумаги);

информационные ресурсы (статистическую, научно-техническую информацию).

Раздел 7 «Эффективность сделки» завершает бизнес-план. В нем приводится сводная характеристика эффективности предпринимательской сделки.

В числе сводных показателей эффективности основные – прибыль и рентабельность сделки.

Кроме того, учитывается социальная и научно-техническая эффективность (получение новых научных результатов). Здесь целесообразно проанализировать долгосрочные последствия предпринимательской сделки.

Не существует жестко регламентированной формы и структуры бизнес-плана. Международная практика обоснования проектов применяет несколько обобщающих показателей для подготовки решения о целесообразности вложения средств: рентабельность; коэффициент эффективности; период возврата капитальных вложений; норма безубыточности и др.

3. Характеристика основных разделов бизнес-плана.

Примерный бизнес-план должен выглядеть следующим образом:

общая характеристика предприятия (резюме);

характеристика товаров (услуг);

анализ рынка сбыта товаров (услуг);

анализ конкурентоспособности предлагаемого товара (услуги);

план маркетинга;

план производства;

финансовый план;

анализ рисков;

экологическая и нормативная информация;

приложения.

Рассмотрим более подробно отдельные разделы бизнес-плана.

Общая характеристика предприятия (резюме). Кратко раскрываются все направления деятельности, излагается суть бизнес-плана, обосновывается привлекательность проекта, формулируются цели и задачи. В данном разделе бизнес-плана следует изложить следующие вопросы:

наименование проекта, характеристика предприятия, организационно-правовая форма и наименование предприятия, данные о создании и регистрации, почтовый адрес и телефоны, полные данные о руководителе предприятия (фамилия, имя и отчество, возраст, образование, квалификация);

основные цели и задачи организации,

Характеристика товаров (услуг). В этом разделе проводится анализ производимой предприятием продукции (услуг) и их сравнение с аналогами, присутствующими на рынке. Для окончательного выбора планируемого для выпуска продукции (услуг) выясняются их преимущества и недостатки, для этого предприниматель должен ответить на следующие вопросы:

Какие именно товары (услуги) будут предлагаться для выпуска? Их описание и характеристика.

Какое название товара (услуги)? Их внешний вид (рисунки, фотографии).

Какими потребностями должны обладать предлагаемые товары (услуги)?

Отвечают ли предлагаемые товары (услуги) требованиям обязательной стандартизации и сертификации?

На какой стадии находится предлагаемый товар (услуга) – идея, рабочий проект, опытный образец, серийное производство и т.д.?

Имеется ли возможность дальнейшего развития продукции?

Анализ рынка сбыта товаров (услуг). Назначение данного раздела бизнес-плана – показать, что на рынке имеется достаточное число потребителей данного продукта, обосновать, что потребители предпочтут именно эту продукцию конкурентам. В данном разделе предопределяются объемы производства и продаж товара, показываются ожидаемые затраты, определяется цена предлагаемого товара. Исследование, анализ, оценка рынка носят прогностический характер, с одной стороны, а с другой – опираются на предварительную договоренность с потенциальными покупателями. Для существующих товаров и рынков оценки даются по фактическим данным, для новых рынков и новых товаров оценки должны нести прогнозный характер.

Наряду с анализом рыночной конъюнктуры в разделе должна быть представлена характеристика конкурентов, их стратегия и тактика.

Вначале предпринимателю необходимо найти ответ на следующие вопросы:

На каких рынках действует или будет действовать фирма? Какие типы рынков используются фирмой?

Какие основные сегменты этих рынков по каждому виду товара (услуги)?

Проранжированы ли рынки (сегменты рынка), на которых действует или будет действовать фирма, по коммерческой эффективности и другим рыночным показателям?

Что влияет на спрос на товары (услуги) фирмы в каждом из этих сегментов?

Каковы перспективы изменения потребностей покупателей в каждом из сегментов рынков?

Как предполагается реагировать на эти изменения?

Каким образом происходит изучение потребностей и спроса?

Какова общая и импортная емкости каждого национального рынка и используемого сегмента по всем товарам (услугам) фирмы?

Каковы прогнозы развития емкости сегментов на каждом из рынков?

Какова реакция рынка на новые товары (услуги)?

Проводятся ли тестирование рынка и пробные продажи?

После ответа на эти вопросы в данном разделе бизнес-плана необходимо представить: оценку потенциальной емкости рынка, оценку потенциального объема продаж, оценку реального объема продаж.

Анализ конкурентоспособности предлагаемого товара (услуги). Данный раздел посвящен анализу рыночной конъюнктуры, рыночной стратегии и тактики, характеристике возможных конкурентов. При написании данного раздела необходимо рассмотреть следующие вопросы:

Является ли область деятельности организации новой и быстро меняющейся?

Многие ли предприятия предлагают аналогичные товары и услуги?

На какой стадии жизненного цикла товара или услуги фирма собирается выйти на рынок?

В чем наиболее сильно проявится конкуренция, при внедрении вашего товара или услуги (цена, качество, послепродажное обслуживание, внешний вид и т.д.)?

Какая ценовая политика у конкурентов?

Какая используется технология у конкурентов?

Какой рыночной стратегии придерживаются конкуренты?

Каковы сильные и слабые стороны у ваших конкурентов?

Далее необходимо провести сравнительный анализ основных факторов конкурентоспособности по нескольким конкурентам. Анализ может содержать как количественную информацию, так и хорошо детализированные примечания.

План маркетинга. Раздел, посвященный маркетингу, является одной из важнейших частей бизнес-плана, поскольку в нем непосредственно говорится о характере намечаемого бизнеса и способах, благодаря которым можно рассчитывать на успех.

Предприниматель должен подготовить такой план маркетинга, который способен пробуждать мысль. Он должен не просто представить концепцию, но "продать" бизнес как привлекательную возможность для инвестиций, как кредитный риск с заманчивыми перспективами.

Кроме того, раздел должен быть написан в такой манере, которая была бы понятна широкому кругу людей - от менеджеров до членов совета директоров.

В данный раздел включаются основные элементы плана маркетинга:

стратегическое планирование, определяющее направленность фирмы в части товаров, рынков, развития различных производств;

собственные детализированные планы для каждого товара.

Также необходимо отразить:

стратегию маркетинга, используемую на фирме;

как будет продаваться товар – через собственную торговую сеть, или через оптовые торговые организации;

как будут определяться цены на товар и уровень их рентабельности;

механизм роста объемов продаж;

организация службы сервиса и затраты направляемые на это;

как предполагается добиться хорошей репутации товаров и самой фирмы в глазах общественности.

В зависимости от конкретной ситуации, складывающейся на рынке с точки зрения состояния спроса, различают несколько типов маркетинга:

Конверсионный маркетинг. Связан с наличием негативного спроса, т.е. с ситуацией, когда большинство потребителей отвергают данный товар или услугу. Задача в этом случае состоит в разработке такого плана маркетинга, который бы способствовал зарождению спроса на соответствующие товары (услуги).

Стимулирующий маркетинг. Связан с наличием товаров, на которые нет спроса по причине полного безразличия или незаинтересованности покупателей. План маркетинга должен определить причины безразличия и наметить пути по его преодолению.

Развивающий маркетинг. Связан с формирующимся спросом на новые товары. Используется в ситуациях, когда есть потенциальный спрос. Задача маркетинга состоит в превращении потенциального спроса в реальный спрос.

Поддерживающий маркетинг. Используется при соответствии уровня спроса уровню предложения. В этом случае необходимо проводить продуманную политику цен, целенаправленно осуществлять рекламную работу и т.п.

Демаркетинг. Применяется при чрезмерном превышении спроса над предложением. Чтобы у потребителей не создалось негативного представления о возможностях фирмы удовлетворить запросы покупателей, проводится повышение цен, свертывание рекламной деятельности и т.п. Одновременно принимаются меры по увеличению выпуска продукции пользующейся чрезмерно высоким спросом.

Противодействующий маркетинг. Используется для снижения спроса, который с точки зрения общества расценивается как иррациональный

(на спиртные напитки, табачные изделия и т.п.)

Некоторые виды бизнеса требуют маркетинга, а потому ясного и убедительного плана маркетинга. Для других маркетинг менее важен и нет необходимости в столь тщательной проработке посвященного ему раздела.

План производства. Этот раздел готовится только теми предпринимателями, которые готовятся заняться производством товаров. При написании следует ответить на следующие вопросы:

Где будут изготавливаться товары - на действующем или вновь создаваемом предприятии?

Насколько удачно выбрано месторасположение фирмы, исходя из близости к рынку, поставщикам, доступности рабочей силы, транспорта и т.д.?

Какие производственные мощности потребуются и как они будут вводиться год от года?

Какие основные средства потребуются для организации производства? Какова динамика их изменения на перспективу? Данную информацию целесообразно представить в виде таблицы.

Какие возможны затруднения при организации производства?

Где, у кого и на каких условиях закупается сырье?

Схема производственных потоков.

Предусмотрена ли охрана окружающей среды?

Каковы будут издержки производства? Динамика их изменения?

Финансовый план. Этот раздел необходимо посвятить планированию финансового обеспечения деятельности фирмы с целью наиболее эффективного использования имеющихся денежных средств.

В этом разделе необходимо разработать совокупность следующих планово-отчетных документов:

Оперативный план (отчет).

План (отчет) доходов и расходов.

План (отчет) движения денежных средств.

Балансовый отчет (план).

Подобный перечень документов не совсем привычен для предпринимателей, но он соответствует требованиям мировой практики, которая опирается на несколько иную систему бухучета.

Оперативный план (отчет) отражает за каждый период результаты взаимодействия фирмы и ее целевых рынков по каждому товару и рынку. Этот документ должен разрабатываться службой маркетинга.

План (отчет) о доходах и расходах по производству товаров показывает, получит ли фирма прибыль от продажи каждого из товаров. Этот документ разрабатывается экономической службой фирмы по каждому из товаров.

План (отчет) о движении денежных средств показывает процесс поступлений и расходования денег в процессе деятельности фирмы. Он разрабатывается финансовой службой фирмы.

Балансовый отчет подводит итоги экономической и финансовой деятельности фирмы за отчетный период. Он обычно разрабатывается бухгалтерией.

В указанных планово-отчетных документах отражаются планируемые и фактические величины показателей за отчетный период. Продолжительность планово-отчетных периодов в зависимости от конкретных условий может изменяться в пределах: месяц, квартал, полгода, год.

Службой по несостоятельности и финансовому оздоровлению предприятий разработана типовая структура бизнес-плана, которая должна иметь следующие сведения:

общая характеристика предприятия;

краткие сведения по плану финансового оздоровления;

анализ финансового состояния предприятия;

мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержки эффективной хозяйственной деятельности;

рынок конкуренции;

деятельность в области маркетинга, производства, финансового плана.

Анализ рисков. Раздел полностью посвящен предпринимательскому риску. В нем нужно:

1. Отразить виды риска.
2. Оценить возможные потери.
3. Определить методы управления риском.

В условиях рыночной среды предприятия различных форм собственности подвергаются риску, как и в любой другой деятельности, сопряженной с неопределенностью и выбором возможностей. При планировании нельзя точно знать будущие параметры проекта (объем производства, динамику цен и т.д.). В связи с этим возможность негативного отклонения параметров проекта от планируемых параметров создает риски проекта.

При составлении бизнес-плана необходимо с особым вниманием подходить к анализу рисков проекта, поскольку должная подготовка этого раздела поможет адекватно оценить сам проект и принять правильное решение относительно его реализации.

Анализа риска заключается в следующем. Вне зависимости от качества допущений, будущее всегда несет в себе элемент неопределенности.

Большая часть данных, необходимых, например, для финансового анализа (элементы затрат, цены, объем продаж продукции и т.п.) являются неопределенными. В будущем возможны изменения прогноза как в худшую сторону (снижение прибыли), так и в лучшую. Анализ риска предлагает учет всех изменений, как в сторону ухудшения, так и в сторону улучшения.

В процессе предпринимательской деятельности и реализации бизнес-проекта подвержены изменению следующие элементы: стоимость сырья и комплектующих, стоимость капитальных затрат, стоимость обслуживания, стоимость продаж, цены и т.д.

В результате выходной параметр, например прибыль, будет случайным. Анализ предпринимательского риска использует понятие вероятностного распределения и вероятности.

Например, риск равен вероятности получить отрицательную прибыль, то есть убыток.

Чем более широкий диапазон изменения факторов проекта, тем большему риску подвержен проект, тем важнее выполнить предварительный анализ риска.

На первой стадии анализа рисков необходимо выявить их и произвести классификацию. Особое внимание следует проявлять к тем рискам, вероятность наступления которых велика, а также к тем рискам, которые могут нанести максимальный ущерб проекту.

Отобрав наиболее важные риски, переходят к их количественному анализу. Важнейшим элементом количественного анализа риска является анализ чувствительности. Для его осуществления необходимо варьировать различные параметры проекта (цены, объем реализации, срок строительства, темпы инфляции и т.д.) и посмотреть, как при этом меняются показатели эффективности.

При этом выявляются наиболее критичные параметры, которые могут в наибольшей степени влиять на эффективность проекта. При этом рассчитываются границы и точки безубыточности, т.е. фактически выявляется множество параметров проекта, при которых проект будет эффективным и множество параметров проекта, при которых он будет неэффективным. Анализируется область возможных значений неопределенных параметров и, соответственно, степень возможности осуществления неблагоприятных сценариев развития проекта.

В рамках количественного анализа рисков производится также оценка ожидаемого эффекта (интегрального показателя) проекта с учетом количественных характеристик неопределенности (распределением вероятностей, диапазоном изменения неопределенных параметров и т.д.).

На основе интегральных показателей эффективности проектов с учетом рисков можно принимать управленческие решения о целесообразности реализации проектов, сравнивать проекты между собой и т.д.

В настоящее время наиболее эффективным является комплексный подход к анализу рисков. С одной стороны, такой подход позволяет получать более полное представление о возможных результатах реализации проекта, т.е. обо всех позитивных и негативных неожиданностях, ожидающих инвестора, а с другой стороны, делает возможным широкое применение математических методов (в особенности вероятностно-статистических) для анализа рисков.

4. Финансовое обеспечение реализации бизнес-плана.

Любая предпринимательская деятельность подразумевает возникновение финансовых отношений:

- с другими предприятиями и организациями;
- внутри самого предприятия;
- с финансово-кредитной системой;
- с прочими субъектами рыночных отношений.

Одним из основных условий эффективной деятельности предпринимательской структуры, является наличие финансов (денежных средств) и их эффективное использование.

Эффективное финансовое обеспечение предпринимательской деятельности, заключается в совокупности форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства.

Финансовое обеспечение или финансирование – это процесс образования капитала (денежных средств), необходимых для осуществления предпринимательской деятельности. Необходимо отличать термин «финансирование» от «инвестирование», если первое означает образование капитала организации, то последнее – это его использование.

Эффективное финансовое обеспечение напрямую связано с таким понятием, как финансовая грамотность предпринимателя, руководителя предприятия и руководителя финансовых служб.

Финансовая грамотность определяется эффективным, грамотным использованием (расходованием) средств, которыми обладает предпринимательская структура или которые она привлекла из вне (внешние источники). Финансовая грамотность базируется в т.ч. на принципах управления денежными потоками (рис. 43).

Источники финансирования деятельности предпринимательской структуры. Источники финансирования предприятия делят на внутренние (собственный капитал) и внешние (заемный и привлеченный капитал). Внутреннее финансирование предполагает использование собственных средств и прежде всего – чистой прибыли и амортизационных отчислений.

К внутренним источникам относятся:

- а) прибыль;
- б) амортизационные отчисления;
- в) внереализационные доходы;
- г) выручка от реализации выбывшего имущества;
- д.) резервный фонд и т.д.

Внутреннее финансирование предприятий во многом зависит не только от самого предприятия, но и от внешней предпринимательской среды: налоговой, амортизационной, бюджетной, таможенной и денежно-кредитной политики государства.

В условиях рыночных отношений, финансово-хозяйственная деятельность предприятия невозможна без использования внешних источников денежных средств. Привлечение заемных средств имеет две стороны, положительную и отрицательную:

Положительная – это ускорение оборачиваемости оборотных средств, увеличение объема оборота деятельности предприятия, сокращение объема незавершенного производства;

Отрицательная – это зависимость от привлеченных заемных средств, дополнительные затраты на обслуживание привлеченных заемных средств.

Внешние источники - это:

- а) кредиты и инвестиции;
- б) средства от продажи собственных ценных бумаг;
- в) эмиссия;
- г) коммерческое кредитование;
- д.) бюджетные ассигнования, субсидии и субвенции;
- е) лизинг, факторинг;
- ж) денежные ресурсы учредителей (участников) предприятия.

Привлечение внешних заемных средств, в форме кредита, осуществляется на основании следующих принципов.

Принцип возвратности – это означает гарантированность возврата заемных средств в полном объеме.

Принцип срочности означает необходимость возврата кредита в точно определенный срок.

Принцип платности означает возврат, как самого кредита, так и согласованных процентов по кредиту и иных платежей (комиссии, пени и штрафов и т.д.).

Принцип материального (имущественного, финансового) обеспечения – это гарантия возврата заемных средств кредитору, которая подтверждена заемщиком материальными, финансовыми или иными обязательствами, оформленными документально, согласно действующих норм и правил.

Принцип целевого характера кредита – используется в тех случаях, когда средства выделяются под конкретную программу, конкретный контракт (договор).

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. В чем заключается сущность бизнес-планирования?
2. Что такое бизнес-план?
3. Охарактеризуйте содержание и структуру бизнес-плана.
4. Какие сведения вносятся в резюме бизнес-плана?
5. Как проводится анализ рынка сбыта товаров (услуг)?
6. Как оценивается конкурентоспособность товаров (услуг)?
7. Что представляет собой план производства товаров (услуг)?
8. Как оценивается эффективность бизнес-плана?
9. Каким образом осуществляется финансирование бизнес-плана?

Литература: [\[1\]](#) — С – 21-66; [\[3\]](#) — С – 166-181; [\[4\]](#) — С – 415-425; [\[5\]](#) — С – 13-26; [\[7\]](#) — С – 84-95; [\[8\]](#) — С – 18-76; [\[9\]](#) — С – 15-48; [\[10\]](#) — С – 70-94; [\[11\]](#) — С – 71-123].

Тема 6. Налогообложение предпринимательской деятельности.

План:

1. Понятие и функции налогов.
2. Характеристика налоговой системы.
3. Специальные налоговые режимы в предпринимательской деятельности.

1. Понятие и функции налогов.

Одной из важнейших задач рыночной реформы является создание эффективной налоговой системы, обеспечивающей регулирование экономических процессов, связанных с формированием распределением и использованием доходов.

Налоги – это обязательные, индивидуально безвозмездные платежи, взимаемые с организаций и физических лиц, в форме отчуждения принадлежащих им на праве

собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Налоговое законодательство устанавливает систему налогов и сборов, взимаемых в федеральный бюджет, а также общие принципы налогообложения и сборов.

Роль налогов в воздействии на развитие предпринимательства заключается либо в стимулировании, либо в ограничении деловой активности субъектов бизнеса.

Налоговый метод регулирования предпринимательской деятельности предполагает воздействие на расширение или сужение вида предпринимательской деятельности следующими способами:

- установление разных видов налогов;
- определение субъектов и объектов налогообложения;
- изменение налоговых ставок;
- введение налоговых льгот;
- изменение механизма налогообложения.

Налоги, сборы, пошлины и другие обязательные платежи выполняют четыре основных функций:

фискальная функция, являющаяся главной – формирует доходы, аккумулируя в бюджете и внебюджетных фондах средства для реализации государственных программ;

социальная функция – осуществляется через неравное налогообложение разных сумм доходов и позволяющая перераспределять доходы между различными категориями населения;

регулирующая функция – определяет влияние государства на инвестиционные процессы, спад или рост производства, а также его структуру;

контрольная функция – позволяет государству отслеживать своевременность и полноту поступления в бюджет налоговых платежей, сопоставлять их величину с потребностями в финансовых ресурсах.

В системе экономических отношений проявляются различные отношения, связанные с воспроизводственными процессами, в т.ч. отношения между хозяйствующими субъектами и государством, связанных с уплатой законно установленных налогов и сборов. С учетом способа обложения налоги подразделяются на прямые и косвенные.

Косвенные: акцизы и налог на добавленную стоимость (НДС)

Прямые: налог на прибыль, страховые взносы, налог на добычу полезных ископаемых, налог на имущество организаций, транспортный налог, сборы за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов, государственная пошлина.

Кроме того, на организацию-налогоплательщика законодательством возложена обязанность в качестве налогового агента исчислять, удерживать и перечислять в бюджет налог на доходы физических лиц (НДФЛ).

2. Характеристика налоговой системы.

Под системой налогообложения (налоговой системой) следует понимать действующую в данный период совокупность налогов, сборов и пошлин, взимаемых на территории страны в соответствии с налоговым и таможенным законодательством, а также совокупность правовых норм и правил, устанавливающих права, обязанности и ответственность налогоплательщиков, налоговых и таможенных органов за правильное исполнение законодательства по исчислению и уплате налогов, сборов и пошлин.

В настоящее время предусмотрена трехуровневая система взимания налогов: общегосударственные налоги и сборы, налоги и сборы субъектов (региональные налоги и сборы) и местные налоги и сборы.

Основные (базовые): налог на добавленную стоимость; акцизы; налог на доходы физических лиц; налог на прибыль организаций; налог на добычу полезных ископаемых; водный налог; сборы за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов; государственная пошлина.

Объектом налогообложения по налогу на прибыль организации – признается прибыль, полученная налогоплательщиком. Прибылью для организаций в целях налогообложения признается – полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов, которые определяются в соответствии с налоговым кодексом.

Налоговым периодом по налогу на прибыль признается календарный год. Отчетными периодами по налогу признаются первый квартал, полугодие и девять месяцев календарного года.

Налог на добавленную стоимость является косвенным налогом. Налогоплательщиками НДС признаются:

- а) организации;
- б) индивидуальные предприниматели;
- в) лица, признаваемые налогоплательщиками НДС в связи с перемещением товаров через таможенную границу.

Объектом налогообложения НДС признаются следующие операции:

- а) реализация товаров (работ, услуг) на территории страны, в том числе при передаче имущественных прав;
- б) передача на территории страны товаров (выполненных работ, оказанных услуг) для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету при исчислении налога на прибыль;
- в) выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления;
- г) ввоз товаров на таможенную территорию страны.

Налоговая база при реализации товаров (работ, услуг) определяется, налогоплательщиком в соответствии с налоговым кодексом.

Налоговый период – это период, по итогам которого должна быть определена налоговая база и исчислена сумма налога, подлежащая уплате. Кроме того, по итогам налогового периода организации и предприниматели представляют в налоговые органы налоговые декларации. Налоговый период (в том числе для налогоплательщиков, исполняющих обязанности налоговых агентов) устанавливается как квартал.

Региональные налоги. К ним относятся налог на имущество организаций, налог на игорный бизнес, транспортный налог. При установлении региональных налогов законодательными (представительными) органами государственной власти субъектов определяются в порядке и пределах, которые предусмотрены налоговым кодексом, следующие элементы налогообложения: налоговые ставки, порядок и сроки уплаты налогов.

Местные налоги. К ним относятся налог на имущество физических лиц, земельный налог. При установлении местных налогов представительными органами муниципальных образований определяются в порядке и пределах, которые предусмотрены налоговым кодексом, следующие элементы налогообложения: налоговые ставки, порядок и сроки уплаты налогов.

Налоговым кодексом устанавливаются специальные налоговые режимы:

- система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (Единый сельскохозяйственный налог);
- упрощенная система налогообложения;
- система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
- система налогообложения при выполнении соглашения о разделе продукции.

Общий режим налогообложения организаций, применяемый организациями – субъектами малого предпринимательства. Юридические лица, имеющие статус субъектов

малого предпринимательства, могут применять общий режим налогообложения, так же как и предприниматели, в добровольном порядке. Исключение составляют виды деятельности, подлежащие обложению единым налогом на вмененный доход.

Под общим режимом налогообложения понимаются федеральные, региональные, местные налоги и сборы, предусмотренные для налогоплательщиков. Установлен следующий перечень федеральных налогов и сборов:

- 1) налог на добавленную стоимость;
- 2) акцизы;
- 3) налог на доходы физических лиц;
- 4) единый социальный налог;
- 5) налог на прибыль организаций;
- 6) налог на добычу полезных ископаемых;
- 8) водный налог;
- 9) сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов;
- 10) государственная пошлина.

К региональным налогам относятся:

- 1) налог на имущество организаций;
- 2) налог на игорный бизнес;
- 3) транспортный налог.

К местным налогам относятся:

- 1) земельный налог;
- 2) налог на имущество физических лиц.

Отметим, что если в отношении индивидуальных предпринимателей законодательство не требует ведения бухгалтерского учета, то в отношении организаций такое требование является обязательным.

3. Специальные налоговые режимы в предпринимательской деятельности.

К специальным налоговым режимам относятся упрощенная система налогообложения, единый сельскохозяйственный налог, единый сельскохозяйственный налог, система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции.

Индивидуальный предприниматель или организация обладает правом перехода на упрощенную систему налогообложения (переход осуществляется в порядке предусмотренным налоговым кодексом) и обратно. При переходе на упрощенную систему налогообложения существует ряд условий.

Организация и индивидуальные предприниматели по собственному выбору платит либо единый налог с оборота (дохода), либо единый налог на «доходы минус расходы».

Организации и индивидуальные предприниматели, применяющие упрощенную систему налогообложения, производят уплату страховых взносов на обязательное пенсионное страхование в соответствии с законодательством. Иные налоги уплачиваются ими в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

Для организаций и индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную систему налогообложения, сохраняются действующие порядок ведения кассовых операций и порядок представления статистической отчетности.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Что понимается под налогами?
2. Охарактеризуйте функции налогов.
3. В чем сущность фискальной функции налогов?
4. Какие отличия имеют прямые и косвенные налоги?
5. Перечислите виды налогов.
6. Какой порядок уплаты налогов от предпринимательской деятельности?

7. В чем сущность упрощенной системы налогообложения?

Литература: [3 — С – 209-212; 4 — С – 326-328; 7 — С – 55-62].

Тема 7. Культура предпринимательства.

План:

1. Понятие и сущность культуры предпринимательства.
2. Элементы культуры предпринимательства.
3. Культура предпринимательских организаций.
4. Предпринимательская этика и этикет.

1. Понятие и сущность культуры предпринимательства.

Долгое время культурные компоненты экономической жизни оценивались как второстепенный, не оказывающий значительного влияния на экономический рост, ресурс, а воспроизводство ценностной среды происходило большей частью стихийно. Лишь в конце 20-го столетия воздействие на культурные составляющие хозяйственной (предпринимательской) деятельности становится все более активным и превращается в приоритетную, хорошо скоординированную стратегию.

В настоящее время предпринимательская деятельность во многих странах выступает важнейшей формой организации как индивидуального, так и коллективного труда. Формирование культуры предпринимательства в коммерческом и в некоммерческом секторе является одной из важнейших долгосрочных стратегических задач государства при построении цивилизованных рыночных отношений. Поэтому изучение сущности культуры предпринимательства является важным и актуальным, особенно для России, поскольку развитие рыночных отношений, формирование новой структуры общества, изменение традиционных систем управления, расширение хозяйственной самостоятельности, сфер предпринимательства требуют формирования адекватных этим процессам менталитета и предпринимательской культуры. Наличие в российском обществе предпринимательского корпуса с прогрессивными жизненными установками и культурой предпринимательства станет залогом значимых преобразований в обществе.

Культура предпринимательства является неотъемлемым элементом организации предпринимательской деятельности. Она базируется на общих понятиях культуры и неразрывно с ней связана.

Культура – это совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей. Так определяется сущность этого понятия в словаре русского языка С.И. Ожегова. Далее в словаре дается еще одно определение этого комплексного понятия: культура – это высокий уровень чего-нибудь, высокое развитие, умение.

В других научных источниках под культурой понимается исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях. В переводе с латинского культура понимается как возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание. Следовательно, в общечеловеческом понимании культура – многостороннее, комплексное понятие, характеризующее различные аспекты жизни, деятельности, поведения людей, их объединений (групп), общества в целом на определенном историческом этапе своего развития.

Культура предпринимательства в целом зависит от формирования культуры предпринимательских организаций, культуры самих предпринимателей, сотрудников фирмы. Поэтому для повышения культуры предпринимательства, в частности в России, необходимо создание условий для творческого эффективного труда, участия работников в

управлении, гуманный стиль руководства, воспитание сопричастности к общему делу, соблюдение и учет фирмами и их работниками интересов общества, партнеров и государства.

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

Таким образом, культура предпринимательства – это совокупность образцов поведения, ценностной системы, социальных норм, фундаментальных принципов и общественных институтов, ориентирующих субъекты на те или иные формы экономической активности в системе предпринимательства, обеспечивающих передачу накопленного опыта, способствующих устойчивости предпринимательства во времени.

Культура предпринимательства как проявление правовых и этических норм включает отношения с государством, с обществом, с потребителями, со служащими, с партнерами, с конкурентами, а также соблюдение действующих правовых актов, стандартов, правил, норм, влияющих на развитие предпринимательства. Культура предпринимательства характеризуется рядом основных функций: коммуникативно-интегративная, консервативная, трансляционная, инновационная, оценочная, функция целеполагания.

На формирование и развитие культуры предпринимательства оказывают влияние некоторые элементы культурной среды (значительно дифференцированные по странам) – политика, развитость технологий, образование и искусство, религия, правоведение, социальный статус населения, трудовая этика. Также большие возможности в плане воздействия на эволюцию предпринимательской культуры имеет государство посредством формирования целевых установок и воздействия на процессы социализации.

Культура предпринимательства – это часть социокультурной системы, а поскольку процесс развития общества – эволюционный, то и культура предпринимательства развивается вместе с эволюцией экономических, социальных, культурных реалий.

Как известно, предпринимательская деятельность – это свободная деятельность дееспособных граждан и (или) их объединений. Но экономическая свобода в осуществлении предпринимательской деятельности не означает, что ее участники свободны от неисполнения установленных принципов и методов регулирования предпринимательской деятельности.

Экономическая свобода как основа культуры предпринимательства не означает проявления вседозволенности для отдельных ее участников – обладателей огромного финансового состояния (так называемых олигархов). Государство устанавливает определенные преграды для ограничения проявления всемерной экономической свободы отдельными представителями предпринимательской деятельности во имя защиты интересов и экономической свободы других участников предпринимательства и других субъектов рыночной экономики, общества в целом.

2. Элементы культуры предпринимательства.

Первым всеобщим элементом культуры предпринимательства, предпринимательской деятельности является ее законность. В процессе своей работы организация вступает в различные отношения с государством, с обществом, с поставщиками и потребителями, со своими сотрудниками. При этом ей необходимо строго соблюдать действующие правовые акты, стандарты, правила, нормы, прямо или косвенно влияющие на развитие предпринимательства.

Вторым элементом – строгое выполнение обязательств и обязанностей, вытекающих из правовых актов, договорных отношений и совершаемых законных сделок,

из обычаев делового оборота, что проявляется в не нанесении не только имущественного, но и морального вреда партнерам, конкурентам, потребителям, наемным работникам.

Следующим важным элементом культуры предпринимательства является честное ведение его субъектами своего бизнеса.

Важно также соблюдение предпринимателями общих этических норм, включающих профессиональную этику, этические кодексы фирмы, общепринятые правила осуществления бизнеса, уровень культуры и воспитания предпринимателей, степень их притязаний, соблюдение обычаев и нравов, действующих в обществе, уровень знаний, необходимых для осуществления законного бизнеса и др.

Культура предпринимательства как проявление правовых и этических критериев (норм) включает следующие отношения: с государством, с обществом, с потребителями, со служащими, с партнерами, с конкурентами и другими хозяйствующими субъектами,— а также соблюдение действующих правовых актов, стандартов, правил, норм, прямо или косвенно влияющих на развитие предпринимательства.

Так, М. Вебер считал, что становление цивилизованного предпринимательства связано с новой, протестантской, аскетической духовной традицией, что предпринимателю, возвращенному этой традицией, «чужда показная роскошь и расточительство... упоение властью. Предпринимателю такого типа богатство ничего не дает, разве что ощущение хорошо исполненного долга в рамках своего призвания». К сожалению, история современного предпринимательства свидетельствует об ином.

3. Культура предпринимательских организаций.

Культура предпринимательства в целом зависит от формирования культуры предпринимательских организаций, культуры самих предпринимателей, от предпринимательской этики, делового этикета и многих других элементов, в целом составляющих такое понятие, как культура.

Формирование культуры предпринимательства определяется многими факторами, среди которых первые места занимают цивилизованная внешняя предпринимательская среда, общественный и государственный менталитет, реально действующие правовые нормы, устанавливающие права, обязанности, ответственность предпринимателей, защищающие их от агрессивной окружающей среды, и, конечно, сам предприниматель и его корпоративная культура.

Культура фирмы, как правило, определяется следующими внутренними факторами: предметом предпринимательской деятельности, осуществляемым бизнесом; организацией предпринимательской деятельности; мотивацией собственника фирмы и служащих; уровнем управленческой культуры, механизмом взаимоотношений руководителей фирмы и наемных работников;

наличием особого стиля управления, который способствует достижению ведущих позиций на рынке;

созданием таких условий деятельности служащих, которые способствуют осознанию их полной причастности к результатам деятельности фирмы;

наличием набора четких, определенных представлений о ценностях, к которым стремится фирма;

высокой профессиональной компетентностью руководителей фирмы, менеджеров и сотрудников и возможностью их обучения;

умением руководства брать ответственность на себя, не выискивая виновников неудач;

достижением высокого качества и интенсивности труда сотрудников с соответствующим материальным вознаграждением;

ориентацией деятельности фирмы на высокую эффективность и качество предлагаемых товаров и услуг;

хорошо организованным сервисным обслуживанием продукции у потребителей;
высокой культурой производства, внедрением новых технологий, обеспечивающих необходимый уровень качества товаров и услуг;

созданием необходимых санитарно-гигиенических и безопасных условий труда;
обеспечением здорового морального климата в фирме и др.

Перечисленные факторы (вероятно, не в полном количестве) в конечном итоге способствуют формированию репутации, престижа фирмы во внешней предпринимательской среде. Для по-настоящему достойной фирмы репутация выше любой выгоды.

К корпоративной культуре фирмы непосредственное отношение имеет формирование рационального менеджмента.

Отдельные исследователи считают, что можно определить, культурна ли фирма, собственником (или управляющим) которой ты являешься, если провести анализ по следующим критериям и получить положительный ответ на поставленные вопросы:

готова ли фирма к риску и нововведениям;
направлена ли активность фирмы (сотрудников) на решение главных целей;
акцентируется ли внимание на внешних задачах (хорошее обслуживание клиентов, взаимоотношения с потребителями и др.);

не поощряются ли конформизм, индивидуализм;
ориентировано ли стимулирование работников на конечные индивидуальные результаты;

децентрализовано ли принятие решений в фирме;

отдается ли предпочтение групповым формам принятия решений;

подчинена ли деятельность заранее составленным планам;

сопровождается ли работа инновационными процессами;

имеется ли сотрудничество между группами и отдельными работникам;

верны ли сотрудники интересам фирмы и преданны ли ей;

информированы ли они целиком о том, какова их роль в достижении целей фирмы;

неформальны ли отношения в фирме;

является ли фирма открытой для высшей системы.

В последнее время в нашу жизнь прочно вошло слово имидж, которым определяется положение как отдельного предпринимателя, так и фирмы. Применительно к предпринимателю это оценка его моральных, интеллектуальных, профессиональных и этических качеств окружающими людьми. Естественно, каждый человек стремится произвести благоприятное впечатление на окружающих. Формирование имиджа начинается с самооценки, затем – к развитию профессиональных качеств, к реализации творческого потенциала, воспитанию хороших манер, коммуникабельности и пр. Имидж человека в полной мере можно соотнести с имиджем фирмы, предприятия, организации. Он складывается из многих составляющих элементов - от организации производственного процесса, отношений с партнерами и клиентами до внешнего оформления помещения, работы с посетителями, дизайна продукции фирмы. Фирменный стиль и имидж - конечный продукт всей деятельности предприятия (фирмы), продемонстрированный публично для общественности с расчетом на перспективу. И каждый предприниматель, естественно, стремится произвести благоприятное впечатление, т. е. создать положительный имидж.

Вероятно, содержание понятия имиджа несколько шире, чем репутация и престиж, поскольку связано с вопросами, выходящими за пределы непосредственной деятельности предпринимателя. Это относится к дизайну интерьера офиса, наличия необходимой мебели и вспомогательного Оборудования, подготовки обслуживающего персонала и пр. В конечном счете для предпринимателя хороши все приемлемые средства в борьбе за потребителя и получения прибыли.

4. Предпринимательская этика и этикет.

Предпринимательская этика – одна из сложных проблем формирования культуры цивилизованного предпринимательства, так как этика вообще - это учение и практика поведения индивидуумов (граждан) в соответствии с идеями о должном, о добре и в виде идеалов, моральных принципов и норм поведения. Это учение о назначении человека, о смысле его жизни. Это система моральных и нравственных норм, включая общеобязательные правила поведения людей.

Предпринимательская деятельность, как и любая экономическая, хозяйственная, профессиональная деятельность дееспособных граждан, имеет правовые и этические критерии, нормы, правила поведения, отступление от которых грозит субъектам предпринимательской деятельности негативными последствиями. Правовые нормы поведения предпринимателей и организаций устанавливаются законами и нормативными актами, невыполнение которых грозит серьезными мерами наказания, вплоть до банкротства и лишения свободы. Поэтому очень важным условием развития цивилизованного предпринимательства является не только принятие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, но и формирование правовой культуры.

На формировании предпринимательской этики сказываются формы общественного сознания (менталитета) и общественных отношений, направленных на утверждение самооценки гражданина как предпринимателя, проявление его лучших человеческих качеств, экономической свободы, его ответственности перед потребителями, обществом. Предпринимательская этика опирается на моральные принципы, относящиеся к нравам, характеру, притязаниям предпринимателей, а потому неразрывно связана с их мотивами, побуждениями.

Правда, можно утверждать, что все, что сделано по закону, не всегда является этическим. Но что делать обществу? Нужно вносить предложения по изменению законов, например налогового законодательства, так как число налогов, налоговые ставки являются тормозом развития предпринимательства.

Этические нормы в предпринимательстве представляют собой совокупность признаков поведения граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность в различных сферах экономики, направленную на удовлетворение потребностей рынка, конкретных потребителей, общества и государства. Предпринимательская этика базируется на общих этических нормах и правилах поведения, сложившихся в стране, в мире, а также на профессиональной этике, проявляющейся в той или иной сфере деятельности. В связи с общеэтическими нормами поведения граждан предпринимательская этика неразрывно связана с такими понятиями, как честность, совесть, авторитет, благородство, вежливость, честолюбие, самолюбие, бесстыдство, лицемерие, злорадство, злословие, месть, коварство, грубость и с другими понятиями. Как видно, одни понятия связаны с положительными (позитивными) принципами и чертами поведения, а другие — с отрицательными (негативными). Только неполное перечисление характерных черт поведения отдельных предпринимателей свидетельствует о комплексном понятии предпринимательской этики, которая, как правило, должна базироваться на общечеловеческих, общегуманных принципах, на общих принципах осуществления рискованного, новаторского, инновационного, компетентного, законного, честного предпринимательства в противоположность рутинному, незаконному, некомпетентному бизнесу.

На формировании предпринимательской этики сказываются формы общественного сознания (менталитета) и общественных отношений, направленных на утверждение самооценки гражданина как предпринимателя, проявление его лучших человеческих качеств, экономической свободы, его ответственности перед потребителями, обществом. Предпринимательская этика опирается на моральные принципы, относящиеся к нравам,

характеру, складу души, притязаниям предпринимателей, а потому неразрывно связана с их мотивами, побуждениями.

Этические проблемы предпринимателей постоянно возникают и разрешаются, в первую очередь, с потребителями, поэтому государство и защищает интересы потребителей. Этические отношения предпринимателей как собственников дела связаны с наемными работниками. Эти отношения оказывают особое влияние на уровень предпринимательского успеха. Важное значение в развитии цивилизованного предпринимательства имеют отношения с хозяйствующими партнерами, конкурентами, обществом.

Предпринимательская этика проявляется в таких категориях, как верность данному слову, принятому на себя обязательству, моральной ответственности за невыполнение установленных правовыми нормами обязанностей.

Исследователи этики предпринимателей сформировали общие этические нормы цивилизованных предпринимателей, которые можно свести к следующему:

он убежден в полезности своей деятельности не только (и не столько) для себя, а для других, для общества;

исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют работать, стремятся реализовать себя вместе с предпринимателем;

верит в свой бизнес, расценивает его как привлекательное творчество, относится к бизнесу как к искусству;

признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;

уважает себя как личность, а любую личность — как себя;

уважает любую собственность, государственную власть, общественные движения, социальный порядок, законы;

доверяет не только себе, но и другим, уважает профессионализм и компетентность;

ценит образование, науку и технику, культуру, соблюдает экологические нормы;

стремится к внедрению нововведений;

не перекладывает ответственность за принятие нужного решения на подчиненных;

терпим к недостаткам других людей;

согласовывает цели с личными целями сотрудников;

никого не унижает;

имеет бесконечное терпение.

Предприниматель должен создавать свой имидж, соблюдать предпринимательский этикет. Он должен ясно осознать, что такие черты поведения, как вежливость, тактичность, деликатность абсолютно необходимы не только для «умения вести себя в обществе», но и для обыкновенной жизненной позиции. Нельзя забывать о культуре общения, чувстве меры, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями. Необходимо иметь свой цивилизованный стиль поведения, свой благородный образ, тот самый имидж предпринимателя, который гарантирует не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от своей деятельности.

Предпринимательский этикет представляет собой совокупность правил поведения предпринимателя, регулирующих его внешние проявления с окружающим миром, с другими предпринимателями, конкурентами, сотрудниками, со всеми индивидуумами, с которыми предприниматель контактирует не только при осуществлении своего бизнеса, но в любой жизненной ситуации.

Чтобы овладеть навыками корректного поведения, нужно соблюдать правила представления и знакомства; правила проведения деловых контактов; правила поведения на переговорах; требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде; требования к речи; культуру служебных документов и другие элементы предпринимательского этикета, который является составной частью предпринимательской этики.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Что такое культура предпринимательства?
2. Назовите составные элементы культуры предпринимательства
3. В чем состоит содержание культуры предпринимательской организации?
4. Что такое предпринимательская этика?
5. Что понимается под деловым этикетом?

Литература: [3 — С – 487-508; 7 — С – 127-134; 10 — С – 200-225].

Тема 8. Предпринимательский риск.

План:

1. Сущность предпринимательского риска.
2. Элементы и причины риска.
3. Потери как качественное и количественное отражение риска.
4. Функции предпринимательского риска.
5. Классификация предпринимательских рисков.
6. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.
7. Управление экономическими рисками.

1. Сущность предпринимательского риска.

Осуществление предпринимательства в его любом виде связано с риском, который принято называть хозяйственным, или предпринимательским. В связи с развитием рыночных отношений предпринимательскую деятельность в нашей стране приходится осуществлять в условиях нарастающей неопределенности ситуации и изменчивости экономической среды. В этих условиях необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов. Значит, возникает неясность и неуверенность в получении ожидаемого конечного результата, а следовательно, возрастает риск непредвиденных потерь. В особенности это присуще начальным стадиям освоения предпринимательства.

Следовательно, занимаясь предпринимательской деятельностью, бизнесмену придется иметь дело с неопределенностью и повышенным риском. Задача предпринимателя состоит не в том, чтобы искать дело с заведомо предвидимым результатом, дело без риска, а уметь осуществлять свою предпринимательскую деятельность в условиях риска.

Важнейшей особенностью предпринимательства является – наличие риска, как на стадии создания новой предпринимательской структуры, так и на стадии дальнейшего ее функционирования. Причина высокой рискованности предпринимательской деятельности связана не только с работой самого предприятия и его персонала, но в значительной мере определена ситуацией, складывающейся во внешней предпринимательской среде.

Рынок есть, прежде всего, экономическая свобода. Государственное регулирование в условиях рынка сводится преимущественно к установлению норм осуществления предпринимательской деятельности и к налоговой системе. Все остальное определяется производителем и потребителем, и влиянием внешних и внутренних факторов предпринимательской среды.

За экономическую свободу приходится платить. Ведь свободе одного предпринимателя сопутствует одновременно и свобода других предпринимателей, которые вольны покупать или не покупать его продукцию, предлагать за нее свои цены, продавать ему по определенным ценам, диктовать свои условия сделок. При этом естественно, что те, с кем приходится вступать в хозяйственные отношения, стремятся, прежде всего, к своей выгоде, а выгода одних может стать ущербом для

других. К тому же предприниматель - конкурент вообще склонен вытеснить своего оппонента с рынка.

В учениях классиков экономической теории особо подчеркивается мысль, что предпринимательство – это рисковая деятельность. Положение, что предприниматели осуществляют деятельность на свой риск, зафиксировано в законодательстве, а одна из статей посвящена проблеме страхования предпринимательского риска.

Категорию «риск» можно определить как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов. Предпринимательский риск – это не только нежелательные результаты принятых решений, но при определенных вариантах реализации предпринимательских проектов существует не только опасность не достичь намеченного результата, но и вероятность превысить ожидаемую прибыль. В этом и заключается предпринимательский риск, который характеризуется сочетанием возможности достижения как не желательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированных результатов.

При оценке предпринимательского риска, прежде всего, интересует мера опасности и степень потенциального ущерба в условиях конкретной сделки сопровождающих ее видов деятельности. Предприниматель вынужден изучать риск, возникающий при производстве, закупке, продаже продукции и при всех других видах деятельности предприятия и его интересует предотвращение риска.

2. Элементы и причины риска.

В рыночной экономике первостепенными элементами риска являются непредвидимость: конъюнктуры рынка; спроса; цены; поведение потребителя.

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

Риск есть угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов сверх предусмотренных прогнозом, программой его действий, либо получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

Одной из причин возникновения предпринимательского риска является неопределенность внешней среды, что связано с постоянной изменчивостью условий, в которых предприниматель осуществляет свою деятельность.

В рыночной экономике существует три основные группы причин возникновения ситуации неопределенности:

незнание – это недостаточность знаний о внешней предпринимательской среде;

противодействие – это ситуация, когда те или иные события затрудняют эффективную деятельность предпринимательской фирмы (конфликты между подрядчиками и заказчиками, трудовые конфликты в коллективе, забастовки и т.п.);

случайность определяется невозможностью предвидеть будущие события.

Предпринимательский риск – это количественная и качественная экономическая категория, которая выражается в неопределенности исхода намеченной предпринимательской деятельности и являющейся показателем эффективности деятельности предпринимателя.

Предпринимательский риск можно понимать как экономическую категорию, количественно (да и качественно) выражающуюся в неопределенности исхода намеченной к осуществлению предпринимательской деятельности, отражающую степень неуспеха (или успеха) деятельности предпринимателя (фирмы) по сравнению с заранее планируемыми результатами.

Необходимо обратить внимание на следующую закономерность: чем больше неопределенность хозяйственной ситуации, тем выше уровень риска, при этом, как

правило, чем выше уровень риска, тем больше и вероятность получения высокой прибыли.

3. Потери как качественное и количественное отражение риска.

При установлении предпринимательского риска надо различать понятия “расход”, “убытки”, “потери”. Любая предпринимательская деятельность неизбежно связана с расходами, тогда как убытки имеют место при неблагоприятном стечении обстоятельств, просчетах и представляют дополнительные расходы сверх намеченных. Сказанное выше характеризует категорию “риск” с качественной стороны, но создает основу для перевода понятия “предпринимательский риск” в количественное. Действительно, если риск - это опасность потери ресурсов или дохода, то существует его количественная мера, определяемая абсолютным или относительным уровнем потерь.

В абсолютном выражении риск может определяться величиной возможных потерь в материально-вещественном (физическом) или стоимостном (денежном) выражении, если только ущерб поддается такому измерению. В относительном выражении риск определяется как величина возможных потерь, отнесенная к некоторой базе, в виде которой наиболее удобно принимать либо имущественное состояние предпринимателя, либо общие затраты ресурсов на данный вид предпринимательской деятельности, либо ожидаемый доход (прибыль) от предпринимательства.

Риск определяется величиной потерь. Потерями считается снижение прибыли, дохода в сравнении с ожидаемыми величинами. Поэтому анализ риска всегда связан с изучением потерь. Потери, которые могут быть в предпринимательской деятельности, целесообразно разделять на материальные, трудовые, финансовые, потери времени, специальные виды потерь. По отношению к каждому отдельному из перечисленных видов потерь применимы свои единицы измерения, т. е. в физических единицах веса, объема, площади и др.

Материальные виды потерь проявляются в непредусмотренных предпринимательским проектом дополнительных затратах или прямых потерях оборудования имущества, продукции, сырья, энергии и т. д.

Трудовые потери представляют потери рабочего времени, вызванные случайными, непредвиденными обстоятельствами, и измеряются в человеко-часах.

Финансовые потери - это прямой денежный ущерб, связанный с непредусмотренными платежами, выплатой штрафов, уплатой дополнительных налогов, потерей денежных средств и ценных бумаг. Финансовые потери возникают при неоплате контрактов, при не возврате долгов, при снижении цен на реализуемые товары. Особые виды денежного ущерба связаны с инфляцией, изменением валютного курса рубля. Существуют и временные финансовые потери, обусловленные замораживанием счетов, несвоевременной выдачей средств, отсрочкой выплаты долгов.

Потери времени существуют тогда, когда процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем было намечено.

Специальные виды потерь проявляются в виде нанесения ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя, а также вследствие других неблагоприятных социальных и морально-психологических последствий. Специальные виды потерь крайне трудно определить в количественном, тем более в стоимостном выражении.

4. Функции предпринимательского риска.

Факторы возникновения риска имеют как отрицательные, так и положительные стороны. Например, добросовестная конкуренция предпринимателей выполняет положительную функцию в экономике, являясь двигателем прогресса, условием

существования цивилизованных предпринимателей. Недобросовестной конкуренции присуща негативная функция, поэтому во всех странах такая конкуренция законодательно запрещена. Хозяйствующим субъектам запрещается занимать доминирующее положение на рынке, устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены, организовывать недобросовестную рекламу.

Предпринимательскому риску свойственны следующие функции: аналитическая, регулятивная, защитная и инновационная.

Аналитическая функция риска связана с анализом всех факторов и условий осуществления успешной предпринимательской деятельности. Она выражается в форме выбора одной из альтернатив (положительной) разрешения рискованных ситуаций, возникающих в деятельности предпринимателей посредством применения экономико-математических расчетов предполагаемых последствий риска, использования теории вероятности и закона повторяемости экономических событий.

Регулятивная функция проявляется в воздействии на предпринимателей в процессе принятия ими решений на всех стадиях жизненного цикла фирмы, поэтому она связана с принятием таких решений, реализация которых поможет избежать (или уменьшить последствия) риска.

По гражданскому законодательству все последствия предпринимательского риска несет сам предприниматель, поэтому он объективно использует защитную функцию риска посредством разработки обоснованного бизнес-плана, заключения договоров с добросовестными хозяйствующими партнерами, выполнения в срок обязательства перед бюджетами всех уровней, чтобы избежать несостоятельности (банкротства).

Инновационная функция риска проявляется в том, что возможность возникновения риска и его отрицательных последствий становится условием поиска предпринимателем нетрадиционных решений стоящих перед ним проблем, способствует внедрению нововведений в производственный процесс, применению новых технологий, оборудования, сырья, материалов, с тем, чтобы с меньшими издержками произвести больше продукции (работ, услуг). Инновационная функция риска стимулирует предпринимателей для совершенствования управления и производства, планирования своей деятельности.

5. Классификация предпринимательских рисков.

В экономической литературе, посвященной проблемам предпринимательства, нет стройной системы классификации предпринимательских рисков. Существует множество подходов к классификации риска. Например, выделяют два вида риска:

риск, связанный с возможным техническим провалом производства, сюда же относится также опасность потери благ, порожденная стихийными бедствиями;

риск, сопряженный с отсутствием коммерческого успеха.

С риском предприниматель сталкивается на разных, этапах своей деятельности, и, естественно, причин возникновения конкретной рискованной ситуации может быть очень много. Обычно под причиной возникновения подразумевается какое-то условие, вызывающее неопределенность исхода ситуации. Для риска такими источниками являются: непосредственно хозяйственная деятельность, деятельность самого предпринимателя, недостаток информации о состоянии внешней среды, оказывающей влияние на результат предпринимательской деятельности.

Исходя из этого следует различать предпринимательские риски:

риск, связанный с хозяйственной деятельностью;

риск, связанный с личностью предпринимателя;

риск, связанный с недостатком информации о состоянии внешней среды.

Как уже было отмечено классификация риска – это его распределение по признакам на категории, виды, группы.

Классификация рисков по источникам (своему содержанию) выглядит следующим образом:

1) Производственный риск связан непосредственно с производством и реализацией произведенной продукции. В современных экономических условиях производственный риск велик, поэтому производственное предпринимательство является наиболее рисковым. В сфере производства существуют следующие риски:

- неисполнения хозяйственных договоров;
- изменения конъюнктуры рынка;
- усиления конкуренции;
- возникновения непредвиденных затрат;
- потери имущества предприятия.

2) Коммерческий риск возникает в процессе закупки и реализации товара. На коммерческую деятельность влияют следующие факторы; повышение цен при закупке товара и понижение цен при его реализации; повышение расходов по хранению и транспортировке товара; порча или потеря товара.

3) Финансовый риск связан с финансовым обеспечением предпринимательской деятельности. В большей степени он сопутствует финансовому предпринимательству и наступает при неплатежеспособности партнеров, падению или повышению курса валюты, обрушению рынка ценных бумаг (фондового рынка) и т.д.

4) Инвестиционный риск связан с обесцениванием инвестиционно-финансового портфеля, состоящего из собственных и приобретенных ценных бумаг.

5) Рыночный риск зависит от колебания национальных валют и банковских процентных ставок, инфляционных процессов.

6) Экологический риск связан с возможным загрязнением окружающей природной среды предпринимательскими организациями в процессе своей деятельности. Также они могут возникать в результате техногенных катастроф, аварий.

7) Информационный риск обусловлен, с одной стороны, качеством, т.е. достаточностью, достоверностью и своевременностью самой информации, а с другой – умением предпринимателя или сотрудников правильно оценить и использовать определенную информацию.

С точки зрения времени возникновения выделяются две группы рисков: постоянные и временные: постоянные риски – это те риски, вероятность возникновения которых существует в течении всего жизненного цикла предпринимательской организации, временные риски – связаны с определенными операциями, сделками, которые осуществляются предпринимательскими фирмами в течение ограниченного периода времени.

По возможности регулирования степени риска риски делятся на управляемые, неуправляемые и слабоуправляемые. Управляемые риски – это внутренние риски, так как источник их возникновения сама предпринимательская организация и соответственно она может ими управлять, Неуправляемые риски – это риски внешней среды, на которые оказывать влияние практически невозможно. Следует отметить, что крупные предпринимательские структуры, в отличие от небольших, фирмы могут влиять на отдельные факторы внешней предпринимательской среды посредством лоббирования (изменение законодательство) и такие риски относятся к слабоуправляемым.

6. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.

Любая предпринимательская деятельность подвержена влиянию различных внешних и внутренних факторов. В связи с этим по сфере действия риски бывают внутренние, внешние и смешанные.

Источником возникновения внутренних рисков является сама предпринимательская организация и они связаны с ошибками, допущенными при выборе

стратегии и тактики и принятие отдельных управленческих решений. Эти риски возникают в случае:

- неэффективного менеджмента;
- ошибочной маркетинговой политики;
- неправильной организации процессов производства и обращения;
- неэффективного использования, или нехватка финансовых средства;
- в результате внутрифирменных злоупотреблений.

Среди основных внутренних рисков можно отметить кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем и характером сотрудников предпринимательской фирмы.

Источником возникновения внешних рисков является внешняя предпринимательская среда. К внешним факторам относятся условия деятельности, которые предприниматель не может изменить, но при этом обязан их учитывать, так как они влияют на результаты его бизнеса. Таким образом, к внешним относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предпринимателя. Речь идет о непредвиденных изменениях законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность, неустойчивости политического режима в стране.

Необходимо отметить, что наличие предпринимательских рисков – это, по сути дела, обратная сторона свободы экономической, своеобразная плата за нее. Свободе одного предпринимателя сопутствует одновременно и свобода других предпринимателей, следовательно, по мере развития рыночных отношений в нашей стране будет усиливаться неопределенность и предпринимательский риск.

7. Управление экономическими рисками.

В современных условиях хозяйствования любая организация неизбежно сталкивается с различными ситуациями, незапланированными или непредвиденными событиями, на которые необходимо адекватно реагировать, чтобы не понести вызванные этими явлениями убытки или, наоборот, умело воспользоваться неожиданными преимуществами. Принимая какое-либо решение, предприниматель обычно осознает и пытается просчитать ту степень риска, которая возможно повлияет на исход принимаемого решения. Возрастает число и разнообразие факторов риска, ослабляющих условия стабильной работы фирмы, поэтому функция управления риском приобретает все большую роль и становится одним из важнейших условий обеспечения экономической безопасности организации.

Проблема управления предпринимательским риском уже не является частной, т.е. встающей перед руководством предпринимательской организации лишь время от времени при принятии отдельных управленческих решений. Оценка предпринимательского риска и разработка программ его снижения в наши дни — часть повседневной управленческой работы, одна из функций управления наряду с управлением качеством, финансами и т.д.

Управление экономическими рисками включает разработку и реализацию экономически обоснованных рекомендаций и мероприятий, направленных на уменьшение исходного уровня риска до приемлемого конечного уровня. Управление риском опирается на результаты оценки риска, технико-технологический и экономический анализ потенциала и среды функционирования фирмы, анализ действующей нормативной базы ведения бизнеса, на применение экономико-математических методов анализа и управления.

Управление риском позволяет предпринимательской организации:

- выявлять потенциально возможные ситуации, связанные с неблагоприятным развитием событий для нее, т.е. ситуации, связанные с риском, результатом которых может быть не достижение поставленных целей;

- получать количественные характеристики возможного ущерба, связанного с нежелательным развитием событий;

заблаговременно при подготовке решения планировать и при необходимости осуществлять меры по снижению риска до приемлемого уровня;

учитывать при принятии решений расходы, связанные с предварительной оценкой и управлением риском.

Управление рисками – это специфическая область менеджмента, требующая знаний в области теории фирмы, страхового дела, анализа хозяйственной деятельности и т.д. Управление риском можно определить как процесс подготовки и реализации мероприятий, целью которых является снижение опасности принятия ошибочного решения и уменьшение возможных негативных последствий нежелательного развития событий в ходе реализации принятых предпринимателем решений.

Пока риск не определен, невозможно предпринять какие-либо меры по его минимизации, поэтому первой стадией в управлении риском является идентификация вероятных рисков. Выявление рисков и факторов может осуществляться различными способами: от чисто интуитивных догадок до сложного вероятностного анализа моделей исследования операции.

Для того, чтобы разработать программу минимизации предпринимательских рисков, необходимо первоначально выявить потенциально возможные риски и оценить их уровень. Классифицировать риски, возникающие в процессе производственной деятельности, можно на основе различных признаков. Наибольшие затруднения, как правило, возникают при классификации именно внутренних предпринимательских рисков, так как внешние риски затрагивают почти все организации.

Значительное место в процессе управления предпринимательским риском занимают анализ и прогнозирование возможных потерь ресурсов при осуществлении предпринимательской деятельности. Имеется в виду не расход ресурсов, объективно обусловленный характером и масштабом предпринимательской деятельности, а случайные, не предвиденные, но потенциально возможные потери, возникающие вследствие отклонения реального хода предпринимательской деятельности от запланированного.

Оценивая риск, который в состоянии принять на себя предпринимательская организация, и разрабатывая методы минимизации риска, необходимо исходить, прежде всего, из профиля ее деятельности, наличия необходимых ресурсов для реализации программы финансирования возможных последствий риска, отношений с партнерами и потребителями, а также учитывать ее стратегию и основные цели.

Немаловажным этапом управления предпринимательским риском является мониторинг результатов внедрения стратегии управления рисками, что в условиях быстро меняющейся ситуации на рынке нередко играет решающую роль, помогая, если это необходимо, своевременно корректировать программу минимизации рисков и избежать возникновения в деятельности предпринимательской организации дополнительных рисков.

Контрольные вопросы для самоподготовки студентов:

1. Что понимается под предпринимательским риском?
2. Назовите элементы риска в рыночной экономике?
3. Какие причины возникновения рисков?
4. Охарактеризуйте виды потерь от предпринимательского риска.
5. Каким образом классифицируют предпринимательский риск?
6. Назовите виды рисков в зависимости от сферы деятельности фирмы.
7. Какие факторы влияют на уровень предпринимательского риска?
8. В чем сущность управления рисками?

Литература: [1 — С – 155-180; 2 — С – 127-131; 3 — С – 272-306; 4 — С – 367-383; 5 — С – 24-25; 7 — С – 96-104; 8 — С – 70-74; 9 — С – 35-36; 11 — С – 101-104].