

Предпринимательская деятельность



Кафедра «Экономика»

Учебно-методический комплекс дисциплины

Составитель

к.э.н. Омельченко Г.А.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Учебно-методические рекомендации для практических занятий	3
Введение	4
Заключение	32
Приложение № 1	33
Приложение №2	34
Курс Лекций.....	35
Тема 1. Развитие предпринимательской деятельности.....	36
Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.....	38
Тема 3. Понятие конъюнктуры предпринимательской деятельности.....	42
Тема 4. Понятия прибыльности и ответственности.....	48
Тема №5: Социально-экономическое регулирование предпринимательской деятельности.....	54
Тема 6. Виды ресурсов предпринимательской деятельности.....	59
Тема 7. Затраты и управление ими	66
Тема 9. Управление кадровыми ресурсами.....	72
Тема №8. Инвестиции и инновации в предпринимательстве.....	78
Рекомендации для организации самостоятельной работы по дисциплине	81
Указания о порядке выполнения контрольных работ	82
Итоговые вопросы по дисциплине.....	83
Вопросы по курсу «Основы предпринимательской деятельности».....	84
Контрольно-измерительные материалы по дисциплине	85
Тесты по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»	86
Список информационных ресурсов	96
Интернет ресурсы.....	97
Список использованной литературы.....	97

**Учебно-методические
рекомендации для практических
занятий**

Введение

После начала реформ в современной России мы уже начали привыкать к терминам: предприниматель, предпринимательская деятельность, синонимам слова «бизнес». Термин «бизнес» имеет английское происхождение и в языке оригинала символизирует дело, деятельность, занятие. В период господства директивной системы хозяйствования в России термин этот был не просто чуждым, буржуазным, а толковался как нечестная деятельность, основанная на обмане и присвоении чужого труда, носил бранный оттенок. Превратное представление о бизнесе существует и по сей день. В воображении противников рынка и коммерции существует некий образ спекулянта, который «купил-продал» и без труда приобрел кучу денег. В реальной же практике бизнесмену надо выбрать товар, определить, стоит ли его покупать, найти, где его купить, суметь приобрести годный товар по невысокой цене, обеспечить его сохранность, перевезти на место продажи, получить это место, потеснить на рынке конкурентов, привлечь покупателя и убедить его купить товар по цене продавца, уплатить налоги, произвести расчеты со всеми лицами, от которых зависит бизнесмен. Естественно, такая хлопотная и рисковая жизнь обычно вознаграждается высоким доходом.

Осуществляемые в Российской Федерации экономические реформы при всей их непоследовательности и противоречивости стали условием становления и развития предпринимательства, которому свойственны цивилизованные черты. Как показывает опыт развитых стран, малое и среднее предпринимательство играют весьма важную роль в экономике, их развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание дополнительных рабочих мест, т.е. эти виды предпринимательства решают многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы. Во всех экономически развитых странах государство оказывает большую поддержку предпринимательству. Дееспособное население все больше и больше начинает заниматься малым бизнесом.

Во всех экономиках переходного периода развитие сектора малого и среднего бизнеса сопряжено как с большими надеждами, так и с огромными трудностями. Невозможно представить себе подъем уровня жизни населения или достижение социальной стабильности без здорового роста в этом секторе.

Несмотря на важную роль предпринимательства как в теории, так и в практическом функционировании рыночных экономик, условиям, необходимым для его развития в переходных экономиках, уделялось сравнительно мало внимания.

Целью данной работы является рассмотрение сущности и мотивов предпринимательской деятельности. В работе приводится характеристика роли предпринимательства в экономике страны, и указаны причины, тормозящие его дальнейшее развитие. Также рассмотрены перспективы развития предпринимательства в современных условиях.

Структура работы – введение, 2 главы, заключение, приложения, литература.

Методологические вопросы исследования сферы предпринимательства.

1.1. Сущность, функции и признаки предпринимательства.

Предпринимательство - это активная деятельность людей с целью получить доход на вложенный труд и капитал. Предпринимательство - неотъемлемая часть хозяйственной деятельности руководителей и специалистов и условие эффективной деятельности производственных, коммерческих и финансовых организаций, важнейшая функция управления экономикой¹.

В Законе РФ «О предприятии и предпринимательской деятельности» отмечалось, что «предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли». Вероятно, справедливо, что этот закон не применяется по отношению к юридическим лицам, гражданам и их объединениям, занимающимся деятельностью, не преследующей цели получения прибыли. Статус предпринимателя приобретает посредством его регистрации. В Гражданском кодексе РФ предусматривается индивидуальная и коллективная предпринимательская деятельность с образованием и без образования юридического лица, которая осуществляется в рамках общих правил предпринимательства, регулирующих деятельность юридических и физических лиц.

Главное содержание предпринимательства в сфере производства заключается в нахождении и формировании спроса на продукты (товары и услуги) и удовлетворении его путем изготовления (создания) и продажи потребителю, с пользой для себя, этих продуктов. Безразлично, сам ли предприниматель организует производство этих товаров или выступает в качестве посредника между производителем и потребителем. Главное, что отличает предпринимательскую деятельность от деятельности других некоммерческих структур, - это прибыль, получаемая как разница между доходами и затратами предпринимателя. Предприниматель необязательно должен быть собственником предприятия, поэтому надо отличать доход предпринимателя от дохода собственника.

Дивиденд на акции, процент по депозитам, арендная плата за имущество (в том числе за землю) есть доход на собственность. Но этот доход образуется только потому, что его выплачивает предприниматель из своего дохода. Получив в свое распоряжение заимствованную собственность, предприниматель действует на рынке: организует выпуск новой продукции, налаживает эффективные коммерческие связи, пускает в оборот чужой капитал, извлекает из этого прибыль. Собственник на рынке - фигура пассивная; предприниматель же, наоборот, - активный агент рынка, который формирует и развивает производство, устанавливает рыночные связи.

Не каждый субъект рынка, в том числе бизнесмен, может быть назван в полной мере предпринимателем. Таковым нельзя, к примеру, считать не только рантье, отдающего капитал банку под проценты, но и владельца фирмы, которая из года в год производит один и тот же товар (предоставляет одни и те же услуги). Эти субъекты осуществляют не предпринимательские, а репродуктивные функции. Но в обыденной жизни часто называют предпринимателями всех, кто занят бизнесом. В строгом смысле слова предпринимателями являются только деловые люди, поведение которых на рынке отличается поисковым характером.

Поиск нового, организация работы персонала фирмы, направленная на выявление новых возможностей для хозяйственной активности, освоение новых рынков, переход к производству новых товаров и услуг - это и есть предпринимательская деятельность. Совершенно необязательно, чтобы предприниматель лично занимался всеми проблемами фирмы. Выполнение отдельных задач может быть делегировано другим лицам. Предприниматель должен быть источником и руководителем творческой активности и предприимчивости работников фирмы.

В повседневной жизни и хозяйственной практике большинство людей (а руководители непременно) в той или иной мере соприкасаются с практикой предпринимательства. Предпринимательство - это хозяйственная деятельность, отрицающая самоуспокоенность, застой, самодовольство, расточительство. Хозяйственник, не являющийся предпринимателем, - это плохой работник, поденщик, отбывающий на службе регламентированные часы. Предприниматель ищет и находит пути развития и повышения эффективности производства, улучшения качества работы, увеличения прибыльности предприятия независимо от того, является ли он его владельцем или наемным служащим. Предпринимательский риск в одинаковой степени присущ обоим типам предпринимателей: владелец рискует своим капиталом, наемный работник - карьерой и заработной платой. Уровень качества их работы определяется объемом полученного дохода на капитал и наращиванием дохода.

Безусловно, следует отличать предпринимательство от менеджмента, а предпринимателя от управляющего. *Предприниматель* самостоятельно действует на свой страх и риск и под свою ответственность (в том числе имущественную). Менеджером может быть наемный работник, организующий реализацию задач, поставленных предпринимателем. Он несет меньшую имущественную и моральную ответственность за свои действия, чем владелец предприятия - предприниматель. Конечно, в настоящее время, когда коммерческая деятельность получила широкое распространение, разделение на менеджмент и предпринимательство в значительной степени условно. Предприниматель не всегда является собственником капитала, но почти всегда он в той или иной степени менеджер.

Фирмы, стремящиеся к развитию, все чаще используют предпринимательский стиль управления, который принимает форму предпринимательского менеджмента. Фирмы, которые не уделяют должного внимания предпринимательству, теряют позиции на рынке из-за недостаточной гибкости управления и производства. Побеждает тот, кто быстро реагирует на запросы общества, расширяет участие на рынке за счет внедрения новых технологий и освоения производства пользующихся спросом товаров. В кругах современного не только мелкого, но и крупного бизнеса крепнет убеждение, что рассчитывать на успех можно только в том случае, если чувствовать себя предпринимателем. Среди наиболее важных целей предпринимателя производство товаров и услуг, наращивание дохода, обеспечение престижа, развитие бизнеса. Как показано на рис. 1.1, все эти цели взаимосвязаны.

Вместе с тем развитие предпринимательства в течение долгого времени неопровержимо доказывало, что извлечение дохода, с одной стороны, и обеспечение благополучия общества - с другой, мало совместимы. В истории достаточно примеров, подтверждающих это. Однако времена изменились, а вместе с ними изменилось и общество, которое в интересах самозащиты отторгает бизнес, не отвечающий его запросам и условиям современного производства.

Изменился и сам предприниматель: к таким исконным его чертам, как предприимчивость, склонность к риску, напористость, энергичность добавились новые черты - образование, интеллект, чувство социальной ответственности.

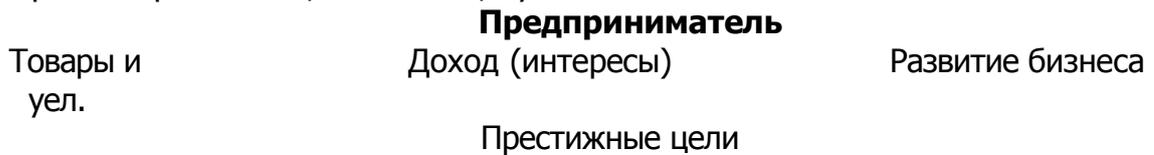


Рис. 1.1. Цели и средства предпринимательства¹

К началу нового тысячелетия коренным образом изменились потребительские запросы людей и возможности их удовлетворения. Изменился и рынок как поле деятельности предпринимателя. На рубеже XX-XXI столетий хозяйственная обстановка во всех странах характеризуется максимальной насыщенностью рынка, неустойчивостью структуры спроса, ужесточением конкуренции, необходимостью непрерывного обновления продукции. В этих условиях устойчивость положения предприятий одновременно зависит как от обоснованности технической и коммерческой политики, так и от обеспечения высокой рентабельности хозяйственной деятельности. Хозяйственная практика предприятия должна базироваться на таких требованиях, как поддержание низких цен на продукцию (благодаря минимизации затрат), обеспечение безукоризненного качества, соблюдение жестких сроков поставок готовой продукции, выпуск продукции малыми сериями, но в широком ассортименте, поддержание минимальных запасов, быстрая адаптация к новым технологиям и конструкторским идеям. Важнейшим требованием к планированию и управлению предприятием в таких условиях является максимальная гибкость. Этому требованию должны отвечать и технологический производственный аппарат предприятия, и вся система управления его производственно-хозяйственной деятельностью¹. Рассмотрим мотивацию хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики и главные факторы, необходимые для ее эффективного осуществления. В основу мотивации хозяйственной деятельности субъекта положен достаточно банальный тезис: может или нет этот субъект удовлетворить свои экономические интересы благодаря определенному виду хозяйственной деятельности, т.е. будет ли он иметь от этого определенную выгоду или нет? Если нет, то, очевидно, нет смысла и начинать. Разумеется, определенный хозяйствующий субъект может действовать, пренебрегая по каким-то причинам своими экономическими интересами. Тем не менее, это не может продолжаться долго, поскольку законы экономики заставят этого хозяйствующего субъекта или подчиниться этим законам, или прекратить свою деятельность. В крайнем случае, он может функционировать лишь благодаря поддержке извне: со стороны государства, благотворительных фондов, общественных организаций. Однако большинство предприятий так работать не может. Следовательно, деловая единица (предприятие) должна работать ради удовлетворения экономических интересов своих собственников и персонала.

Хозяйственная деятельность становится средством реализации экономических интересов хозяйствующих субъектов тогда, когда результаты деятельности конкретного производителя удовлетворяют общественные потребности, т.е. общество в процессе оценки результатов деятельности хозяйственных единиц признает их как общественно необходимые прежде всего в отношении затрат, которые имело предприятие.

Величина этих признанных обществом затрат должна быть такой, чтобы производитель мог воспроизвести себя как такового и сформировать фонд личного потребления.

Один из основоположников классической экономической теории А. Смит отмечал, что предприниматели, имея собственный интерес (а он состоит в личном обогащении), организуют свою хозяйственную деятельность в тех сферах, которые, по их мнению, дадут возможность получить высокий доход. Так они содействуют наиболее эффективному удовлетворению потребностей общества, ведь деятельность в тех сферах, которые приносят наиболее высокие доходы, получает благодаря механизму рыночного ценообразования высокую общественную оценку. Частный интерес становится средством реализации общественного интереса. "Преследуя только свои интересы он (предприниматель) часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно пытается сделать это". Этой "невидимой рукой", которая согласовывает частные и общественные интересы, является рынок.

Для того чтобы интересы реализовались в своей совокупности, необходимо, чтобы производственная деятельность давала производителю излишек дохода над его затратами, т.е. возможность обогащения. Наличие такого излишка означает, что вся продукция предприятия признается обществом необходимой по потребительской стоимости и стоимости, что создаются фонды для выплаты заработной платы персоналу, нормального воспроизводства средств производства и накопления, осуществляются определенные отчисления на удовлетворение общественных потребностей, полнее удовлетворяются личные потребности. Получение излишка над затратами является основным двигателем предпринимательства. Такой вывод вполне справедлив для большей части деловых единиц. Вместе с тем значение обогащения как мотива функционирования некоторых из них существенно отличается в зависимости от формы собственности, на которой основывается деятельность определенной хозяйственной единицы.

Для государственного предприятия обогащение не является главным стимулом хозяйственной деятельности. Чаще всего она подчиняется общественным потребностям: обеспечению социальной стабильности, оказанию помощи национальному предпринимательству, обеспечению определенного уровня занятости и т.п. Определенная часть небольших частных хозяйств, находящихся преимущественно в индивидуально-семейной форме собственности, имеют целью не обогащение, а обеспечение своего самовоспроизводства.

Так, по данным опроса собственников небольших компаний Великобритании лишь 8 процентов из них считают главным стимулом своей предпринимательской деятельности персональное обогащение, а 87 процентов - возможность ощущать себя независимыми и иметь удовлетворение от собственной работы.

Конкретная величина дохода от предпринимательской деятельности зависит от экономических, организационных и других факторов.

Присущие предпринимательству признаки и мотивы поведения предпринимателя позволяют ему выполнять три главные функции в рыночной экономике - ресурсную, организаторскую и творческую.

Ресурсная функция предпринимательства состоит в соединении ресурсов производства в единый процесс создания товаров и услуг. Предприниматели комбинируют ресурсами, благодаря чему обеспечивается эффективное развитие экономики. Ресурсная функция реализуется в паре с организаторской, поскольку

предприниматели сводят все ресурсы вместе в рамках определенных организаций, которые они создают. Под организациями в данном случае понимаются не только предприятия, но и организационные связи, существующие как внутри предприятий, так и между ними. Если ресурсная функция «запускает» процесс производства, то организаторская делает его упорядоченным. Вследствие этого предприниматели являются одновременно движущей силой рыночной экономики и организаторами порядка в ней.

Ресурсная и организаторская функции предпринимательства имеют творческую сторону. Дело в том, что соединение ресурсов и организация производства требуют непрерывного поиска новых возможностей, использования новых технологий и новых сфер вложения капитала, новых рынков сбыта товаров. Следовательно, предпринимательство выполняет еще и творческую функцию в рыночной экономике.

Обобщая портрет предпринимательства, следует сказать, что в нем взаимодействуют три активных начала экономики - движущая, организующая и обновляющая силы.

Существует мнение, что предпринимательство - удел лишь отдельных частных лиц, мелких фирм. Такой взгляд характерен для экономики прошлых времен. Простота основных потребительских изделий, несложная технология изготовления, относительно небольшие масштабы производства и потребления - вот та среда, в которой действовал предприниматель в прошлом, не подвергаясь особенному риску и имея небольшой капитал. На современной стадии развития экономики положение коренным образом изменилось. Появились новые формы собственности - общественная и государственная. За последнее время почти полностью видоизменились производство и быт людей, а потребность поиска все более эффективных сфер приложения труда и капитала осталась. Поэтому по-прежнему сохранилась надобность в предпринимательстве. Изменились лишь его формы, многократно увеличились масштабы, в основном в связи с развитием производительных сил. Не плуг и телега с конной тягой, к примеру, нужны современному крестьянину, а трактор и автомобиль с набором различных инструментов и приспособлений. Их производство и эксплуатационное обслуживание технологически весьма сложно и требует больших капиталовложений.

Все чаще новое доходное дело оказывается не по силам не только одному человеку, но даже крупному предприятию. Поэтому предпринимательство становится делом коллективным, часто государственным. Конечно, остается место и малому, в том числе индивидуальному, предпринимательству, но его деятельность ограничивается в основном коммерцией, сферой обслуживания и частично сельским хозяйством. Промышленность и финансы преимущественно становятся сферой деятельности крупного капитала, крупных предприятий с большим числом участников.

Современный бизнесмен, владеющий большим капиталом и заинтересованный в развитии крупных компаний, стремится придать зависимому от него менеджменту предпринимательские черты. Примерно ко второй половине XIX в. появилась необходимость проведения различий между предпринимателем и владельцем капитала - капиталистом. Новые методы корпоративного финансирования способствовали образованию предпринимательских союзов, в которых капиталисты не всегда выступают в роли предпринимателей, а предприниматели не всегда являются капиталистами. Конечно, различия между капиталистом и предпринимателем будут стираться, если капиталист придерживается предпринимательского стиля управления.

Старое понятие «предпринимательство» в последнее время получило, таким образом, новое содержание. В современном мире предприниматель - это человек, способный понять перспективу и потребности рынка и сочетать это понимание со знаниями в области управления производством и использованием производственных ресурсов в расчете на получение дохода.

1.2. Формы предпринимательства

Открыть свое дело предприниматель может в любой сфере экономики, приносящей доход. Наиболее привлекательными из них, с точки зрения предпринимателя, можно считать:

- производство;
- коммерцию;
- финансы;
- интеллектуальный комплекс.

В разное время и при различных обстоятельствах каждая из этих сфер деятельности может приносить различный доход, однако главной из них является производство. Именно в сфере производства создаются материальные блага, необходимые для жизнедеятельности человека. Наука, культура, коммерция, финансы существуют лишь потому, что люди, которые заняты этими видами деятельности, сыты, одеты, имеют товары для продажи и деньги для их покупки. Экономика, политика, обороноспособность и культура страны определяются тем количеством высококачественных продуктов, которое производится на душу населения. Поэтому сфере материального производства на протяжении всей истории в любой стране придавалось первостепенное значение.

Производство наиболее динамичная сфера деятельности, характеризующаяся непрерывными изменениями и усовершенствованиями. Поэтому спрос на предпринимательскую инициативу очень высок, как, впрочем, и риск. Развитие производства опирается на новейшие результаты научных и технических разработок, требующих вложения денег. Фактический эффект этих разработок может значительно отличаться от ожидаемого. Отсюда возникает риск, с которым почти всегда сопряжено предпринимательство.

К производственной сфере принято относить:

- промышленность;
- строительство;
- сельское хозяйство, рыбный промысел, лесное хозяйство;
- общественный и производственный транспорт;
- услуги производственного характера (например, ремонтные работы).

Марксистская экономическая наука к производству относит и коммерцию, включая торговлю и посреднические операции. В этом имеется определенная логика. Торговля - это передача товара от поставщика потребителю за деньги, в том числе и внутри самого производства. Если на комбинированном металлургическом предприятии в одном цехе из руды выплавляют чугуна, в другом - из чугуна получают сталь, а потом передают ее в прокатный цех, то все эти операции по передаче изделий из цеха в цех целиком относятся к сфере производства. Если же доменное, сталеплавильное и прокатное производства представляют собой самостоятельные специализированные предприятия, то передача продукции от одного производственного звена к другому в таком случае связана со сменой владельца, а потому относится к сфере коммерции. Вот почему марксисты считают, что

«торговый капитал - обособившаяся часть промышленного капитала»¹. Поэтому, по их мнению, торговлю можно отнести к продолжению сферы производства. С этими выводами вряд ли можно согласиться.

В той же мере, как и торговлю, к сфере производства в таком случае можно было бы отнести финансы, науку, образование, медицину и даже литературу и искусство. Но такое смешение понятий, с точки зрения хозяйственной практики, неверно. Тогда всякую деятельность человека следовало бы назвать производством. Однако к производственной сфере правильнее всего относить те отрасли, где создаются материально-вещественные блага. Капитал, вложенный предпринимателем в торговлю, финансы или сферу интеллектуального труда, приносит денежный доход в той же мере, как и вложенный в производство. Но полученный вне производства доход имеет ценность, когда в нем отражены реальные ценности, т.е. продукты производства, и на поступившие деньги можно в полной мере закупить реальные нужные предметы.

Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках определенной организационной формы предприятия. Выбор формы зависит частично от личных интересов и профессии предпринимателя, но в основном определяется объективными условиями:

- сферой деятельности;
- наличием денежных средств у предпринимателя;
- достоинством тех или иных форм предпринимательства;
- состоянием рынка.

Конкретная форма предпринимательства определяется главным образом наличием капитала у предпринимателей и состоянием рынка. Каждая из форм регулируется системой норм, устанавливаемых для предприятия, на основе которых регулируются внутрифирменные отношения между подразделениями и отношения этого предприятия с другими фирмами и государственными органами. Существуют следующие основные формы предпринимательства:

- индивидуальные;
- коллективные;
- корпоративные.

Указанные формы, в свою очередь, классифицируются на малые, средние и крупномасштабные, а также на индивидуальные и коллективные. Индивидуальные формы без образования юридического лица относятся к инициативному индивидуальному предпринимательству.

Капитал

индивидуального предпринимателя не выделяется из его личного имущества. Риск распространяется на все его состояние. В целом индивидуальное предпринимательство, занимая незначительное место в производственном секторе, имеет скорее социальное, чем экономическое значение. Оно базируется главным образом на ручном труде и универсальных малопродуктивных средствах производства и в недостаточной мере использует достижения научно-технического прогресса.

В конце XXв. коллективные формы предпринимательства заняли доминирующее положение - как в малом, так и в крупномасштабном бизнесе. Несмотря на международные различия государственного законодательства, мировая практика свидетельствует о наличии следующих устоявшихся коллективных форм деловой активности:

- хозяйственные товарищества;

- хозяйственные общества;
- акционерные общества;
- ассоциации, союзы, кооперативы.

Юридическое название указанных форм коллективного предпринимательства в отдельных странах может различаться и со временем меняться, но их организационные формы и экономическое содержание в основном сохраняются, совершенствуются и остаются почти неизменными на протяжении десятилетий.

Тенденция к коллективизму, образованию различных форм совместного предпринимательства особенно наглядно проявилась в конце XXв. в России и других республиках бывшего СССР. Исследования показали, что в условиях рыночных отношений, работая обособленно, большинство начинающих бизнесменов проявляют дилетантизм. В результате этого из 100 начинающих бизнесменов только 2-4 каким-то образом сохраняют свои деньги и получают доходы¹. При образовании коллектива вероятность потерь во много раз снижается: расширяется общий кругозор предпринимателей, концентрируются ресурсы, за счет этого повышается вероятность получения дохода, необходимого для продолжения дела.

Предпринимательство, как правило, ориентируется на новые формы и методы работы, что позволяет предпринимателям занять более прочные позиции в производстве и на рынке товаров и добиваться желаемых результатов. Однако новые нетрадиционные подходы при всей их привлекательности не исключают неопределенности и риска. Помимо того, сама разработка новой идеи, как правило, требует больших расходов.¹

В литературе чисто приводится следующий пример предпринимательского нововведения. Основатели американской компании «Эппл компьютер» в своем гараже изготовили первый персональный компьютер, растиражированный впоследствии во всем мире в сотнях миллионов экземпляров и принесший предпринимателям миллиардные доходы. Но при этом как бы мимоходом упоминается, что эти предприниматели использовали идеи, знания и опыт, полученные ими в годы предыдущей работы в НАСА - огромной, связанной с исследованием космоса научно-технической корпорации США - и фирме «Хьюлетт-Паккард». Интеллектуальная и материальная база, па основе которой возникла и распространилась система, построенная па использовании персональных компьютеров, была подготовлена крупным капиталом.

Изменение форм предпринимательства в сторону увеличения его масштабов, развития коллективизма - это объективное требование современной экономики. Индивидуальные и малые фирмы, превосходя крупные коллективные по своему разнообразию, мобильности и количеству, уступают им по уровню технологии и масштабу производства. Однако, заполняя вакуум между громоздкими гигантами, они цементируют экономику, используют пустующие рыночные ниши и, кроме того, стимулируют деятельность партнеров-гигантов. Установлено, что работники мелких хозяйств проводят за работой больше времени, чем наемные работники крупных фирм. Например, в США фермеры обычно работают в своем хозяйстве 55-65 часов в неделю, а наемные сельскохозяйственные рабочие - 45 часов.

Индивидуальные, семейные и мелкие предпринимательские группы организуются по форме малых предприятий, поскольку для этого не требуется крупного первоначального капитала. Наряду с этим у малого бизнеса появляются некоторые реальные шансы конкурировать с крупными фирмами. Отмечаются

следующие преимущества малого предпринимательства:

- большая адаптивность, гибкость и оперативность реагирования на спрос рынка;
- мобильность при выполнении работ, связанных с внедрением отдельных образцов новой техники, изобретений;
 - более экономичное использование ресурсов, в том числе вторичных;
- снижение косвенных расходов, связанных с содержанием управленческих непроизводительных структур;
 - повышенная скорость оборота капитала.

Эти преимущества позволяют малому бизнесу успешно решать ряд производственно-хозяйственных задач:

- ускорять заполнение товарного рынка требующимися потребителям изделиями;
 - ускорять внедрение несложных научно-технических достижений;
- полнее удовлетворять потребности экономики страны и населения в промышленных, строительных и прочих услугах, расширять номенклатуру и качество услуг;
 - налаживать выпуск продукции малыми сериями.

Как показывает опыт, малый бизнес позволяет создать условия для повышения заинтересованности каждого работника в конечных результатах труда.

В последние десятилетия в промышленности индустриально развитых стран проявилась тенденция к оптимизации размеров предприятий, сосредоточенных на одной территориальной площадке. В связи с падением серийности производства и разбуханием номенклатуры производимых изделий меняется роль и место предпринимательства. Развитие новых несложных производств, второстепенные производственные операции, разного рода обслуживание постепенно передаются крупными корпорациями специализированным мелким и средним фирмам, которые благодаря узкой специализации добиваются значительных успехов в своей деятельности. Сложился своеобразный симбиоз монополий, мелких и средних фирм в обеспечении меняющихся потребностей рынка. Подобное разделение труда позволило повысить общую рентабельность производства как монополий, так и малого бизнеса. В Японии до 70% суммарного объема производства товаров и услуг малого бизнеса приходится на кооперационные связи с монополиями, в США - 30-40%. Кооперирование малого бизнеса с крупным, с одной стороны, создает для первого устойчивый рынок сбыта, охраняет от неожиданной конкуренции, позволяет специализировать деятельность внутри фирмы. С другой стороны, малые предприятия оказываются в зависимости от крупного бизнеса. Они подчинены работодателю - крупной фирме, которая диктует, что конкретно изготавливать, в каком количестве, в какие дни и часы поставлять продукцию, по какой цене.

В России малое частное предпринимательство в производственной сфере начало развиваться лишь в конце XXв., однако уже приобретен и позитивный и негативный опыт. Трудности, с которыми в первую очередь столкнулось малое предпринимательство, это недостаточная поддержка со стороны государственных органов, беззащитность перед произволом чиновников различного ранга и прямым рэкетом. Серьезной помехой оказалось отсутствие достоверной и полной информации о положении на рынках сбыта продукции и материально-технического обеспечения производства. Осложняют работу недисциплинированность поставщиков и потребителей, вопросы взаимных расчетов, сложности правового обеспечения, высокая стоимость оборудования и

относительно небольшие суммы финансовых ресурсов, которыми располагает предприятие, дороговизна получения кредита. Особенно тяжелое положение сложилось с поставками сырья, материалов и других производственных ресурсов, поскольку мелкие партии, которые требуются для небольших объемов производства, не представляют интереса для поставщиков. Естественно, что все эти трудности препятствуют эффективной деятельности малых предприятий. Такие трудности развития малого бизнеса отмечаются и в других странах.

В послевоенной Японии, где разрушенная экономика начала возрождаться путем образования миллионов мелких и мельчайших фирм, успешно работающие отдельные предприниматели объединялись и вскоре становились совладельцами крупного капитала, вкладывая свой доход в акции фирмы-патрона.

В 1950г. 70% всего количества выпущенных в Японии акций принадлежало физическим (т.е. частным) лицам. Однако процесс концентрации производства и капитала привел к тому, что уже в 1999г. частные лица владели всего 30% акций в экономике страны. По отношению к чистой прибыли корпораций доля дивидендов по акциям снизилась и составляла 10%, а по отношению к национальному доходу - 2,6%.

Большая часть акций японских предприятий перешла, таким образом, в руки юридических лиц (фирм). Считается, что «снижение удельного веса акционеров - физических лиц и высокая концентрация акций в руках юридических лиц представляет собой интернациональное явление, и нет никаких признаков того, что эта тенденция будет ослабевать»³. Следовательно, можно считать, что эпоха расцвета крохотного индивидуально-частного бизнеса заканчивается.

Очевидно, что в дальнейшем он сможет существовать в основном как вспомогательное производственное предпринимательство. Это подтверждает и российский опыт.

Основной правительственный замысел развития индивидуального и малого предпринимательства в России в конце 1980 - начале 1990-х годов связывался главным образом с производственной сферой экономики, возможностью увеличения товарной массы на потребительском рынке, появлением массовых конкурентов, противостоящих крупным производителям продукции. Для этого законодательно создавались некоторые экономические условия для развития малых предприятий. Предполагалось выдавать им льготные кредиты, снижались налоги. Спустя несколько лет стало ясно, что надежды, возлагавшиеся на малый бизнес, не оправдались. Из 624 тыс. зарегистрированных в середине малых предприятий в сфере производства удержались очень немногие. Их доля в промышленном производстве и строительстве составила менее 1%, а в основном они сосредоточились в сфере торговли и посредничества. Во всех секторах экономики России действовало около 860 тыс. фирм малого и среднего бизнеса. Для сравнения, примерно столько же малых фирм насчитывается в Венгрии.

Неразвитость малого производственного предпринимательства отражает недостатки в структуре российской экономики. Насыщение рынка товарами мелких партий, развитие сферы производственно-технического и бытового обслуживания вблизи жилых массивов и дорожных магистралей - это одна из сфер деятельности малого предпринимательства.

Развитие малых городов, поселков, сел немыслимо без участия малых производственных предприятий. Их создание снижает социальную напряженность, возникающую в результате роста безработицы, обусловленной научно-техническим

прогрессом. Малые фирмы и создаваемые на их основе различные художественные и кустарные промыслы способствуют укреплению экономики небольших поселений, сглаживают различия между центром и провинцией, выравнивают интеллектуальный уровень и образ жизни населения. Чрезмерная концентрация производства в Советском Союзе (как и в ряде других стран) стала одной из главных причин упадка малых городов, разорения и полного исчезновения десятков тысяч сел и деревень, переселения десятков миллионов людей в крупные города, где создалась неразрешимая хроническая проблема жилья, бытового и культурно-массового обслуживания, транспорта, экологии, преступности.

Перед малым предпринимательством реально может ставиться задача не завоевания рынков путем вытеснения монополий, а заполнения свободной нити, образующейся в промежутках между товарной массой, поставляемой на рынок предприятиями-гигантами, в том числе и в небольших поселениях. Вследствие того, что потребителей конкретных товаров на современных рынках, как правило, в сотни и тысячи раз больше, чем крупных поставщиков, последние не могут в полной мере удовлетворить индивидуальные запросы каждого потребителя. Крупные поставщики ориентируются в основном на усредненные стандарты и потребности, из которых выпадает значительная часть неудовлетворенного или не полностью удовлетворенного розничного спроса. Это и есть ниша для малого предпринимательства. Есть примеры, когда, заполняя пустующие рыночные ниши, малые предприятия открывают колоссальный рынок сбыта и постепенно сами становятся гигантами производства.

Безусловно, без централизованной государственной поддержки примеры удачного выбора ниши предпринимательской деятельности скорее могут быть исключением из правила. Большинству мелких фирм не удастся долгое время удерживаться на рынках, лишь некоторым из них случается выйти в разряд крупных. Часто они или сливаются в более крупные предприятия на основе долевого (акционерного) участия, или поглощаются крупным капиталом, или разоряются. Эти процессы характерны не только для России, но и для ФРГ, США, Великобритании и других стран.

Крупные фирмы имеют больше оснований рассчитывать на предпринимательский успех, поскольку по сравнению с мелкими они имеют ряд преимуществ. Прежде всего, они могут использовать новейшую дорогостоящую высокопроизводительную технику и за счет этого снижать себестоимость продукции, повышать ее качество. Они в состоянии проводить широкомасштабные маркетинговые исследования и обеспечить доходчивую рекламу своей продукции, на что порой требуются огромные затраты. В связи с этим у крупных объединений больше возможностей завоевать и удерживать рынок сбыта и получать высокие доходы. Новая дорогостоящая техника, как правило, недоступна для малых фирм из-за их низкой рентабельности, обусловленной небольшим объемом производства, наращивать который они не в силах. Помимо того, крупные предприятия (фирмы), проводя маркетинговые исследования, уменьшают свои потери от рискованных мероприятий. Внутренняя специализация и кооперирование позволяют этим предприятиям повышать общий уровень квалификации персонала, увеличивать загрузку оборудования, снижать удельные потери на складских и транспортных операциях, рекламе и т.д.

Крупномасштабное предпринимательство выступает в различных формах. Это не обязательно строительство огромного завода с концентрацией всего производства на одной территории. Часто это десятки, сотни и более средних и мелких предприятий, разбросанных на большом расстоянии друг от друга, но имеющих общее управление,

единое техническое и финансовое обслуживание. Примером может служить "транснациональная компания «Макдоналдс». 23 тыс. ресторанов и кафе этой фирмы расположены в 111 странах мира¹. Тысячи отдельных кафе и ресторанов фирмы «Макдоналдс» - это, по сути, ее внутренние структурные подразделения. Они размещены вдали друг от друга, имеют технологическую независимость, обладают повышенными экономическими и юридическими правами (по сравнению, допустим, с правами цеха или отдела) с целью упрощения управления ими из центра. Территориальное дробление компании - метод доведения продукции фирмы «Макдоналдс» до широкого потребителя.

По данным статистики, 500 крупнейших корпораций в США и такое же их количество в Западной Европе сосредоточивают в своих руках примерно 1/4 национального капитала и около 25% занятого населения этих регионов². Вследствие происшедших перемен предпринимательство на современном этапе стало составной частью деятельности руководителей и специалистов крупных фирм, банков, холдингов. Здесь предпринимательство поставлено на научную основу, развернута широкомасштабная работа в этом направлении. Концентрация финансовых и людских ресурсов в предельно небольшом числе корпораций позволяет последним осуществлять внутрифирменный перелив капитала из одной отрасли в другую. Диверсификация производства наряду с теми преимуществами, которые крупные фирмы имеют за счет концентрации ресурсов, дает им возможность «держаться на плаву» даже в самые неблагоприятные для экономики периоды. При снижении спроса на одни виды продукции, которые производит суперкорпорация, она повышает выпуск продукции, спрос на которую удерживается. Диверсификация наряду с научно-техническим прогрессом оказалась главным направлением предпринимательства современного крупного капитала.

На крупных предприятиях России диверсификация производства развивалась на иной основе, чем в странах Запада. Из-за постоянных крупных сбоев в материально-техническом обеспечении российские предприятия в прошлом диверсифицировали деятельность главным образом с целью самообеспечения, превращаясь в громоздкие, чуть ли не натуральные хозяйства. Такие объединения, как Уралмаш, ЗИЛ, ВАЗ, ММ К и др. в свое время были загружены производством различных мелкосерийных изделий, не свойственных их профилю. Некоторые изделия изготовлялись всего по 1-5 штук в год, что снижало эффективность производства. Однако, производя расширенную номенклатуру изделий, крупные предприятия оказывались в лучшем положении, чем если бы они простаивали из-за недопоставки необходимых компонентов производства.

1. 3. Перспективы развития предпринимательства в РФ.

Доминирование в экономической политике интересов олигархий и монополий, опирающееся на сырьевой потенциал, носит сугубо конъюнктурный характер и не отвечает стратегическим целям развития страны. Закономерность такова: чем больше эффективно работающих конкурентоспособных малых и средних предприятий в промышленности, строительстве и инновационной сфере, тем больше вклад этого сектора в ВВП и выше темпы экономического роста. Следовательно, философия, объединяющая интересы крупного, среднего и малого бизнеса, должна быть предельно простой: укрепление экономического и инновационного потенциала государства начинается с местных, локальных

рынков, способствующих росту благосостояния населения и авторитета страны в мире.

Об этом свидетельствует, например, динамичное развитие экономики Финляндии, которое позволило ей достойно встретить вызовы XXI в. Она опиралась на эффективное взаимодействие крупного, среднего и малого бизнеса. Для этих целей была создана гибкая система государственно-общественной и частной поддержки малых и средних предприятий. Финансовые механизмы этой поддержки: кредитные гарантии, микрокредитование, венчурное финансирование, разработанные и реализуемые такой государственной структурой, как "Финвера", являются примером пионерных решений. Не случайно на Международной конференции по проблемам доступа малого бизнеса к ресурсам организованной Торгово-промышленной палатой РФ, МАП России, Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства и другими организациями, обобщение опыта "Финверы" по кредитным гарантиям и распределению рисков было отмечено в качестве важного направления развития малого и среднего бизнеса.

По данным Минэкономразвития РФ, количество малых предприятий в России сократилось до 840 тыс., ранее их насчитывалось 890 тыс. Общая численность постоянных работников малых предприятий достигла 7 млн. 621 тыс. человек, что превышает численность занятых на МП на 1 января 2002 г. на 78 тыс. человек, или на 1,1%. В целом за последние пять лет темпы прироста количества малых предприятий в основных отраслях экономики практически не изменились. В структуре малого предпринимательства преобладают предприятия торговли, общественного питания, по ремонту и услугам. В течение пяти-шести лет отраслевая структура малых предприятий остается без существенных изменений.

В известных документах ООН отмечается, что для борьбы с бедностью большое значение имеет целевая финансовая помощь, направляемая в том числе и на развитие малого предпринимательства. Эта помощь должна идти на создание социальной и производственной инфраструктуры, поддержку индивидуального и семейного предпринимательства, малых и средних предприятий. Именно малый бизнес способен дать людям работу, вывести их из нищеты, постепенно создавая условия для самодостаточного существования. Решение этих задач исключительно актуально для многих отсталых российских регионов. В развитии бизнеса большую роль играет конкуренция. От конкурентоспособности того или иного предприятия зависят не только его выживание, но и устойчивость роста, повышение темпов развития и др. Поэтому конкурентоспособности придается огромное значение.

Так, в докладах Всемирного экономического форума «The Global Competitiveness Report» выделяют восемь основных агрегированных факторов конкурентоспособности: открытость и прозрачность экономики; политику и роль государства; развитость финансовой системы; эффективность производственной и социальной инфраструктуры; степень инновационности технологического развития; уровень менеджмента; уровень квалификации и производительности труда; развитость судебной системы и других правовых институтов, определяющих характер политики государства (либеральной или с государственным регулированием), глубину институциональных преобразований (в странах с переходной экономикой). Думается, эти показатели следует дополнить еще двумя группами факторов, оцениваемых в основном экспертно: показателями, во-первых, уровня развития малого бизнеса, включая "насыщенность" экономики малыми предприятиями, в том числе

инновационными, степени поддержки МП и, во-вторых, антикоррупционности, уменьшения административных барьеров.

Развитие малого предпринимательства в значительной мере будет зависеть от масштабов его финансовой поддержки со стороны государства. Рост числа новых малых предприятий (по 100-150 тыс. в год), увеличение объемов выпуска продукции, продаж и оказания услуг действующими малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями без образования юридического лица (4,5-5 млн.) зависят от нескольких условий.

Первое условие связано с формированием благоприятного предпринимательского климата. Для этого необходима реализация в регионах и муниципалитетах принятых Государственной думой законов о де бюрократизации. Следует существенно упростить регистрацию предприятий, сократить число контролирующих органов и проверок, значительно уменьшить количество лицензируемых видов деятельности. Это может резко ослабить коррупционный "пресс", снизить потери средств предпринимателей, вынужденных создавать 20-30-процентные "резервы" от объема продукции и доходов для "отступных". В результате у субъектов малого предпринимательства появятся дополнительные финансовые и материальные ресурсы, выведенные из "тени". Величина вклада в ВВП большей части малых предприятий должна возрасти, по экспертным оценкам, на 3-5%, их объем инвестиций в основные фонды - примерно на 8-10%, улучшится положение с оборотными средствами и т.д.

Второе условие - необходимость скорейшего и резкого уменьшения налоговой нагрузки, прежде всего для начинающих предпринимателей. В этих целях, на наш взгляд, надо применять кардинальные меры - вплоть до введения налоговых каникул на первые два (адаптационных) года работы для новых производственно-инновационных, строительных, "офицерских", "инвалидных" малых предприятий, а также для социального малого предпринимательства ж медицинских центров, учебных заведений, библиотек и т.п. Это вовсе не отрицает необходимости внесения изменений в Налоговый кодекс (часть II). Предлагалось ввести два специальных режима для малого предпринимательства упрощенную систему налогообложения для промышленных, строительных и инновационных субъектов малого предпринимательства и единый налог на вмененный доход для розничной торговли, общественного питания, автозаправок, предприятий сферы услуг (прачечных, химчисток, ателье и т.п.).

Компромиссное решение правительства РФ и Государственной думы не является радикальным, но его можно признать вполне приемлемым. Правительство поддержало введение для малых предприятий с годовым оборотом до 15 млн. руб. и численностью персонала до 100 человек ставки налога в размере 6% от выручки или 15% с чистой прибыли. В Госдуме пришли к выводу поднять планку оборота до 30 млн. руб., а ограничение по численности персонала установить на уровне 100 человек независимо от видов бизнеса. Ставка же налога с оборота должна составлять не более 6%.

Предлагаются и другие меры по упрощению системы налогообложения для малых предприятий: отменить требование обосновывать необходимые расходы, поскольку для этого надо содержать немалый штат бухгалтеров. Весьма важно, если малым предприятиям будет предоставлена возможность включать единый социальный налог (ЕСН) и платежи в Пенсионный фонд в сумму уплачиваемого ими единого налога с оборота или прибыли. Кроме того, налоги с малого бизнеса должны полностью поступать в региональные и местные бюджеты, тем самым регионы будут

заинтересованы в сборе таких платежей и, следовательно, в развитии малого бизнеса.

Предельные ставки налогов на малые предприятия должны быть зафиксированы на федеральном уровне. В этом случае малый бизнес будет защищен от излишнего давления в регионах. Налоги на малый бизнес наряду с налогом на имущество и подоходным налогом должны стать основным источником доходов субъектов РФ. Правительство же получит соответствующий рычаг для ускорения экономического роста, одним из тормозов которого стала максимальная ставка ЕСН, составляющая 35,6%.

Третье условие - необходимость концентрации финансовых средств, поступающих на поддержку малых предприятий из федерального и региональных бюджетов, средств Федерального фонда поддержки малого предпринимательства и внебюджетных источников в рамках Федеральной программы на таких приоритетных направлениях, как:

- создание системы гарантий (поручительств), что позволит коммерческим банкам активнее включаться в процесс кредитования начинающих и закрепившихся предпринимателей;

- увеличение объемов микрофинансирования и микрокредитования, что в 2-3 раза расширит сферу целевой финансовой поддержки начинающих предпринимателей;

- эффективное использование возможностей финансового лизинга и франчайзинга как гибких финансовых технологий и одновременно конструктивных способов ведения предпринимательской деятельности, сочетающих интересы крупного и малого бизнеса;

- создание современных элементов инфраструктуры - бизнес-инкубаторов, научных и инновационных парков ("долины", анклавы в российских наукоградах - Арзамасе, Обнинске, Дубне, Пущине и т.д.).

Четвертое условие - налаживание межведомственной координации и установление контроля в сфере малого предпринимательства на федеральном уровне за реализацией решений президента РФ.

На упомянутой выше международной конференции, прошедшей под девизом "обеспечить малому предпринимательству доступ к ресурсам", был выдвинут ряд предложений по коренному улучшению межведомственной координации. Предполагается в том числе и создание нового органа исполнительной власти - министерства по поддержке и развитию малого предпринимательства. На наш взгляд, реализация этого предложения в полной мере не решит проблему межведомственной координации и контроля. Определяющее положение таких ведомств, как Минфин РФ, Минэкономразвития РФ и Минтрудсоцзащиты РФ, сделает новый "старый" орган недееспособным. Его главная роль будет сведена к обычной бюрократической бумажной работе, подготовке программ, проектов законов и других документов, но не к принятию решения. Высказывалось и другое предложение. Функции межведомственной координации и контроля за решениями в части развития и государственной поддержки малого предпринимательства целесообразно возложить на заместителя председателя правительства РФ А. Кудрина. В сферу его дополнительных функциональных обязанностей тогда будет включена координация деятельности Минфина РФ, Минэкономразвития РФ, Минтрудсоцзащиты РФ, МАП РФ, МЧС РФ, Минпромнауки РФ, Минобразования РФ.

Принципиально важно разделить ответственность между государственными органами исполнительной и законодательной власти, с одной стороны,

отвечающими за формирование и проведение государственной политики по поддержке и развитию малого предпринимательства, создание благоприятных условий для его развития, с другой - отвечающими за меры по реализации федеральных программ государственной поддержки малого предпринимательства и по упрощению доступа малых предприятий к финансовым ресурсам. Это направление может обеспечить государственная корпорация, создаваемая путем преобразования ФФПМП как действенного инструмента межведомственной координации под прямым контролем Минфина РФ. Соответствующие решения целесообразно инициировать указом президента России и постановлением правительства РФ.

Пятое условие - активизация потребительского спроса и постепенное преодоление доминирующего (из-за бедности 30-40% населения) консервативного типа потребительского поведения. На наш взгляд, это условие имеет особое значение. Низкий уровень спроса не способствует обновлению ассортимента товаров и услуг, освоению новых технологий в производстве и торговле. Торговля и сфера услуг медленно увеличивают объемы заказов оптовикам и отечественным производителям. Последние нередко сужают ассортимент многих продуктов питания (молочных, мясных, кондитерских и т.п.), крайне вяло наращивают выпуск новой продукции. Это приводит к тому, что они практически не имеют средств для инвестирования, расширения мощностей и освоения новых технологий. Для оценки возможностей повышения темпов развития малого предпринимательства и влияния этого процесса на экономическую динамику в субъектах Российской Федерации рядом экономистов, например, В. Тихомировым, И. Тихомировой, А. Духон, предложено использовать региональные рейтинги инвестиционной и предпринимательской активности¹. Для этого предусматриваются показатели, сочетающие *основные экономические* факторы (объем валового регионального продукта, объем произведенной малыми предприятиями продукции, число малых предприятий, величина инвестиций в основные фонды малых предприятий), *социальные* (среднедушевой доход, число безработных в регионе), *демографические* (плотность населения в регионе), *институциональные* (степень развития инфраструктуры и институтов рыночной экономики)

Для регионов, в которых преобладают отрасли пищевой и легкой промышленности, необходимо разработать специальные программы поддержки. МП с мерами защиты потребительского рынка от низкокачественной и фальсифицированной продукции, которая и ныне поступает из Турции, Китая и ряда других стран, а также ввести заслоны против ее нелегального, контрабандного ввоза. Нехватка инвестиций в перерабатывающий сектор остается одной из острых проблем малого предпринимательства. Обновление производственных фондов и внедрение новых технологий в мясоперерабатывающей, обувной, швейной, трикотажной отраслях требуют многомиллиардных вложений - от 30 млрд. до 50 млрд. руб. Львиная доля всех инвестиций приходится на добывающие, экспортоориентированные отрасли. В итоге большинство отечественных малых и средних производителей товаров и услуг просто не в состоянии конкурировать с западными предприятиями (и это при невысоком уровне потребительского спроса). Импорт продукции указанных отраслей в последние годы продолжает расти.

Для стабильной работы малых и средних предприятий в условиях глобализации с учетом международного опыта целесообразно, чтобы Минэкономразвития РФ, МАП РФ, ФФГТМП и др. совместно с Торгово-промышленной

палатой РФ, Российским агентством малых и средних предприятий обеспечили условия для создания оперативно действующей справочно-информационной системы о положении дел в России и в других странах СНГ. Это возможно сделать на базе действующих информационных систем типа СИОРА. Малые предприятия сталкиваются с большими трудностями при осуществлении инвестиционного проектирования и проведении оценок инвестиционных рисков. Для этого они должны знать конъюнктуру рынков, ожидаемый уровень инфляции, степень конкуренции, свободные рыночные нити и т.п. Улавливать же "сигналы мирового рынка" рядовому российскому бизнесмену еще долго будет не под силу, тем более в условиях глобализации и подготовки вступления России в ВТО. Необходимо с целью защиты отраслей пищевой и легкой промышленности выстроить надежную систему правового и информационного обеспечения (включая каталогизацию, стандартизацию, экологический мониторинг и др.). Эта система может быть построена на принципах открытости и совместимости с другими государственными системами, которые станут частью федеральной целевой программы "Электронная Россия".

Наша страна не может развиваться по закрытой схеме отдельно от остального мира. Игнорировать процесс глобализации просто невозможно. Поэтому необходимо уже сейчас приступить к разработке стратегии развития страны с учетом включения в этот процесс, чтобы иметь возможность через ВТО влиять на правила игры, например, во всемирной торговле. Правила игры на мировом рынке пока вырабатываются без участия России. Вступление в ВТО - это переход российской экономики к новому статусу, который даст ей дополнительные инструменты для защиты своих интересов. Российские малые и средние предприятия должны иметь адаптационный период в 5-7 лет для подготовки к жесткой конкуренции при выходе на открытый рынок.

2. Малое предпринимательство - важное звено рыночной экономики и предпринимательства.

2.1. Малое предприятие в Ростовской области: тенденции и особенности.

Предпринимательство в масштабе малого предприятия обладает рядом качественных особенностей. В первую очередь, стоит отметить единство права собственности и непосредственного управления предприятием. Вторая характеристика - так называемая обзримость предприятия: ограниченность его масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между хозяином и работником, что позволяет добиваться действенной мотивации работы персонала и более высокой степени его удовлетворенности трудом. Третья - относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта, не позволяющие фирме оказывать сколько-нибудь серьезного влияния на цены и общий отраслевой объем реализуемого товара. Четвертая - персонифицированный характер отношений между предпринимателем (менеджером) и клиентами, поскольку малое предприятие в принципе рассчитано на обслуживание сравнительно узкого круга потребителей. Пятая определенность - ключевая роль руководителя в жизни предприятия: он полностью ответственен за результаты хозяйствования не только из-за имущественного риска, но и вследствие своей непосредственной включенности в производственный процесс и во все связанное с его организацией. Шестая специфическая черта - семейное ведение дела: оно наследуется родственниками хозяина, чем диктуется прямая вовлеченность последних во всю деятельность предприятия. Седьмая особенность, наконец, связана с характером финансирования.

Если «гиганты» черпают необходимые ресурсы через фондовые биржи, то малое предприятие полагается на небольшие кредиты банков, собственные средства и «неформальный» рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т.п.).

При анализе состава компонентов малого предприятия можно выделить: материально-технические ресурсы (здания, земля, оборудование, сырье); денежные средства; элементы «идеального порядка» (интеллектуальная собственность, цели, концепции, знания, различная информация); экономические, социальные, организационные, технические, правовые и прочие процессы (отношения); различные социальные типы и группы людей (собственники-предприниматели и наемные рабочие; руководители, специалисты и т.д.). Для определения субъектов малого предпринимательства используются количественные характеристики компонентов. В мировой практике существуют различные подходы как по набору (численность занятых, объем годового оборота, размер уставного капитала, участие в капитале предприятия иных фирм и организаций и т.д.), так и по величине соответствующих показателей. В нашей стране, согласно Федеральному закону «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации, под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25% и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней: в промышленности, строительстве и транспорте - 100 человек, в оптовой торговле - 50, в розничной торговле и бытовом обслуживании - 30, в остальных отраслях при осуществлении других видов деятельности - 50 человек.

Структура малого предприятия может трактоваться как совокупность неких функциональных областей, каждая из которых характеризуется особым объектом (объектами) деятельности, технологией, отношениями и т.д. Эти области логично подразделять на четыре группы.

Первая представлена стадиями процесса производства: снабжение, собственно производство, сбыт. Вторая включает в себя фазы управленческого цикла: планирование, оперативное управление (организация, координация, мотивация), контроль (бухгалтерский учет и отчетность, анализ, собственно контроль). Третья объединяет компоненты малого предприятия: кадры, социальные отношения, инновации, финансы, правовые отношения и т.д. В отдельную группу выделяется руководство, осуществляемое, как правило, владельцем предприятия.

В ряду функций малого предприятия важно отметить **экономические**, определяемые его ролью как, во-первых, работодателя; во-вторых, - производителя продукции и услуг; в-третьих, - катализатора НТП; в-четвертых, - налогоплательщика; в-пятых, - агента рыночных отношений (конкурентных, кооперационных и т.д.). Не менее значимы функции **социальные**. Во-первых, через малые фирмы многие люди раскрывают свой творческий потенциал. Во-вторых, здесь используется труд социально уязвимых групп населения, которые не могут найти себе применения на крупных предприятиях. В-третьих, малые предприятия являются главным продуцентом мест производственного обучения, своеобразным полигоном для обкатки молодых кадров. В-четвертых, небольшие предприятия, прежде всего в сфере обслуживания, удовлетворяют потребности людей в общении. Уже сегодня актуальна экологическая функция малого бизнеса.

Интегративным фактором, обеспечивающим целостность системы малого предприятия, является руководство, персонифицированное предпринимателем-собственником. Руководитель призван синтезировать все функциональные области применения в единое целое, обеспечивать его развитие и совершенствование.

Следующая ключевая категория - внешняя среда малого предприятия. Это совокупность элементов (рынков, рыночных институтов, процессов, отношений и т.д.), непосредственно влияющих на становление и функционирование малого бизнеса. Разнообразные элементы внешней среды можно подразделить на пять групп. Первая является совокупностью важнейших для малого бизнеса рынков: ресурсных и сбытовых. Вторая представлена важнейшими рыночными институтами (государственными и финансово-кредитными) и агентами (крупным и средним бизнесом). В третью группу включаются блоки общественных отношений: правовых, социо-культурных и политических. Четвертая группа объединяет прочие релевантные социально-экономические процессы и явления: экономическую конъюнктуру, преступность, экологию, НТП, структуру народного хозяйства и т.п. В отдельную группу следует выделить такой элемент внешней среды, - как система государственной поддержки малого предпринимательства (СГП МП), подлежащая особому рассмотрению.

Из свидетельств историков видно, что российским предпринимателям издавна были свойственны сочетание расчетливости и фантазии, напряженного труда, стремление проявить себя, наличие глубокого самоанализа.

Многие факторы сдерживали рост предпринимательства в России, удар по нему был нанесен и Октябрьской революцией 1917 года. На несколько лет предпринимательство возродилось в Советской России в период НЭПа. А затем только в 1965 году в ходе первой советской экономической реформы произошло минимальное раскрепощение товарно-денежных отношений. Но понадобилось ждать еще четверть века, чтобы российский бизнес приобрел официальные права гражданства.

И тем понятнее роль предпринимательства в условиях современной рыночной экономике. Ведь сам переход российской экономики к рыночным отношениям напрямую связан с развитием предпринимательства, которое является неотъемлемой частью экономической системы, ее функционирования, признаком рынка. Именно поэтому современная экономическая наука в числе основных факторов производства вместе с землей, трудом и капиталом выделяет предпринимательство. Поэтому понятия «бизнес» и «предпринимательство» являются синонимами.

Процесс становления малых предприятий в современной России относительно краток и охватывает последнее десятилетие. Во всех сферах, затронутых переходом к рыночной экономике, практика оказалась гораздо более сложной и многообразной, чем предполагали исходные теоретические выкладки, положенные в основу практических действий в реальной сфере. Образование, становление и развитие малого предпринимательства происходило с многочисленными трудностями, было связано с множеством проблем и противоречий. Для этого процесса характерна весьма неровная динамика. Основными источниками возникновения малых предприятий в первые годы являлось разукрупнение и реорганизация государственных предприятий с последующей их коммерциализацией и приватизацией.

Процесс становления вновь создаваемых предприятий имел относительно подчиненное значение и наталкивался на дополнительные трудности. Наиболее интенсивный рост численности малых предприятий происходил в 1991 - 1993 гг. Затем этот количественный рост резко замедлился. Видимо, в определенной степени сказались исчерпание возможностей, связанных с интенсивной приватизацией государственной собственности, хотя это, по всей вероятности, есть результат взаимодействия целого комплекса отрицательных факторов.

Анализ данных показывает, что при некотором росте количества малых предприятий средняя численность работников, приходящихся на одно МП, постоянно сокращается. Это свидетельствует о том, что прирост происходит в основном за счет более мелких предприятий, которые отличаются мобильностью и гибкостью. Распределение числа предприятий малого бизнеса по отраслям экономики изменяется несущественно, при этом возрастает доля предприятий торговли и общественного питания, а также промышленности, сокращается число малых предприятий, относящихся к науке и научному обслуживанию.

Анализ развития малого предпринимательства в Ростовской области свидетельствует о том, что этот сектор экономики переходит от стартового этапа к этапу развития, когда основное значение приобретают эффективность и устойчивость малых предприятий, построение при их участии новых хозяйственных связей, активизация их производственной и инновационной деятельности. Малое предпринимательство получило признание в качестве той силы, которая способна мобилизовать средства, производить нужные товары и услуги, обеспечивать занятость и развивать условия для торговли.

Ростовская область уже давно и достаточно прочно зарекомендовала себя в качестве субъекта федерации, имеющего большой потенциал для развития и функционирования малого предпринимательства.

Ростовская область входит в десятку регионов России, где малое предпринимательство наиболее успешно развивается. В Северо-Кавказском регионе Ростовская область опережает своих соседей, как по числу малых предприятий, так и по количеству занятых в этом секторе экономики. В то же время по объему произведенной продукции малый бизнес региона отстает от своих соседей в Краснодарском и Ставропольском краях и республике Ингушетия.

Последние пять лет малое предпринимательство в Ростовской области развивается стабильно, однако неравномерно. Наибольшее количество малых предприятий находится в городах: Ростове (47,8%), Таганроге (9,7%), Волгодонске (5,4%). В то же время число малых предприятий в гг. Донецке и Зверево составляет лишь 0,3% и 0,2 % соответственно. В сельских районах малое предпринимательство наиболее развито в Аксайском, Тацинском, Зерноградском, Азовском, Цимлянском районах, наименее - в Куйбышевском, Боковском, Веселовском и Милютинском районах.

Сложившаяся отраслевая структура в последние годы практически не меняется. Непроизводственная сфера остается более привлекательной для малых предприятий, чем производственная. Это вполне объяснимо, во-первых, самой спецификой малого предпринимательства как сектора экономики, а во-вторых, мировой тенденцией доминирования нематериальной сферы над производственной.

Наибольшее количество малых предприятий в расчёте на 1000 жителей работает в городах: Ростове-на-Дону (14,7), Батайске (6,9), Новочеркасске (6,7), Таганроге (7,7), Волгодонске (6,4); Аксайском районе (11,3). Слабо развито малое

предпринимательство в Веселовском, Морозовском, Куйбышевском, Чертковском, Советском, Милютинском, Ремонтненском районах, где на 1000 жителей приходится менее одного предприятия.

Данные свидетельствуют о значительном потенциале малого предпринимательства области (так, при общем сокращении численности населения Ростовской области увеличивается занятость в секторе малого предпринимательства; рост объема выпускаемой продукции достигается при одновременном сокращении численности занятых на малых предприятиях, что свидетельствует о повышении эффективности труда). Малое предпринимательство переходит от стартового этапа к этапу развития, когда основное значение приобретают эффективность и устойчивость малых предприятий, построение при их участии новых хозяйственных связей, активизация их производственной и инновационной деятельности.

Всё шире используются преимущества малого бизнеса: лучшая адаптация к изменяющейся конъюнктуре спроса; более низкий уровень издержек производства и реализации, в том числе накладных расходов; более высокий уровень наукоёмкости продукции, самозанятости, молодёжного состава персонала среди руководителей. Именно в секторе малых предприятий прежде всего можно ожидать позитивных изменений социально-экономического положения в ближайшие годы. Вместе с тем особенностью малого предпринимательства является высокая степень зависимости от динамики макроэкономических показателей и факторов воздействия внешней среды.

На сегодняшний день Ростовская область занимает пятое место в России по количеству малых предприятий и входит в число немногих регионов, в которых количество малых предприятий на 1000 жителей превышает среднероссийский уровень.

Более активно малые предприятия создаются в городах области (83,3%) и лишь 16,7 процента расположены в сельских районах. Около половины малых предприятий сосредоточено в областном центре (г. Ростове-на-Дону), более 8 процентов - в Таганроге, чуть меньше находится в Волгодонске и Новочеркасске - по 5,4 процента от общего количества малых предприятий области.

Изучение демографии малых предприятий показывает, что с момента регистрации не всех из них активно действуют и осуществляют производственную деятельность. Многие оказываются экономически «не активными» или «спящими».

По видам экономической деятельности малые предприятия области заняты практически во всех отраслях экономики. Отраслевая структура малых предприятий за последние 2-3 года не претерпела изменений. Основная часть малых предприятий (49,6%) сконцентрирована в розничной и оптовой торговле и общественном питании. На выпуске промышленной продукции специализируются 13,8 процента малых предприятий, строительной деятельностью заняты 12,6 процента, от 2 до 4 процентов малых предприятий действуют на транспорте и связи, в сельском хозяйстве, занимаются общекommerческой деятельностью по обеспечению функционирования рынка, осуществляют операции с недвижимым имуществом.

Ростовская область входит в первую десятку субъектов Российской Федерации, где малое предпринимательство развивается наиболее успешно.

Малый бизнес в Ростовской области продолжает развиваться. Значительную роль в этом сыграла реализация мероприятий региональной программы государственной поддержки малого предпринимательства. За два года действия

этой программы приняты нормативные правовые акты, затрагивающие различные аспекты деятельности этого сектора экономики, включая вопросы финансового обеспечения, организации его инфраструктурной поддержки и налогового законодательства, в том числе:

1. Областные законы «О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности» и «О едином налоге на вмененный доход от деятельности по продаже горюче-смазочных материалов через автозаправочные станции»;

2. Решение Законодательного Собрания области об установлении стоимости патентов для граждан, занимающихся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица;

3. Соглашение о совместной деятельности Администрации Ростовской области с Государственным Комитетом по развитию малого предпринимательства России, мэрией Москвы, Московской регистрационной палатой и регистрационной палатой г. Ростова-на-Дону;

4. Соглашение между Администрацией Ростовской области и мэрией Москвы в сфере развития предпринимательской деятельности;

5. Соглашение между Администрацией Ростовской области и Государственным Комитетом по поддержке и развитию малого предпринимательства (ГКРП) России «О совместной деятельности по развитию малого предпринимательства в Ростовской области»;

6. Более 20 постановлений и распоряжений Главы Администрации области, направленных на создание условий для своевременного и качественного выполнения мероприятий региональной программы.

2.2. Основные направления совершенствования региональной политики поддержки и развития малого предпринимательства.

В целях наведения порядка в сфере действующего законодательства необходимо оптимизировать нормативно-правовые основы администрирования малого бизнеса и устранить надзорно-проверяющие инстанции.

В целях снижения уровня административных барьеров и упорядочения деятельности контролирующих и инспектирующих органов необходимо:

- ввести ответственность должностных лиц за действия (бездействие), препятствующих созданию и деятельности малых предприятий, а также – обязанность по возмещению ущерба, возникшего в связи с превышением должностными лицами полномочий при проведении проверок;
- установить упрощенную процедуру ликвидации малых предприятий, не имеющих кредиторской задолженности;
- закрепить в законодательном порядке безвозмездность проведения обследований контролирующими и иными органами, финансируемыми из бюджета Ростовской области;
- ограничить право принятия органом государственного контроля (надзора) решения об остановке производственной деятельности малого предприятия при выявлении нарушений;
- ограничить спектр нарушений, по которым проверяющие (контрольные) органы имеют право применять финансовые санкции;
- конкретизировать и уменьшить размеры штрафов для малого бизнеса.
- гармонизировать нормативную правовую базу, позволяющую унифицировать подходы федеральных и региональных властей по сокращению и

недопущению создания новых административных барьеров;

- разграничить функции органов, ответственных за региональную политику в сфере малого предпринимательства;
- обеспечить соответствие подзаконных актов нормам прямого действия, установленных в законах, в том числе в сферах: лицензирования видов деятельности, сертификации продукции, регистрации юридических лиц, аренды помещений и землеотвода.

Для реализации перечисленных мер, необходимо создать механизм взаимодействия власти и предпринимательской общественности по проведению ревизии действующего законодательства и предварительной общественной экспертизы всех проектов правовых и нормативных документов по вопросам развития и регулирования малого предпринимательства.

Высшей (и постоянной) целью поддержки малых предприятий является достижение их высокой жизнеспособности, при которой они оптимально выполняют свои социально-экономические функции, а это предполагает осуществление ряда конкретных мероприятий в сфере налогообложения.

В рамках данного направления должна быть осуществлена налоговая реформа в интересах малого бизнеса, что предполагает: во-первых, отказ от чисто фискально-прессингового подхода со стороны государства к этому сектору экономики; во-вторых, придание инвестиционно-стимулирующей направленности их налоговой поддержке, в-третьих, упрощение процедур налогообложения и представления отчетности, в-четвертых, создание благоприятных условий для выхода из «тени» (введения в правовое поле) и развития малого предпринимательства являются необходимыми условиями улучшения налогового климата у субъектов малого предпринимательства.

Это должно быть обеспечено путем введения в действие единого налога на вмененный доход для определенных видов деятельности. При этом нормативно-правовые акты не должны содержать норм, напрямую обязывающих субъекты малого предпринимательства переходить на упрощенную систему налогообложения организаций и индивидуальных предпринимателей. Объектом налогообложения при упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности должны стать валовая выручка или совокупный доход (по выбору самого плательщика), полученные за отчетный период.

Право определения порядка исчисления единого налога на вмененный доход должно сохраниться за органами государственной власти Ростовской области на основе единых принципов расчета вмененного дохода по видам деятельности и его предельных значений, установленных на федеральном уровне. С целью повышения социальной защищенности работников малых предприятий необходимо ввести для всех субъектов малого предпринимательства уплату единого социального налога, предусмотрев при этом возможность уменьшения величины единого налога на вмененный доход или уплачиваемого налога по упрощенной системе на сумму уплаченного единого социального налога. Также в качестве стимулирующей меры необходимо предусмотреть возможность уменьшения суммы исчисленного налога при условии превышения среднемесячного размера оплаты труда наемных работников малого предприятия прожиточного минимума, установленного для Ростовской области.

Для заготовительных, снабженческо-сбытовых предприятий, предприятий оптовой торговли и иных, осуществляющих закупки товаров (работ, услуг) у субъектов малого предпринимательства и других предприятий, предусмотреть

возможность при дальнейшей реализации потребителями этой продукции или результатов ее переработки исчислять облагаемый налогом на добавленную стоимость оборот в виде разницы между ценой реализации и ценой приобретения продукции без налога на добавленную стоимость.

В целях расширения возможностей доступа малых предприятий (в том числе начинающих) к источникам финансовых средств, необходимых для их развития, необходимо организовать выполнение комплекса мер по следующим основным направлениям:

- в целом в Ростовской области

- разработка действенного механизма гарантий Администрации области, обеспечивающих разделение рисков между администрацией, кредитными организациями и малыми предприятиями;
- субсидирование процентной ставки по кредитам и займам, выдаваемым определенным категориям субъектов малого предпринимательства коммерческими организациями;
- внедрение в сфере малого предпринимательства типовых схем финансовой аренды (лизинга);
- разработка и совершенствование механизмов ипотечного кредитования;
- содействие в формировании условий привлечения внебюджетных финансовых ресурсов в малый бизнес;
- развитие венчурного финансирования инновационных проектов малого предпринимательства;
- развитие системы формирования кредитных историй предприятий (в том числе малого бизнеса) специализированными организациями (кредитными бюро) в целях упрощения доступа малых предприятий к кредитам коммерческих банков;
- **- в сельскохозяйственных районах** оказать содействие в создании кредитных кооперативов, обществ взаимного кредитования, других небанковских кредитных институтов, предоставляющих на возвратной основе средства под инвестиционные проекты субъектам малого предпринимательства; разработать схемы предоставления в лизинг сельскохозяйственных машин и оборудования для КФХ;
- отработать механизм предоставления кредитов под будущий урожай; изыскать возможность предоставления гарантий не только по среднесрочным, но и долгосрочным кредитам малым предприятиям сельскохозяйственного производства; отработать механизм страхования деятельности (рисков потери урожая из-за форс-мажорных обстоятельств) сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Необходимо повысить эффективность использования государственного и муниципального имущества для развития производственной деятельности субъектов малого предпринимательства за счет реализации следующих мер:

- создать на региональном и муниципальном уровнях реестры и целевые фонды не жилых помещений (в том числе - объектов незавершенного строительства), предназначенных для передачи в аренду или продажи малым предприятиям на льготных условиях;
- установить льготные условия и порядок передачи производственных площадей и технологического оборудования предприятий и организаций, находящихся в государственной или муниципальной собственности, малым

предприятиям на условиях долгосрочной аренды, выкупа, передачи оборудования в лизинг;

- разработать механизм предоставления рассрочки платежей при продаже недвижимых помещений субъектам малого предпринимательства;

- обеспечить реализацию принципа «одного окна» для оформления и регистрации сделок с имуществом, приобретаемым (продаваемым) или арендуемым субъектами предпринимательства (определить единый орган, установить единый перечень документов, а также предельные сроки рассмотрения заявок);

- ввести запрет на взимание с субъектов предпринимательской деятельности платежей и сборов за действия, связанные с продлением договоров аренды нежилых помещений и земельных участков;

- снизить стоимость оформления и регистрации сделок с недвижимостью;

- упростить процедуры и порядок, а также установить нормативные сроки оформления исходно-разрешительной документации на ремонт, реконструкцию и строительство производственных объектов;

- установить порядок зачета средств, израсходованных субъектами предпринимательской деятельности на ремонт и реконструкцию арендуемых нежилых помещений, в качестве уплаты арендной платы;

- установить возможность удешевления арендной платы для вновь созданных малых предприятий;

- разработать программу повышения эффективности использования государственного и муниципального имущества для развития субъектов малого предпринимательства на территории Ростовской области.

В качестве основных задач развития системы информационного обеспечения малого предпринимательства необходимо:

- обеспечить проведение на регулярной основе мониторинга состояния субъектов малого предпринимательства с периодичностью один раз в три-пять лет (включая малые предприятия и предпринимателей без образования юридического лица);

- включить информационное обеспечение предпринимательства в региональные программы поддержки предпринимательства, как одно из приоритетных направлений поддержки бизнеса;

- обеспечить информационную поддержку через СМИ и пропаганду малого предпринимательства, как одного из важнейших факторов развития экономики и стабилизации российского общества;

- организовать создание положительного имиджа, регулярный выпуск российского журнала и информационно-аналитических изданий о предпринимательской деятельности;

- создать специальные радио и телевизионные программы по тематике малого предпринимательства;

- обеспечить консалтинговую поддержку предпринимателям через Региональный центр поддержки предпринимательства по следующим направлениям:

- предоставление информации о действующих нормативных актах, затрагивающих сферу малого предпринимательства;

- разработка и распространение пакетов типовых документов (устав, бизнес-план и так далее), программного обеспечения в области бухгалтерского и

налогового учета, информации о реестрах государственного и муниципального имущества, предназначенного для передачи в аренду или продаже;

предоставление справочной информации (адреса, телефоны) об органах, осуществляющих регистрацию предприятий, налоговых органах, банках, осуществляющих кредитование малого предпринимательства (включая информацию об основных условиях кредитования), об учебных заведениях, осуществляющих подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров для сферы малого предпринимательства (и условиях обучения);

консультирование по вопросу выбора наиболее перспективных направлений развития бизнеса, возможных поставщиках ресурсов и рынках сбыта товаров (работ, услуг), о наличии необходимых трудовых ресурсов; правовое консультирование.

В качестве важнейших направлений развития и совершенствования системы подготовки кадров для малого предпринимательства необходимо:

- выделение подготовки кадров в одно из приоритетных направлений региональных программ поддержки малого предпринимательства;
- разработка и обеспечение финансирования из регионального бюджета мер, направленных на создание системы дополнительного образования по переподготовке и повышению квалификации специалистов по основам предпринимательства для сферы малого бизнеса, в том числе преподавателей, консультантов, работников государственных и негосударственных структур, обеспечивающих реализацию государственной политики в сфере поддержки предпринимательства;

обеспечение взаимодействия с образовательными учреждениями области с целью внедрения дисциплин, развивающих предпринимательские способности и формирующих экономическое мировоззрение; обеспечение взаимодействия государственных и негосударственных структур, координация российских и международных программ в сфере подготовки кадров для малого предпринимательства;

осуществление финансовой и организационной поддержки разработки учебно-методической литературы, методического и информационного обеспечения подготовки предпринимателей и консультационного сопровождения их деятельности; реализация мер по обеспечению доступности для широких слоев населения образования по основам предпринимательской деятельности.

Совершенствование антимонопольного законодательства, направленного на обеспечение равных условий конкуренции, отказ от дискриминации любых производителей должны стать одним из важнейших приоритетов экономической политики.

Главными направлениями государственной политики по обеспечению равных условий конкуренции должны быть ужесточение санкций за нарушение положений антимонопольного законодательства, пресечение создания исполнительной властью привилегированного положения для одного из экономических агентов, усиление деятельности структур поддержки малого предпринимательства по обучению и проведению разъяснительной работы по применению антимонопольного законодательства.

Особого внимания заслуживает свобода выбора организационно-правовых форм деятельности субъектов малого предпринимательства в условиях несовершенства действующего законодательства.

Необходимо оказывать содействие в интеграции крупного и малого бизнеса. Это является необходимым условием для развития последнего. Основными задачами в данном направлении должны стать:

- совершенствование и оптимизация взаимоотношений между крупными предприятиями и субъектами малого предпринимательства;
- использование потенциала малых предприятий в ускорении процессов структурной перестройки экономики области и реформирования предприятий;
- упрощение механизма и процедуры заключения договоров коммерческой концессии.

Заключение.

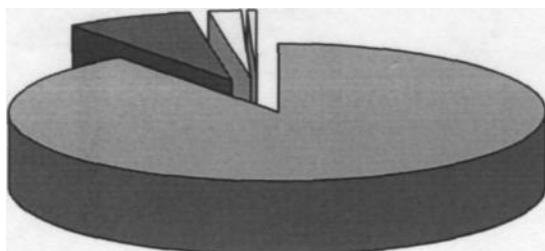
Согласно российскому законодательству предпринимателем может быть любой гражданин, не ограниченный в дееспособности, то есть способный действовать. Допускается выступать в качестве российских предпринимателей и гражданам иностранных государств, и лицам без гражданства. Коллективными предпринимателями могут быть объединения граждан, использующие как свое собственное, так и арендованное имущество.

Однако всякое право надо уметь реализовать, использовать. Для успеха дела нужны не только личные качества, но и благоприятная общественно-политическая обстановка. Сформулируем условия успеха предпринимательства: в стране должен наличествовать слой деловых и энергичных людей, способных воплотить в жизнь хозяйственную практическую идею, средний класс; необходимо объединение усилий правительства и предпринимательских кругов как долговременных союзников в реализации общенациональной идеи, достижении поставленных целей; в обществе необходимо сформировать авторитет предпринимательской деятельности, уважение к успеху в бизнесе как значимой социальной ценности.

Как показывает опыт стран с развитой рыночной экономикой, а также некоторых восточноевропейских стран с переходной экономикой, развитие предпринимательства способствует решению ряда важных для поступательного социально-экономического развития страны задач, таких, как демонополизация, формирование рыночной структуры экономики и конкурентной среды; насыщение рынка товарами и услугами; занятость и самозанятость; экономический рост и увеличение налоговых поступлений (при стабильной налоговой системе); формирование среднего класса; укрепление деловой этики, в том числе и налоговой дисциплины. Именно такие конечные цели изначально ставились при выработке государственного подхода в отношении поддержки развития малого бизнеса в России. Однако, как показывают результаты проведенного анализа, сектор малого предпринимательства пока весомой роли в России не играет. Задача развития данного сектора по-прежнему должна оставаться одним из приоритетов экономической политики государства. Однако ее решение невозможно в отрыве от других направлений реформирования экономики и без координации усилий федерального центра и региональных властей.

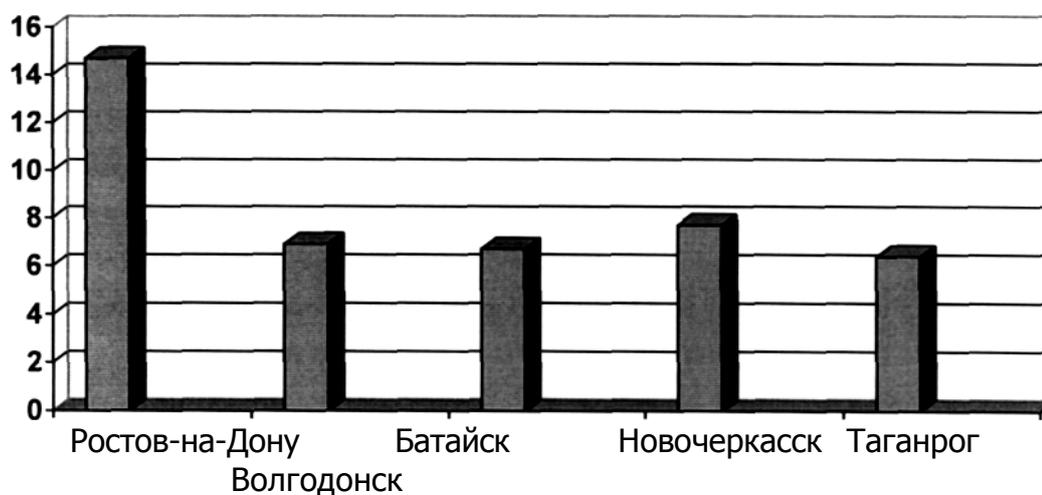
Приложение № 1

Рис. 1. Данные о формах собственности малых предприятий в России
(в %)



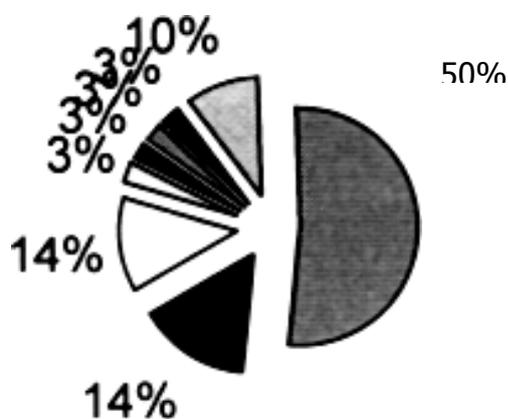
- 1 Частная собственность
- 2 Смешанная российская
собственность
- 3 Смешанная
собственность с
россиским и
иностраннм участием
- 4 Иностранная
собственность

Рис.2. Количество малых предприятий в расчете на 1000 жителей
в городах Ростовской области



Приложение №2

Рис. № 3 Распределение предприятий в Ростовской области.



Где:

- 1 - торговля и общественное питание, включая оптовую продажу продукции производственно-технического назначения 49,6%
- 2- промышленность - 13,8% (15,0%);
- 3- строительство - 12,6% (13,5%);
- 4- сельское хозяйство - 2,4% (2,9%);
- 5- операции с недвижимым имуществом - 4% (2,6%);
- 6- общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка - 2,6% (2,5%);
- 7- транспорт и связь - 2,8% (2,6%);
- 8- другие отрасли - 11,3% (10,1%).

Курс Лекций



Тема 1. Развитие предпринимательской деятельности.

В законе Российской Федерации «О предприятии и предпринимательской деятельности» от 25 декабря 1990 г. № 445-1 записано: «Предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли». Эта деятельность осуществляется на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой. Данный Закон не применяется к юридическим и физическим лицам и их объединениям, занимающимся деятельностью, не преследующей цели извлечь прибыль.

Предприниматель – это человек, который затрачивает на осуществление своей деятельности все силы, берет на себя риск, получая в награду прибыль и удовлетворение достигнутым.

На протяжении всего периода развития предпринимательства само это понятие претерпевало значительные изменения и уточнения.

Впервые, в конце 17- начале 18 веков, термин «предпринимательство» употребил английский экономист Ричард Кантильон (1680-1734): «Предприниматель – это человек, действующий в условиях риска».

Французский экономист Жан Батист Сэй (1767-1832) в 1803г. Дал понятие предпринимательству как совокупности трех факторов производства: земли, капитала и труда.

Английский экономист Альфред Маршал (1842-1924) в начале 20 века добавил четвертый фактор-организацию.

Американский экономист Дж. Кларк (1842-1938) отметил участие следующих четырех факторов: капитала, земли, деятельности предпринимателя и труда рабочего.

Все разнообразие предпринимательской деятельности можно классифицировать по различным признакам: направлениям деятельности, отраслевой принадлежности, виду выпускаемой продукции и оказываемых услуг, количеству собственников, организационно-правовым, организационно-экономическим формам собственности- государственная, частная, с участием иностранного капитала, смешанная. Рассмотрим некоторые из них.

По направлениям деятельности:

- производственное предпринимательство, в котором различают следующие разновидности: инновационная, научно-техническая, информационная деятельность, производство товаров, оказание услуг, производственное потребление товаров, производственное потребление услуг;

- коммерческое предпринимательство, здесь выделяют торговую, торгово-закупочную, торгово-посредническую деятельность, деятельность товарных бирж;

- финансовое предпринимательство определяется банковской, страховой, аудиторской, лизинговой деятельностью, деятельностью фондовых бирж;

- консультативное предпринимательство специализируется на общем управлении, администрировании, финансовом управлении, управлении персоналом, маркетинге, информационных технологиях, на оказании специализированных услуг.

По отраслевой принадлежности выделяют:

- промышленное;

- строительное;

- сельскохозяйственное;

- транспортное предпринимательство и т.д.

Основы предпринимательской деятельности

По виду выпускаемой продукции и оказываемых услуг рассматривают предпринимательство, специализирующееся на:

- производстве строительных материалов;
- выращивании овощей;
- предоставлении риэлторских услуг и т.д.

По количеству собственников предпринимательство может быть индивидуальным и коллективным.

По свободе принимаемых решений предпринимательская деятельность осуществляется в рамках материнских, дочерних и зависимых отношений между фирмами.

По срокам существования различаются постоянно действующие и временно создаваемые для решения конкретной задачи фирмы.

По статусу предпринимательство характеризуется как крупное, среднее и малое в зависимости от законодательно установленных критериев.

Предпринимательской деятельности отводится в России особое место, рассчитывается обеспечить:

- создание новых рабочих мест;
- лучшее использование местных ресурсов;
- расширению потребительского рынка;
- решения инновационного развития страны;
- повышения культурно-технического уровня;
- условия активности и ответственности рабочих.

В настоящее время перед предпринимательством в России стоит целый ряд проблем: недостаточная ресурсная база, несовершенство законодательной базы, отсутствие системы глубокого анализа деятельности предприятий, но, зная причины возникновения, все их можно решить позитивно. Рассмотрим это подробнее.

1. Недостаточная ресурсная база- материально-техническая и финансовая:

- *причина*- создание сектора предпринимательства на пустом месте;
- *пути решения*- льготное кредитование и налогообложение приоритетных сфер экономики.

2. Несовершенство законодательной базы:

- *причина*- нет единой законодательной основы; отсутствие законопослушания;
- *пути решения*- совершенство законодательства и усиление контроля за его выполнением.

3. Отсутствие системы глубокого анализа деятельности предприятий:

- *причина*- нет учета результатов их работы, несовершенство отчетности;
- *пути решения*- разработка методик по диагностированию деятельности предприятий.

4. Слабое материально-техническое обеспечение:

- *причина*- ограничен доступ к высоким технологиям, отсутствуют машины и оборудование;
- *пути решения*- распространение передового опыта.

5. Кадры:

- *причина*- низкий культурно-технический уровень участников предпринимательства;
- *пути решения*- их обучение и социальная дифференциация.

Основы предпринимательской деятельности

6. Отсутствие возможности производить продукцию с длительным производственным циклом, включая наукоемкую:

- *причина*- отсутствие финансовых возможностей на эти цели;
- *пути решения*- развитие форм сотрудничества в деловом мире, создание технополисов.

7. Слабая государственная поддержка:

- *причина*- бюджетные ограничения, бюрократическая волокита;
- *пути решения*- разработка муниципальных программ по развитию предпринимательства.

В начале XXI века в России начинается активизация инновационного предпринимательства, обеспечивающие его будущую конкурентоспособность. Предпринимательской деятельности в России отводится особое место, рассчитывая обеспечить: создание новых рабочих мест, расширение потребительского рынка, решение проблем инновационного развития страны, повышение культурно-технического уровня, условия активности и ответственности работников.

Контрольные вопросы

1. Особенности видов предпринимательской деятельности
2. Необходимость развития предпринимательства в России

Тема 2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

По *организационно-правовому признаку*, т.е. по способу объединения капиталов юридических и физических лиц с целью осуществления предпринимательского замысла, законодательство допускает осуществление предпринимательской деятельности в одной из организационно-правовых форм. Различают товарищества, общества с дополнительной и ограниченной ответственностью, открытые и закрытые акционерные общества.

1. *Товарищество*. Его разновидности:

- *Полное товарищество* – это форма, при которой предпринимательская деятельность участников считается деятельностью самого товарищества. Причем по обязательствам полного товарищества участники отвечают всем своим имуществом, в том числе и не переданным товариществу в качестве вклада;

- *Товарищество на вере (или коммандитное)* состоит из двух групп участников: одни осуществляют предпринимательскую деятельность от имени товарищества и несут неограниченную ответственность своим личным имуществом по его долгам солидарно друг с другом; другие коммандитисты вносят вклады, но не отвечают личным имуществом по его обязательствам.

2. *Общество*. Его разновидности:

- *Общество с ограниченной ответственностью (ООО)* - способ объединения капиталов, не требующий личного участия своих членов в делах в делах общества. Отличительными признаками этой формы являются: деление уставного капитала на доли и отсутствие ответственности участников по долгам общества. Имущество, переданное в

Основы предпринимательской деятельности

уставной капитал, принадлежит на праве собственности самому обществу и не образует объекта долевой собственности участников;

- *Общества с дополнительной ответственностью (ОДО)* – способ объединения капиталов участников, при котором в случае недостаточности имущества общества для удовлетворения требований кредиторов участники могут быть привлечены к имущественной ответственности их личным имуществом в солидарном порядке.

3. *Акционерное общество*. Его разновидности:

- *Открытое акционерное общество (ОАО)* – такой способ объединения капиталов, при котором уставной капитал разделен на определенное количество одинаковых долей, каждая из которых выражена акцией. ОАО распределяет свои акции среди неопределенного круга лиц и проводит их свободную продажу;

- *Закрытое акционерное общество (ЗАО)* – отличительная особенность от вышеупомянутой формы состоит в том, что ЗАО распределяет свои акции только среди учредителей или среди заранее определенного круга лиц.

Участники акционерных обществ несут ответственность в пределах стоимости принадлежащих им акций.

По *организационно-экономическим формам предпринимательства*, т.е. по способу объединения самостоятельных предприятий для совместного осуществления ими своей деятельности, можно выделить холдинг, ассоциации, консорциумы, синдикаты, картели, финансово-промышленные группы, технополисы.

1. *Холдинг* - многоотраслевое акционерное общество, контролирующее предприятия через систему участия. Холдинг приобретает контрольный пакет акций различных компаний, являющихся по отношению к нему *дочерними*.

2. *Ассоциация* – добровольное объединение экономически самостоятельных предприятий с целью совместного решения научно-технологических, производственных, экономических, социальных и иных задач.

3. *Консорциум* – добровольное объединение предприятий в целях совместного проведения крупной финансовой операции.

4. *Синдикат* – объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли с целью устранения излишней конкуренции между ними

5. *Картель* – соглашение между предпринимателями одной отрасли на продукцию, услуги, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства.

6. *Технополис* - современная форма интеграции науки и производства, межотраслевой научно-технический комплекс, состоящий из наукоемких предприятий, исследовательских лабораторий, посреднических форм наукоемких услуг группирующихся вокруг крупного университета или исследовательского центра.

Современное предпринимательство развивается на основе следующих экономических принципов:

- экономической свободы;
- экономической заинтересованности;
- непрерывной маркетинговой разведки;
- гибкости и мобильности;
- умения предвидеть риски;
- умения выделять приоритеты;

Основы предпринимательской деятельности

- личной инициативы;
- высокого чувства ответственности;
- цивилизованных методов разрешения споров.

Сущность и проблемы реализации экономических принципов развития предпринимательской деятельности

Принципы	Сущность	Проблему развития
1	2	3
<i>Экономическая свобода</i>	Самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов в управлении собственным капиталом, ограниченная рамками конъюнктурных явлений	Совершенствование законодательства Формирование высоких жизненных идеалов Обучение предпринимателей Социальное расслоение общества
<i>Экономическая заинтересованность</i>	Нацеленность на получение максимальной прибыли	Налоговая политика Бюджетная политика Кредитная политика Диагностирование деятельности предприятия
<i>Непрерывная маркетинговая разведка</i>	Сущность этой работы в лозунге «производить, чтобы продать»	Совершенствование методики и методов исследования конъюнктуры рынка Обеспечение предпринимательской тайны Развитие форм рыночных отношений
<i>Гибкость и мобильность</i>	Способность мгновенно реагировать на изменение конъюнктуры, приспособливая или изменяя профиль деятельности, а также быстро утверждаться в новом амплуа	Диагностирование деятельности предприятия Прогнозирование конъюнктуры рынка Рекламная деятельность
<i>Умение предвидеть риски</i>	Учет риска при планировании деятельности предприятия определение «взвешенного» риска	Совершенствование методического обеспечения оценки риска
<i>Умение выделить приоритеты</i>	Формирование объективных,	Обучение предпринимателей

Основы предпринимательской деятельности

	экономических и социально-обоснованных критериев выбора мест приложения капитала	Формирование высоких общественных ценностей Совершенствование методик и методов бизнес-планов Оценка эффективности
<i>Личная инициатива</i>	Внутреннее побуждение предпринимателей к новым, более эффективным формам и видам деятельности во всех ее проявлениях	Повышение культуры предпринимательского дела Общественное формирование облика бизнесмена России
<i>Высокое чувство ответственности</i>	Чувство необходимости выполнять свои обязанности, обусловленные предпринимательской деятельностью	Совершенствование законодательства Общественное формирование облика бизнесмена России Дифференциация социального статуса предпринимателей
<i>Цивилизованные методы разрешения споров</i>	Предусмотренные законодательством способы принятия компромиссных решений по спорам, возникшим в процессе осуществления предпринимательской деятельности	Совершенствование законодательства Общественное порицание нецивилизованных форм сотрудничества Обучение предпринимателей

Рассмотренные принципы помогут легко отличить предпринимательство от других подобных ему явлений в современной рыночной экономике, например, таких, как управленческая деятельность, или менеджмент.

В научной литературе и практической жизнедеятельности предприятий часто не разграничивают предпринимательскую и управленческую деятельность, в связи с чем происходит путаница и возникают серьезные нарушения и ошибки в управлении предпринимательством, поэтому целесообразно уточнить сходства и различия двух его субъектов – предпринимателей и менеджеров (табл. 1.2).

Таблица 2.1 Сравнительный анализ предпринимательской и управленческой деятельности

№ п/п	Признак	Деятельность	
		предпринимательская	управленческая
1	2	3	4
1	Риск	Потеря собственного имущества, капитала	Потеря работы
2	Реакция	Личная выгода	Профессиональное мастерство
3	Мотив желания долго и упорно работать	Жажда наживы	Преданность своему делу

Основы предпринимательской деятельности

4	Потребность вести организованность в неструктурную систему	Отсутствует	Смысл всей работы
5	Круг творческих интересов	Определение мест наиболее выгодного размещения капитала и удовлетворение своих потребностей	Профессиональный рост и достойное денежное вознаграждение
6	Цель	Обеспечение нового качества жизни	Интерес к работе
7	Жизненная позиция	Сотворение идеи	Воплощение идеи в жизнь
8	Стимул	Дивиденды, социальное восхождение	Заработная плата, профессиональное совершенствование
9	Зависимость	От сложившейся конъюнктуры	От решений собраний собственников
10	Свобода	Экономическая	Принятие решения в пределах своей компетенции

Несмотря на различия, между предпринимательской и управленческой деятельностью обнаруживается много общего:

- высокая ответственность за принятие решения;
- инициативность, ограниченная рамками компетенций;
- максимальная работоспособность до уровня «трудового маньяка»;
- умение управлять людьми;
- знание и соблюдение делового этикета;
- активная жизненная позиция.

Начавшийся XXI век объективно внесет свой вклад в организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Так в России начинает формироваться такой вид предпринимательства, как частно-государственное.

Контрольные вопросы.

1. В чем состоит необходимость различных форм предпринимательской деятельности?
2. Какие формы предпринимательства для России являются перспективными?

Тема 3. Понятие конъюнктуры предпринимательской деятельности.

Предпринимательский рынок.— это система экономических отношений между продавцами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, и покупателями — потребителями предпринимательской продукции по поводу ее купли-продажи, где формируется спрос и предложение товара, цены на него, а также экономическая конкуренция.

Основы предпринимательской деятельности

Предложение предпринимательской продукции — это совокупность товаров с определенными ценами, по которым производители готовы продать свою продукцию.

Предложение показывает, какой объем продукции с точки зрения выгоды цены может быть предъявлен к продаже (см. рис. 3.1).

Закон предложения: с повышением цен возрастает объем предложения, а со снижением их — уменьшается.

Степень колебания объема предложения в зависимости от изменения цены характеризует эластичность предложения:

$$\text{Коэффициент эластичности предложения} = \frac{\text{Прирост объема предложения, \%}}{\text{Изменение цены, \%}}$$

(3.1)

Если значение коэффициента больше единицы, предложение является эластичным.

Спрос на предпринимательскую продукцию — это платежеспособная потребность в ней, подкрепленная покупательной способностью и доступностью цены.

Спрос задается ценой и объемом. *Цена спроса* — это максимальная цена, которую согласен заплатить покупатель за определенное количество товара. *Объем спроса* определяется количеством товара, которое покупатель готов приобрести при заданных условиях в течение определенного промежутка времени.

Степень колебания спроса в зависимости от изменения цены характеризует эластичность спроса:

$$\text{Коэффициент эластичности предложения} = \frac{\text{Прирост объема спроса, \%}}{\text{Изменение цены, \%}}$$

(3.2)

Если значение коэффициента больше единицы, спрос является эластичным.

Закон спроса: величина спроса возрастает при снижении цены и уменьшается при повышении цены продукции.

Спрос устанавливается под влиянием многих *факторов:*

$$C = f(C_i, D, B, V, M, S, C_a), \tag{3.3}$$

где *C* — объем спроса на продукцию в единицу времени; *C_i* — цена продукции; *C_a* — цены аналогичной продукции; *D* — доход покупателя; *B* — уровень благосостояния покупателя; *V* — вкусы и предпочтения; *M* — мнение покупателя о своих перспективах; *S* — сезонность потребности, удовлетворяемой данной продукцией.

Кроме того, на спрос влияют: численность покупателей продукции; мода; реклама; полезность продукции; мнения близких людей; эффект присоединения к большинству — «быть не хуже других»; эффект престижного потребления — «быть лучше других»; эффект каприза и сиюминутных желаний у потребителя; эффект дохода, выражающийся в увеличении потребления какой-либо продукции при сохранении в прежнем объеме потребления другой; эффект замены, возникающий при желании покупателя приобретать больше дешевых товаров.

Влияние многочисленных факторов на спрос указывает на то, что он выражает ряд альтернативных возможностей. Покупатель, ограниченный в своих

Основы предпринимательской деятельности

средствах, может приобрести любой набор товаров, совокупная стоимость которых не превышает бюджетное ограничение.

Аксиома потребительского предпочтения: большее количество товаров, входящих в набор, всегда предпочитается меньшему их количеству, следовательно, существует определенная иерархия предпочтений, на которые накладывается бюджетное ограничение.

В результате соотношения спроса и предложения формируется *рыночная цена* единицы продукта предпринимательской деятельности. Ее *экономическое содержание* заключается в следующем. Цена для предприятия — элемент его дохода, а для покупателя — его расхода. Следовательно, интерес первых состоит в увеличении

цены, а вторых — в ее снижении. Встречные интересы субъектов рынка можно изобразить графически в виде кривых предложения $-\lambda_1$ и спроса $-\alpha_1$ (рис. 3.1).

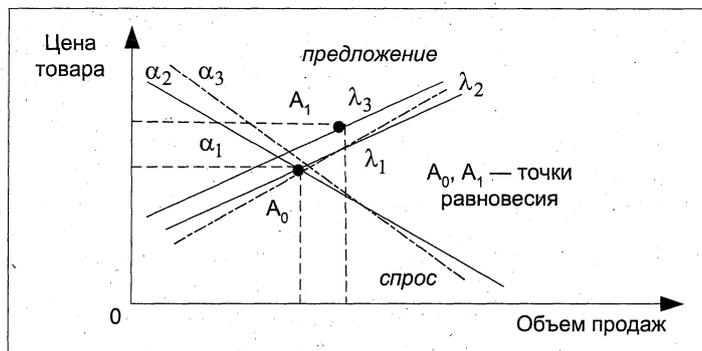


Рис. 3.1, Соотношение спроса-предложения на предпринимательском рынке
Конъюнктура рынка изменчива из-за влияния конкуренции.

Экономическая конкуренция на предпринимательском рынке

представляет собой экономическое состязание среди производителей товаров со сходными потребительскими свойствами за привлечение как можно большего числа покупателей и получение максимальной выгоды от продаж, а среди потребителей — за приобретение наиболее качественной продукции по доступной цене.

Рост цен ведет к падению платежеспособного спроса покупателей, а значит, и к снижению объема производства. Графически это отражается увеличением крутизны кривых предложения $-\lambda_2$ и спроса $-\alpha_2$. Неценовые факторы параллельно сдвигают кривые предложения $-\lambda_3$ и спроса $-\alpha_3$ вправо или влево (см. рис. 3.1). Соответственно в ходе конкуренции и точка равновесия A непрерывно смещается (из A_0 в A_1 , следовательно, становится динамичной и рыночная цена.

Закон соотношения спроса и предложения: если спрос превышает предложение, то цены поднимаются, если предложение превышает спрос, то цены снижаются.

Характеристика конъюнктуры рынка

Сегментация рынка — выделение отдельных частей (сегментов) рынка, отличающихся друг от друга характеристиками спроса на товары, т.е. разбивка предпочтений потребителей по критериям мотивации и иным признакам; разбивка продукции предпринимателей по качеству и иным признакам продукции.

Размер рынка — территория, на которой происходит реализация товаров предприятия: площадь, торговые пути, численность населения, климат и т.д.,

Основы предпринимательской деятельности

Емкость рынка —• объем реализованных на предпринимательском рынке товаров в течение определенного периода времени.

Доля рынка — удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров на данном сегменте рынка. И так, конъюнктура предпринимательства совокупность рыночных показателей, влияющих на конкурентоспособность товара, услуги.

И так, конъюнктура предпринимательства есть совокупность рыночных показателей, влияющих на конкурентоспособность товара, услуги.

В зависимости от сложившейся и прогнозируемой рыночной конъюнктуры каждое предприятие, осуществляющее предпринимательскую деятельность:

- а) делает выбор ее вида и форм;
- б) оценивает возможности предпринимательства и его продолжительность;
- в) проводит обоснование выбора стратегии развития своей деятельности и поведение на рынке.

Далее подробнее рассмотрим основы технологии каждой из перечисленных операций.

Выбор вида и форм предпринимательской деятельности

Обоснование выбора производится на основе *маркетинговой разведки*, преследующей цель определения ниши предприятия на рынке. В процессе такого исследования изучаются, помимо рыночных, изменения политических, экономических (например, уровня инфляции, характера финансово-кредитной политики), социальных (например, состояния покупательной способности различных слоев общества), экологических и правовых условий предпринимательства. В результате получают характеристики конъюнктуры рынка, оценки потенциальных потребностей покупателей в предпринимательской продукции (услугах, работах), прогноз

прибыльности деятельности и делают выбор вида и форм деятельности по критериям выгоды и ориентации на потребителя.

Маркетинговая ориентация на потребителя предполагает учет запросов потребителя в направлении уникальности и адресности продукции, предоставления высококачественного сервиса, установления доступной цены, достижения своевременности поставок, надежности, стабильности и т.д.

Оценка возможностей предпринимательства и его продолжительности

Для получения оценки проводится анализ конкурентов предприятия, в ходе которого определяется место его в системе рыночных отношений; оценивается значимость деятельности и ее результатов для общества и предприятия, выполняется ориентировочный расчет прибыли от осуществления предпринимательства и риска ее получения. Затем возможность осуществления предпринимательства согласовывается с наличием соответствующих знаний, навыков и желаний у предполагаемых исполнителей дела.

Обоснование выбора стратегии развития предпринимательской деятельности и поведения на рынке

Возможны следующие варианты *стратегий развития* предприятия:

- *интенсивный рост*, признаками которого являются: возможный рост объема выпуска продукции при существующих производственных мощностях, глубокое внедрение в структуру рынка, расширение его границ и совершенствование производимой продукции;
- *интеграционный рост*, признаками которого выступают: возможность интеграции с системой маркетинга отрасли, регрессивная интеграция (усиление влияния на поставщиков и контроль за ними), прогрессивная интеграция

Основы предпринимательской деятельности

(усиление влияния и контроль за системой распределения), горизонтальная интеграция (усиление влияния и контроль предприятий-конкурентов);

- *диверсификационный рост* характеризуют следующие признаки: возможность интеграции с системами маркетинга других отраслей, концентрическая диверсификация (пополнение ассортимента товарами, похожими на выпускаемые предприятием), горизонтальная диверсификация (пополнение ассортимента товарами, не похожими на товары, выпускаемые предприятием, но интересными для существующих рынков), конгломератная диверсификация (пополнение ассортимента товарами, не имеющими никакого отношения ни к применяемой технологии, ни к существующим товарам и рынкам). Делая выбор варианта стратегии развития предприятия, целесообразно учитывать маркетинговую ориентацию на потребителя и влияние внешних факторов;

Виды стратегий поведения предприятия на рынке

Стратегия конкурентного поведения предприятия ← набор конкретных программ стратегического характера, используемых фирмой для достижения ее главных целей рыночной деятельности.

Выбор стратегии конкурентного поведения предприятия производится на основе результатов *анализа стратегических зон деятельности фирмы на рынке (СЗД)*. В ходе его исследуются перспективы рентабельности функционирования предприятий в каждой конкретной зоне, характеризующейся определенным размером прибыли при заданных затратах; ожидаемым уровнем стабильности внешней среды; применяемыми методами ведения конкуренции; траекторий жизненного цикла товаров и услуг, объемом и ценой спроса на них. Критериями выбора возможной стратегической зоны предпринимательской деятельности выступают степень собственного влияния на рынке, рыночная доля предприятия, рост объема спроса на его товары и услуга в сопоставлении соответствующими показателями у основных влиятельных конкурентов.

Одним из наиболее популярных методов проведения анализа СЗД является *матрица БКГ* (Бостонской консультационной группы) (см. рис. 3)

В представленной матрице по оси абсцисс откладывается значение коэффициента доли рынка предприятия:

$$\text{Коэффициент доли рынка предприятия} = \frac{\text{Доля рынка данной СЗД}}{\text{Доля рынка крупнейшего конкурента}}$$

(3.4)

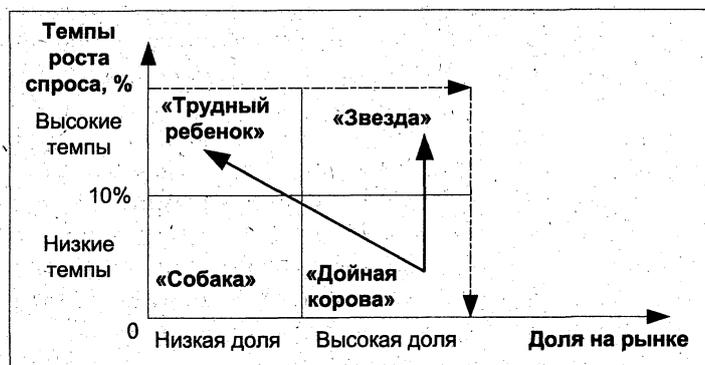


Рис. 3.2 Определение стратегических зон деятельности предприятия с помощью матрицы БКР.

— — — — — ' типичный путь развития стратегической зоны деятельности предприятия

Основы предпринимательской деятельности

—► основные направления финансовых потоков

В зависимости от величины соотношения рыночной доли предприятия и роста объема спроса на его продукцию выделяют четыре группы стратегий предприятия по зонам влияния (см. табл. 3.1).

Для предприятия лучшее положение из рассмотренных, когда его деятельность находится в стратегической зоне «звезда». Однако, чтобы это положение как можно дольше сохранялось, необходимо иметь заинтересованного экономического партнера, функционирующего в стратегической зоне «дойная корова», так как постоянно будет ощущаться недостаток финансовых средств для своего развития,

Малым и средним предприятиям трудно на фоне крупных пробиться на рынок, занять там достойное место и выжить, но их главным преимуществом является гибкость и мобильность, т.е. умение своевременно и легко адаптироваться к непредсказуемым рыночным процессам. При этом стратегия приспособления может быть различной:

- *стратегия «хамелеон»:* — используется в деятельности франчайзинговых предприятий, которые по договоренности с франчайзерами (крупными предприятиями) получают в достаточных количествах материальную базу, пользуются сформированными ими элементами инфраструктуры. Взамен полученных услуг франчайзи (малое предприятие) обязуется вес-ги свое дело по установленным франчайзером правилам;

Таблица 3.1 Характеристика стратегий поведения предприятий в каждой из стратегических зон влияния

Наименования зон влияния	Характерные признаки поведения предприятия на рынке
«Звезда» — высокая доля на рынке с большим спросом на товары и услуги	Это зона с высокой результативностью и существенными доходами, но значительная часть доходов предназначена для сохранения лидирующего положения предприятия на рынке, поэтому в данной зоне ощущается постоянный дефицит денежных средств
«Дойная корова» — высокая доля на рынке, спрос на товары и услуги заморожен и развивается низкими темпами	Лидирующее и стабильное положение на рынке мощной, но стареющей фирмы. В этой связи финансовые средства на рекламу и конкурентную борьбу не тратятся, так как другие, более мелкие, конкуренты не могут «втиснуться» в данную товарную нишу

Основы предпринимательской деятельности

<p>«Трудный ребенок» — низкая доля на рынке, но с быстрорастущим спросом на фирменные товары и услуги</p>	<p>Складывается ситуация «либо — либо», т.е. либо наращивать усилия и финансовые затраты и становиться «звездой», либо уходить с рынка. Как правило, /Собственных финансовых средств крайне недостаточно, и поэтому необходима помощь со стороны «дойной коровы» для финансовой поддержки и становления на рынке</p>
<p>«Собака» — низкая рыночная доля с минимальными темпами роста спроса на товары и услуги</p>	<p>Данная фирма занимает самое худшее положение. Прибыли не дает, а требует высоких затрат для своего участия на рынке. От «собак» надо вовремя избавляться или делать крупные финансовые вливания для перемещения их в состояние «звезд»</p>

• стратегия «премудрый пескарь» — применяется в деятельности малых брокерских, агентских, дилерских предприятий, которые, «не высываясь», оказывают существенное влияние на основные показатели деятельности крупных фирм на снижение издержек, росту качества товаров, услуг.

Контрольные вопросы.

1. В чем заключается сущность конъюнктуры предпринимательской деятельности?
2. Какие основные показатели предпринимательской конъюнктуры товара(услуги) на рынке?

Тема 4. Понятия прибыльности и ответственности.

Получение прибыли – непосредственная цель предпринимательской деятельности.

Прибыль – чистый доход, созданный в процессе предпринимательской деятельности.

Она может быть получена не только от основной, предпринимательской, деятельности предприятия. Составными элементами ее могут быть:

- 1) Прибыль от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг).
- 2) Прибыль от прочей деятельности, например от реализации имущества предприятия.
- 3) Прибыль от внереализационных операций, например от сдачи имущества в аренду, получение дивидендов.

Основы предпринимательской деятельности

Суммарная величина прибыли по всем приведенным позициям называется *валовой прибылью*. В соответствии с предметом рассмотрения настоящего учебного пособия остановимся на изучении первого элемента прибыли.

В экономике различают:

1) *балансовую прибыль*, величина которой в отчетном периоде отражается в форме №2 «Отчет о прибылях и убытках» обязательного финансового отчета предприятия и рассчитывается по формуле:

$$БП = В - З, \tag{4.1}$$

Где БП – величина балансовой прибыли;

З – затраты на ее производство и реализацию;

В – выручка от реализации продукции, исчисляемая как

$$В = \sum A_i C_i - НДС, \tag{4.2}$$

Где A_i – объем произведенной и реализованной i – продукции в натуральном выражении;

C_i – цена реализации i -ой продукции;

НДС – налог на добавленную стоимость;

2) *чистую прибыль*, которая остается в распоряжении предприятия, ее величина определяется по формуле:

$$Ч = \sum A_i C_i - НДС - З - Н - Ш, \tag{4.3}$$

Где Ч – чистая прибыль;

Н – величина налогов, выплачиваемых предприятием из прибыли;

Ш – предъявленные штрафные санкции, уплаченные предприятием.

Как видно из формулы, величина прибыли субъективно зависит от объемов произведенной и реализованной продукции и суммы затрат на нее, а также цен. По которым производились продажи, являющиеся следствием соответственно доли рынка предприятия, сложившегося уровня его конкурентоспособности и конкурентоспособности произведенной продукции. Последние в свою очередь – результат влияния конъюнктуры внешней среды, т.е. объективного фактора



Рис. 4.1. Факторы, влияющие на величину прибыли, получаемой от предпринимательской деятельности.

Основы предпринимательской деятельности

Конкурентоспособность продукции

Конкурентоспособной является такая продукция, комплекс потребительских и стоимостных свойств которой обеспечивает ей предпринимательский успех.

Уровень конкурентоспособности продукции является ее сравнительной характеристикой и определяется как комплекс следующих оценок:

1) ценовой конкурентоспособности – соотношение цен, по которым предприятие реализует свою продукцию, и цен ее потребления с соответствующими ценами на аналогичную продукцию основных конкурентов. При этом полная цена потребления продукции за весь ее срок службы у потребителя определяется по формуле:

$$C = C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + C_5 + C_6 + C_7 + C_8 + C_9 + C_{10} + C_{11},$$

Где C_1 – цена рынка;

C_2 – расходы на транспортировку;

C_3 – стоимость установки;

C_4 – стоимость хранения;

C_5 – стоимость технической информации и прочей документации;

C_6 – расходы по обслуживанию изделия;

C_7 – расходы на топливо, энергию;

C_8 – расходы на ремонт;

C_9 – оплата налогов, таможенных расходов и сборов;

C_{10} – стоимость страхования;

C_{11} – стоимость утилизации;

2) уровня качества продукции, под которым понимается относительная характеристика, полученная в результате сравнения значений показателя качества (экономических, технических, эксплуатационных и т.д.) оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей;

3) полезного эффекта использования, представляющего собой отдачу от использования продукции. Это интегрированный показатель, определяемый как совокупность используемых в конкурентных условиях частных показателей удовлетворения потребности.

После всех оценок рассчитывают сводный параметрический индекс конкурентоспособности продукции ($I_{и.к.п.}$), характеризующий степень удовлетворения потребности покупателя потребительскими свойствами, индекс конкурентоспособности продукции по экономическим параметрам ($I_{и.к.э.}$), и интегральный показатель конкурентоспособности продукции ($I_{и.к.и.}$):

$$I_{и.к.п.} = \sum \alpha_i X_i;$$

$$I_{и.к.э.} = \sum \beta_i Y_i,$$

Где α_i, β_i – веса i -го параметрического индекса;

X_i, Y_i – параметрические индексы i -го параметра;

n – число анализируемых количественных (экономических показателей);

Основы предпринимательской деятельности

$I_{и.к.и.} = I_{п} I_{э}$.

С помощью этих показателей производится *оценка конкурентных преимуществ выпускаемой продукции*. Она задается показателями, характеризующими объективное влияние конъюнктуры внешней среды:

1. Потребность в выпускаемой продукции;
2. Значением ее цены для потребителя и его готовностью платить более высокую цену;
3. Объемом импортных поставок аналогичной продукции на рынок.

Для получения субъективной оценки изучается совершенство концепции продукции и рассчитываются параметры ее качества; путем опросов или сравнительных тестов определяется соответствие его мировому уровню, рассматривается возможность снижения или увеличения цен на продукцию с учетом возможных скидок или наценок, оценивается глубина проводимых маркетинговых исследований, эффективность сбыта и его стимулирования с точки зрения используемых каналов товародвижения, а также эффективность рекламной деятельности; изучаются пути улучшения обслуживания покупателей.

По результатам исследований, проведенным по всем рассмотренным направлениям изучения конкурентоспособности выпускаемой продукции, проводится сравнительный анализ значений ее отдельных характеристик и соответствующих показателей у предприятий-конкурентов, в ходе которого определяется ее уровень. Такими показателями были признаны: полезность, цена, дизайн, предпродажное и послепродажное обслуживание, качество, эффекты от потребления.

Управление конкурентоспособностью продукции – реализация мер по совершенствованию ее качества, поиску новых каналов ее сбыта и улучшению послепродажного сервиса.

Внешняя конъюнктура непрерывно меняется. Следовательно, и управление конкурентоспособностью выпускаемой продукции – это непрерывный процесс, политика которого избирается в тесной привязке к фазам его жизненного цикла продукции, чтобы своевременно улавливать момент снижения значения какого-либо показателя конкурентоспособности и предпринять соответствующие упреждающие решения, например, снять изделие с производства, модернизировать его, перевести на другой сектор рынка. При этом исходят из того, что выпуск предприятием нового продукта, прежде чем старый исчерпал возможности поддержания своей конкурентоспособности, обычно экономически нецелесообразен.

В рыночной экономике предприятие не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатель конкурентоспособности продукции. При вступлении на новые сегменты рынка, расширении производства, осуществлении инвестиций в целях его модернизации и обновления ассортимента продукции, улучшения ее качества необходима оценка конкурентоспособности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это возможность эффективной предпринимательской деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.

Несомненно, конкурентоспособность продукции во многом определяет конкурентоспособность самого предприятия, однако между этими понятиями имеются существенные отличия. Так, конкурентоспособность предприятия, отражающая его отличия от соперничающих с ним предприятий, применима к довольно длительному периоду, в то время как оценка конкурентоспособности

Основы предпринимательской деятельности

продукции актуальна лишь в течение незначительного с точки зрения экономики промежутка времени. Поэтому в отличие от конкурентоспособности продукции, которая может изменяться в короткий срок, устойчивая конкурентоспособность предприятия достигается в течение длительного времени и может поддерживаться на протяжении длительного времени. Это связано с тем, что для достижения превосходства над конкурентами на соответствующем товарном рынке должен пройти хотя бы один цикл обновления продукции.

Кроме того, эффективность деятельности производителя оценивает не только потребитель, но и сам производитель, который в конечном счете решает, выгодно ли для него в данных конкурентных условиях заниматься производством именно такой продукции.

Данная категория выражает способность предприятия противостоять на рынке конкурентам как по степени удовлетворения своей продукцией конкурентной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности. Следовательно, это относительная характеристика.

Никто не заставляет предприятие повышать его конкурентоспособность, кроме угрозы банкротства.

Рассмотрим ответственность предпринимателей.

Существует административная, экономическая, гражданская и уголовная формы ответственности предпринимателей в случае нарушения ими действующего законодательства.

А. Ответственность предпринимателей перед государством

Следствием законодательно установленных правил осуществления предпринимательской деятельности является возникновение ответственности у субъектов, ее осуществляющих, в случае нарушения этих правил и причинения ущерба государственным интересам. К наиболее распространенным *видам нарушения* относятся:

1. Деятельность незарегистрированных предпринимателей;
2. Осуществление деятельности без лицензии в тех случаях, когда это необходимо в соответствии с Федеральным законом РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 25 сентября 1998 г. № 39;
3. Несоблюдение ограничений монополистической деятельности, регламентируемой Законом РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 г. № 948-1 (ред. 30 декабря 2001 г.). Если такое нарушение обнаруживается, на руководителя налагается штраф до 200 размеров минимальной оплаты труда, а в отдельных случаях применяется принудительная реорганизация предприятия;
4. Несоблюдение дисциплины цен, регулируемых государством; правовой основой в выборе формы наказания является Гражданский кодекс РФ;
5. Несоблюдение законодательства о стандартизации и сертификации. Правовой основой регулирования служит Закон РФ «О сертификации продукции и услуг» от 10 июня 1993 г. № 5151-1 (ред. 31 июля 1998 г. с изм. От 22 ноября 2001 г.), а также требования ГОСТов и правил обязательной сертификации продукции по установленным перечням.

Самой распространенной формой ответственности в настоящее время является экономическая. В рамках ее могут применяться следующие *виды санкций*: штрафы, пени, изъятие средств, полученных предприятием в результате нарушений законодательства, в бюджет; выдача предписания о запрете или

Основы предпринимательской деятельности

приостановке реализации и эксплуатации проверенной продукции; выдача предписаний об устранении выявленных нарушений ГОСТов на стадии разработки продукции, подготовки ее к производству, изготовления, транспортировки и утилизации; применение штрафов; запрещение ввоза импортной продукции, не прошедшей государственной регистрации; нарушение налогового законодательства.

Б. ответственность предпринимателей перед партнерами по хозяйственным договорам.

Ответственность перед экономическими партнерами наступает в случае несоблюдения условий хозяйственного договора.

Виновный несет *имущественную* ответственность, которая носит компенсационный характер. Она наступает не автоматически, а при наличии следующих условий: несоблюдении обязательств договора, наличии вытекающих из этого убытков, а также при доказуемости вины нарушителя. Должник признается невиновным в двух случаях: если принял все зависящие от него меры для надлежащего исполнения обязательства и если ущерб возник в результате действия непреодолимой силы.

Виды санкций, применяемых к нарушителю:

1. *Компенсация* прямых убытков, упущенной выгоды или выплата неустойки в пользу экономического партнера;

Упущенная выгода (правовое основание: ст. 15 ГК РФ) – неполученные доходы, которые могли быть получены при обычных условиях оборота. При определении ее может использоваться «Временная методика определения ущерба (убытков), причиненного нарушениями хозяйственных договоров» от 21 декабря 1991 г.

Неустойка – определенная законодательством или договором денежная сумма, которую должник обязан заплатить кредитору в случае неисполнения договора.

2. *Меры оперативного воздействия* без обращения в судебные инстанции, а именно: право отказаться от некачественной продукции, закрепленное в договоре, задержка выдачи груза до момента его оплаты, обязанность продавца устранить недостатки проданного товара в соответствии купли-продажи с гарантийным сроком;

3. *Пеня и возмещение убытков, причиненной просрочкой* (правовое основание: ст. 405 ГК РФ). При этом должник не считается просрочившим свои обязательства, которые возникли вследствие просрочки кредитора.

В. Ответственность предпринимателей за нарушение трудовых прав работников

Виды нарушений: неисполнение требований трудового законодательства, обязательств коллективного договора, положений устава предприятия по поводу соблюдения минимальных гарантий продолжительности рабочего времени, отдыха, оплаты труда, осуществления обязательного страхования.

Виды ответственности:

1. *Дисциплинарная* – за нарушения правил техники безопасности, охраны труда и производственной санитарии;

2. *Административная* – за нарушение трудового законодательства;

3. *Уголовная* – за хищение имущества, фиктивное или умышленное банкротство, за несчастные случаи с работниками со смертельным исходом и т.д.

Основы предпринимательской деятельности

4. *Материальная* – предполагает возмещение предприятию расходов, связанных с нарушением трудового законодательства (например, оплата вынужденного прогула, восстановление в прежней должности в случае незаконного увольнения).

Г. Ответственность предпринимателей перед собственником имущества предприятия.

Предприниматель, не являющийся собственником имущества, осуществляет свою деятельность на правах хозяйственного ведения. При этом у собственников сохраняется право на получение дохода от использования имущества. Доход начисляется из чистой прибыли предприятия на основании решения отчетного собрания участников (собственников) прямо пропорционально доле оплаченного вклада каждого участника в имуществе предприятия. В случае неполучения дохода собственники вправе подать иск на его взыскание. Тогда предприниматель несет ответственность перед собственниками имущества предприятия на условиях предусмотренных в контракте, заключенном с ними.

В условиях формирования рыночной экономики социальной ориентированности выявляется такое понятие как социальная ответственность предпринимательства. В его содержании лежит модель функционирования, в которой присутствует значительная направленность ресурсов предпринимательства, обеспечивающая значительную социальную поддержку всем своим работникам. Традиционно это проявляется в формировании социального пакета работникам, оплате обучения. Лечения их детей и т. д. Наличие социальной ответственности подтверждает качество, устойчивость предпринимательства.

Контрольные вопросы.

1. Место прибыльности в системе показателей предпринимательской деятельности.
2. Виды ответственностей в предпринимательстве.

Тема №5: Социально-экономическое регулирование предпринимательской деятельности.

Важнейшим регулятором этой деятельности является государство и его структура.

Государство осуществляет следующие функции по регулированию предпринимательской деятельности:

- создает правовое поле для развития предпринимательства: разрабатывает необходимые законы и нормативные акты, определяют права собственности, а также обеспечивает контроль качества предпринимательской продукции;
- обеспечивает надлежащий правопорядок в стране и ее национальную безопасность, а также безопасность осуществления предпринимательской деятельности;
- стабилизирует экономическое развитие посредством проведения соответствующей экономической политики;
- обеспечивает социальную защиту и выдает социальные гарантии наемным работникам путем установления минимальной заработной платы, пенсий по старости и инвалидности, пособий по безработице, оказания помощи малоимущим, индексации доходов населения в связи с инфляцией;

Основы предпринимательской деятельности

- принимает меры по защите конкуренции и ограничению монополии;
- разрабатывает и реализует программы по поддержке предпринимательской деятельности;
- организует и контролирует выполнение действующего законодательства в области налогообложения, банковской системы.

Условия вмешательства государства в предпринимательскую деятельность могут быть негативными и позитивными.

1. Негативные – это условия проявления отрицательных тенденций в различных сферах экономики, которые негативно влияют на предпринимательскую деятельность. Например, социальная напряженность в обществе, угроза национальной безопасности и ухудшения состояния окружающей среды, инфляция, безработица, дефицит бюджета, неконкурентоспособность отечественной продукции на мировом рынке, инвестиционный крах, спад производства и т.д.

Роль государства в этом случае заключается в выявлении негативных тенденций и принятии мер по их устранению.

2. Позитивные условия – проявление положительных тенденций. Роль государства здесь видится в их своевременном выявлении и поддержании.

Рассмотрим методы государственного воздействия на предпринимательскую деятельность. Эти методы воздействия на предпринимательскую деятельность бывают: экономические и административные.

1. Экономические методы. К ним относят:

- налогообложение;
- перераспределение доходов и ресурсов;
- ценообразование;
- кредитно-финансовые механизмы;
- осуществление государственной предпринимательской деятельности.

2. Административные методы. Среди них:

- принятие и корректировка законодательства;
- контроль за его соблюдением.

Последние методы используются только в том случае, когда экономические неэффективны или неприемлемы.

Меры государственного воздействия на предпринимательскую деятельность.

Проведение экономической политики государства включает:

1) фискальную (бюджетную) политику – регулирование государственным бюджетом и налогообложением. Она проводится с помощью следующих средств:

- в период спада производства осуществляется финансирование общественных работ, государственных программ по поддержанию отраслей и форм;
- в период подъема уменьшаются размеры налогов, взимаемых с населения и предприятий, что ведет к повышению платежеспособного спроса и возможностей для инвестирования у предприятий, а следовательно, и к оживлению экономики;
- разрабатывается гибкая система налогообложения, предусматривающая возможность получения льгот для предприятий, функционирующих в желательных для государства сферах экономики; льгот для малых предприятий, а также предприятий, осуществляющих реконструкцию, техническое перевооружение или расширение действующего производства;

Основы предпринимательской деятельности

2) кредитно-денежную политику – целенаправленное управление со стороны государства банковским процентом, денежной массой и кредитами, которые в свою очередь воздействуют на потребительский и инвестиционный спрос.

Эта политика проявляется в том, что Центральный банк РФ, являясь исполнителем государственной политики, соответствующим образом воздействует на коммерческие банки, нормируя обязательные резервы, и тем самым стимулирует выдачу кредитов.

В качестве другого экономического регулятора государство использует свое право покупки и продажи ценных бумаг, таким образом влияя на экономический рост и инфляцию, т.к. покупка ведет к увеличению денежной массы. А продажа – к ее снижению;

3) научно-техническую политику – обеспечение комплексного развития науки и техники, которая предусматривает выбор приоритетных направлений в развитии науки и техники, государственную поддержку их развития путем финансирования, осуществление прогрессивной амортизационной и инвестиционной политики, совершенствование системы оплаты труда научных работников, участие в международном научно-техническом сотрудничестве и др.;

4) амортизационную политику – определение норм амортизации, порядка ее исчисления и использования;

5) инвестиционную политику – регулирование темпов роста производства, ускорения НТП, изменение отраслевой структуры экономики. Основная задача – освобождение государства от функции основного инвестора и создание условий для привлечения частных инвестиций в экономику;

6) осуществление государственного предпринимательства – участие государственных предприятий в производстве и сбыте товаров и услуг;

7) индикативное прогнозирование и планирование, регулирование экономическим развитием. Оно основано на результатах анализа развития экономики исходя из имеющихся ресурсов. Результатом его являются такие основные макроэкономические плановые показатели, как темпы роста валового национального продукта и национального дохода, уровни инфляции, безработицы, минимальной заработной платы труда, процентные ставки кредитов и другие, а также определение способов их достижения и регулирования в случае невыполнения плана;

8) ценовую политику – регулирование цен на важнейшие товары и услуги первой необходимости, на продукцию монополистов с помощью определения предельных или фиксированных цен, предельных коэффициентов изменения цен, предельных уровней рентабельности;

9) внешнеэкономическую и социальную политику – обеспечение условий для притока иностранных инвестиций и свободного выхода отечественных предпринимателей на мировой рынок с помощью таможенных тарифов, протекционизма, принятия соответствующих законов.

Государственное регулирование занятости населения – комплекс мероприятий, осуществляемых сетью специальных государственных учреждений в целях поддержания занятости, повышения мобильности рабочих сил, включающих создание рабочих мест, селективные меры по повышению возможностей людей получить и сохранить работу.

Цель государственного регулирования на рынке труда заключается в том, чтобы достичь приближения к количественному и качественному равновесия спроса и предложения рабочей силы. Ее достижение обеспечивают следующие органы:

Основы предпринимательской деятельности

- государственная служба занятости;
- миграционная служба;
- учебные заведения;
- коммерческие агентства по трудоустройству.

Все мероприятия, проводимые государством в области занятости, можно объединить в два направления в зависимости от степени активности по отношению к экономическим реформам.

1. Пассивная политика нацелена на решение социальных проблем, возникших в связи с реформами. В рамках этой политики осуществляются такие мероприятия:

- субсидирование занятости в частном секторе экономики;
- поддержка безработных, открывающих собственное дело;
- выделение средств из фонда занятости предприятиям для создания рабочих мест;
- выделение субвенции на создание дополнительных рабочих мест в районах, где сложилась чрезвычайная ситуация на рынке труда;
- сохранение социально значимых рабочих мест на предприятиях, испытывающих временные трудности из-за разрыва хозяйственных связей;
- оформление досрочного выхода на пенсию при наличии обязательного трудового стажа, дающего право на получение пенсии в полном размере, но не ранее чем за два года до установленного законодательством срока выхода на пенсию;
- социальная защита: выплата пособий по безработице, установление минимального размера заработной платы, индексация доходов населения, развертывание системы переобучения безработных;
- квотирование рабочих мест;
- разработка и внедрение программ организации общественных работ.

2. Активная политика занятости стимулирует продвижение реформ. Приоритетными направлениями являются:

- содействие в трудоустройстве квалифицированных специалистов, создание многофункциональных бирж труда для различных профессиональных групп;
- профессиональное обучение и консультирование, техническое перевооружение служб занятости на базе единой системы информационного обеспечения;
- использование гибких форм занятости;
- льготное кредитование;
- сохранение экономически целесообразных рабочих мест на предприятиях, испытывающих временные трудности из-за разрыва хозяйственных связей;
- введение правовых норм и экономических мер поощрения работодателей, расширяющих возможности для занятости (освобождение от налога на прибыль, направляемую на капиталовложения; налоговые льготы предприятиям, увеличивающим объем производства);
- организация ярмарок вакансий;
- разработка мер поддержки малого бизнеса (налоговые льготы, обеспечение выгодных кредитных ставок и сроков кредитования, страхование риска и т.д.).

Современное предпринимательство обязательно использует бизнес-планирование.

Бизнес-план является важным инструментом при рассмотрении большого количества вариантов решений, позволяющим выбрать наиболее приемлемые для реализации и определить средства достижения целей. Назначение бизнес-плана – помочь предпринимателям:

Основы предпринимательской деятельности

- оценить свои возможности;
- изучить емкость и перспективы развития будущего рынка;
- оценить необходимые затраты и соизмерить их с теми ценами, по которым можно будет реализовать продукцию (услуги) для определения потенциальной прибыльности задуманного дела;
- убедить возможного инвестора в привлекательности и конкурентоспособности предпринимательского проекта;
- обнаружить возможные «подводные камни» в первые годы его реализации;
- определить по оценочным показателям прибыльность или убыточность рассматриваемого проекта;
- установить возможные контакты.

Составляя бизнес-план, надо помнить, что ваш бизнес – в удовлетворении потребностей покупателя, а средствами достижения этого являются новые продукты или услуги. Имея новые технологии, продукты, изменения моделей, но с долгосрочными целями. Вы всегда будете в бизнесе.

Бизнес-план может составляться как при создании собственного дела, так и для уже действующего предприятия при освоении новых видов продукции, новых технологий, новых видов услуг, для моделирования будущего развития предприятия.

При разработке бизнес-плана предприниматель получает ответы:

- как начать свое дело?
- как эффективно организовать производство?
- когда будут получены первые доходы?
- как скоро можно будет расплатиться с инвесторами?
- как уменьшить возможный риск?

После составления бизнес-плана необходимо произвести самостоятельную проверку полноты его составления. Вам необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Описание будущего предприятия.

Предприятие какого типа Вы планируете создать (производственное, торговое, сферы услуг). (Задание – машиностроительное производство).

Какие именно продукты или услуги Вы будете предлагать?

Почему оно сулит вам прибыль?

Каковы перспективы его роста?

2. План маркетинга.

Кто Ваши потенциальные потребители?

Как Вы их будете удерживать на рынке?

Кто ваши конкуренты?

Кто ваши поставщики?

Где будет находиться ваша фирма?

Как Вы будете реализовать вашу продукцию?

3. План организации.

Кто будет осуществлять управление предприятием?

Сколько работников Вам потребуется?

Как вы планируете выплачивать заработную плату?

Как Вы будете вести бухгалтерскую отчетность?

Какую форму собственности Вы выбираете, почему?

4. Финансовый план.

Какой доход, по Вашим прогнозам, будет получать Ваше предприятие?

Основы предпринимательской деятельности

Во сколько Вам обойдется создание Вашего предприятия и обеспечение его функционирования в течение года с момента создания?

Каковы Ваши личные финансовые потребности?

Какой объем продаж потребуется, чтобы обеспечить прибыль (хотя бы в течение года)?

Каковы капитальные затраты на оборудование?

Есть ли у Вас необходимое помещение или будете его арендовать?

Сколько для этого потребуются финансовых средств?

Каковы суммарные финансовые потребности?

Какими средствами Вы располагаете?

Каковы потенциальные источники финансирования: кредитор, инвестор отечественный или зарубежный?

Когда Вы выплатите кредит (сроки кредитования и условия его погашения)?

Контрольные вопросы.

1. Необходимость регулирования предпринимательской деятельности.
2. Методы, меры регулирования предпринимательства.
3. Бизнес-планирование как инструмент регулирования предпринимательства.

Тема 6. Виды ресурсов предпринимательской деятельности.

Главным условием успешного осуществления предпринимательской деятельности является её достаточное и своевременное ресурсное, методическое, правовое, организационное, информационное, научно-техническое и инвестиционное обеспечение. Учитывая разнообразную природу данных элементов обеспечивающей подсистемы, следующим важным принципом экономического и социального управления предпринимательством выступает логическая координация и интеграция.

Ресурсы занимают центральное место в обеспечивающей подсистеме рассматриваемой системы управления предпринимательством, без которых её функционирование вообще невысказимо. Поэтому далее остановимся на более подробном их рассмотрении.

Предпринимательские ресурсы включают имущество предприятия и рабочую силу (см. рис. 6.1). Всё имущество предприятия подразделяется на оборотные и внеоборотные средства. Ресурсы каждого вида отличаются друг от друга физической формой, ролью и местом в производственном процессе, а также влиянием на экономические результаты деятельности предприятия.

Среди всех предпринимательских ресурсов основными являются рабочая сила, основные производственные фонды и оборотные средства.

Основы предпринимательской деятельности

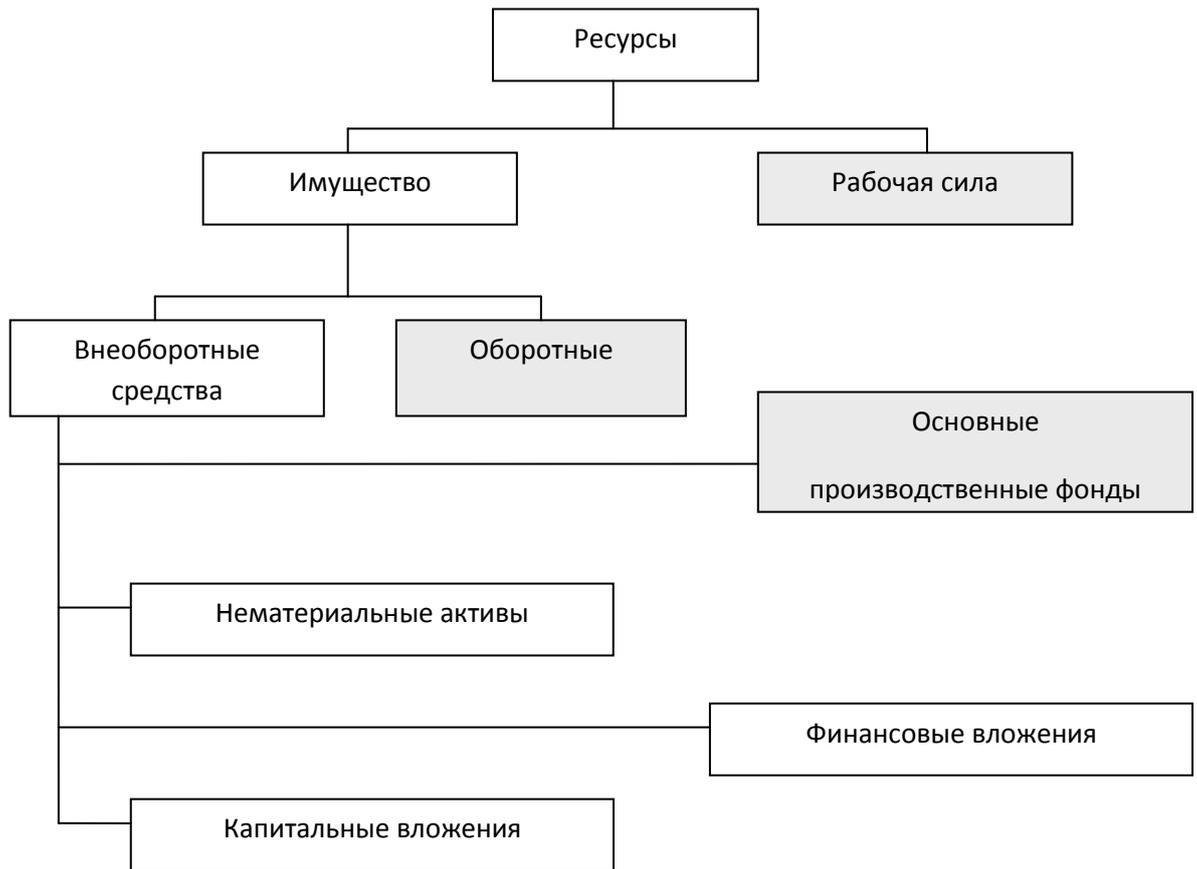


Рис. 6.1. Состав предпринимательских ресурсов.

Рабочая сила

Оценка эффективности использования рабочей силы предприятия выявляется в ходе социально-экономического анализа кадрового обеспечения предприятия и результатов трудовой деятельности работников.

Социально-экономический анализ обеспечения и использования персонала – важное направление экономического анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия, нацеленное на выявление путей повышения эффективности работы предприятия за счет лучшего использования персонала.

Цель анализа – выявление внутрипроизводственных резервов использования рабочей силы потенциала предприятия и на этой основе определение повышения эффективности его деятельности.

Задача анализа – увеличить значимость каждой единицы рабочей силы персонала.

Основные производственные фонды

Основные фонды – это материально-вещественные ценности, действующие в неизменной натуральной форме в течение длительного периода времени и утрачивающие свою стоимость по частям.

В зависимости от характера их участия в процессе расширенного воспроизводства все основные фонды подразделяются на производственные и не производственные (см. рис. 6.2).

Первые составляют материально - техническую базу предпринимательской деятельности. В их составе выделяют активную часть – фонды, которые обслуживают решающие участки предпринимательской деятельности и непосредственно определяют её производственные возможности; и пассивную, обеспечивающую нормальное функционирование активных элементов. В

Основы предпринимательской деятельности

соответствии с действующей видовой классификацией чаще всего к первой группе относят оборудование, а ко второй – здания, сооружения, инвентарь.

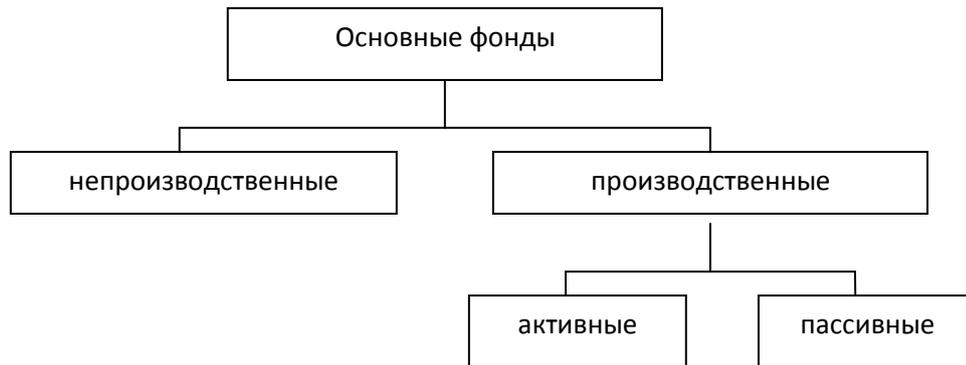


Рис. 6.2. Состав основных фондов предприятия

Для планирования и анализа состояния, обеспеченности и использования основных фондов производится оценка их стоимости. По причине длительного участия основных производственных фондов в деятельности рассчитывают первоначальную, восстановительную, остаточную и среднегодовую стоимость.

Первоначальная стоимость основных фондов – сумма затрат на изготовление или приобретение фондов, их доставку и монтаж.

Восстановительная стоимость – затраты на воспроизводство основных фондов в современных условиях, которые устанавливаются во время переоценок.

Остаточная стоимость – разница между восстановительной стоимостью и её изношенной частью.

Среднегодовая стоимость – двенадцатая часть суммы половины остаточных стоимостей основных производственных фондов по состоянию на начало и конец расчетного года, а также их остаточных стоимостей на начало всех остальных месяцев расчетного периода.

Изношенная часть стоимости основных фондов образуется в результате накопления амортизации, которая рассчитывается путём умножения восстановительной стоимости основных производственных фондов на норму амортизации.

Амортизация – денежное возмещение износа основных фондов путём включения части их стоимости в затраты на выпуск продукции.

Накопленная за весь период эксплуатации основных производственных фондов сумма от амортизационных начислений представляет собой денежное выражение физического и морального износов фондов.

Физический износ – постепенная утрата Основными производственными фондами их первоначальной стоимости.

Моральный износ – уменьшение восстановительной стоимости основных производственных фондов под влиянием сокращения общественно необходимых затрат на их воспроизводство.

В условиях ускоряющихся темпов научно-технического прогресса период морального износа сокращается, и предприятие несет убытки в случае его превосходства над периодом физического износа (рис. 5.4). Наибольший эффект в эксплуатации основных производственных фондов достигается при совпадении во времени их физического и морального износа.

Основы предпринимательской деятельности

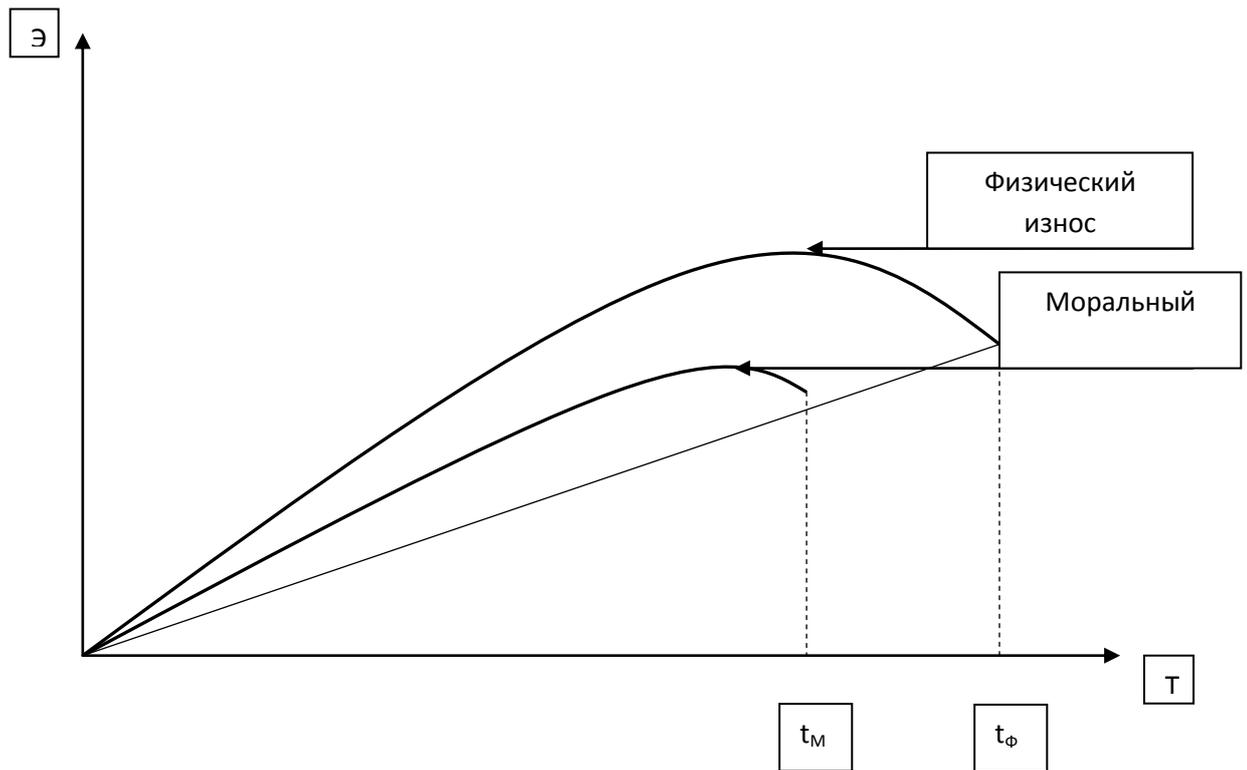


Рис. 6.3. Эффект от соотношения темпов морального и физического износа основных производственных фондов

Показатели, характеризующие состояние основных производственных фондов(ОПФ)

Среди таких показателей – детальная структура ОПФ в соответствии с принятой видовой классификацией, которая показательна в динамике. С её помощью выявляют тенденции изменения доли активной части ОПФ, её соотношения с пассивной частью.

Это дает возможность рассмотреть резервы повышения эффективности использования ОПФ на основе оптимизации их структуры, что оказывает непосредственное влияние на финансовое состояние предприятия.

Кроме того, при характеристике состояния ОПФ рассчитываются следующие показатели:

- Коэффициент обновления:

$$K_{обн} = \frac{\text{Стоимость_ОПФ_поступивших}}{\text{Стоимость_ОПФ_на_конец_года}};$$
- Срок обновления ОПФ:

$$T_{обн} = \frac{\text{Стоимость_ОПФ_на_начало_периода}}{\text{Стоимость_ОПФ_поступления}};$$
- Коэффициент выбытия ОПФ:

$$K_{выб} = \frac{\text{Стоимость_ОПФ_выбывших}}{\text{Стоимость_ОПФ_на_начало_периода}}$$
- Коэффициент прироста ОПФ:

$$K_{пр} = \frac{\text{Стоимость_прироста_ОПФ}}{\text{Стоимость_ОПФ_на_начало_периода}}$$
- Коэффициент износа ОПФ:

Основы предпринимательской деятельности

$$K_{изн} = \frac{\text{Сумма}_\text{износа}_\text{ОПФ}}{\text{Первоначальная(восстановительная)}_\text{стоимость}_\text{ОПФ}}$$

- Коэффициент годности ОПФ:

$$K_{год} = \frac{\text{Остаточная}_\text{стоимость}_\text{ОПФ}}{\text{Первоначальная}_\text{стоимость}_\text{ОПФ}}$$

Оборотные средства

Оборотные средства полностью переносят свою стоимость на себестоимость продукции. Их сумма и скорость оборота влияют на эффективность деятельности предприятия, что обуславливает их особое значение как объекта управления. Наличие у предприятия достаточных оборотных средств является необходимой предпосылкой его нормального функционирования в условиях рыночной экономики.

Оборотные средства включают в себя оборотные производственные фонды и фонды обращения, которые в свою очередь подразделяются на элементы (см. Рис. 5.5). Такое деление оборотных средств определяется особенностями их использования и распределения в сферах производства продукции и её реализации.

Оборотные средства предприятия – совокупность его денежных средств, предназначенных для образования оборотных производственных фондов и фондов обращения.

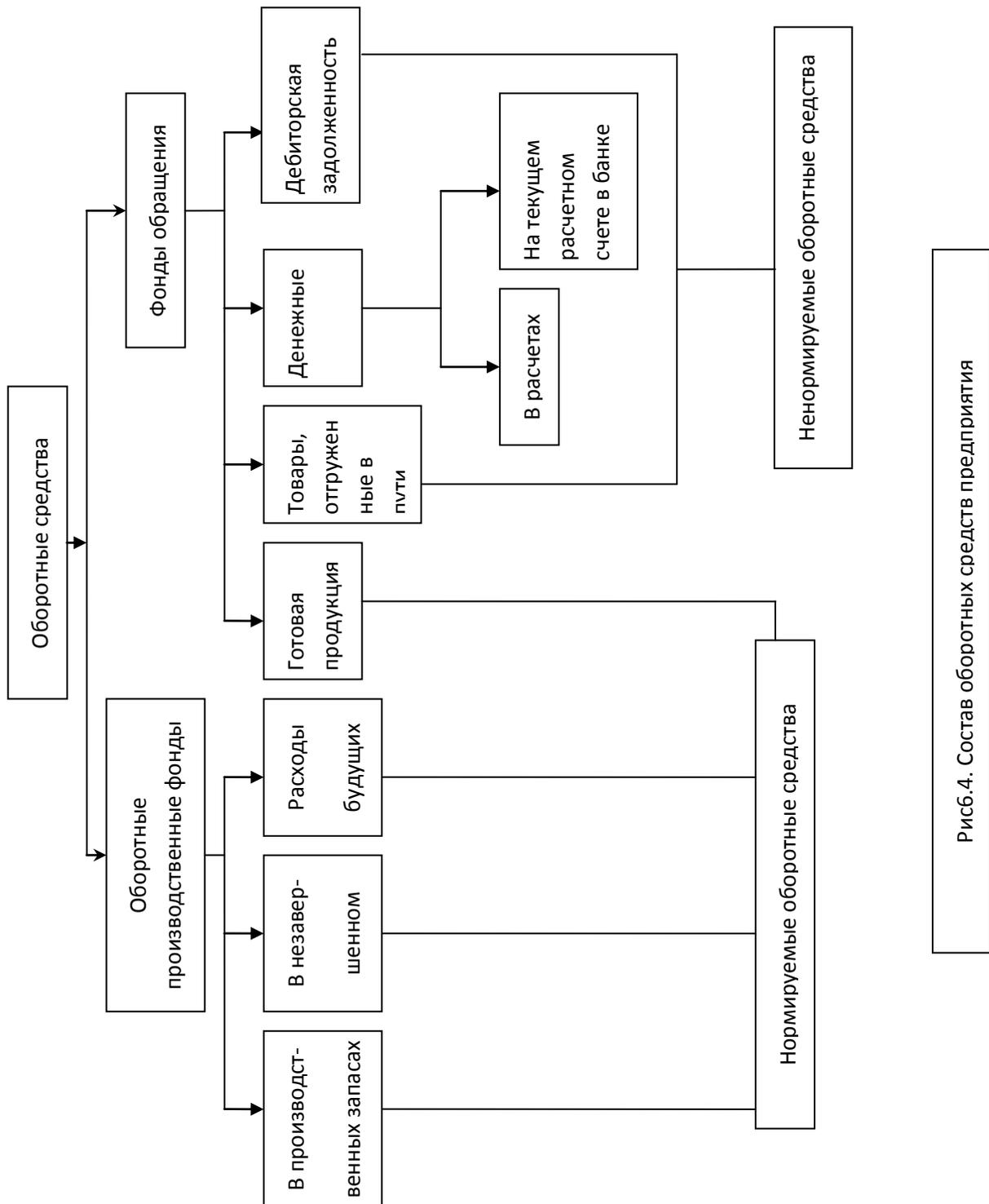
К оборотным производственным фондам относится та часть оборотных средств предприятия, вещественные элементы которых в процессе труда претерпевают изменения своей натуральной формы и физико-химических свойств. Они теряют потребительскую стоимость по мере их производственного потребления. Новая потребительская стоимость возникает в виде выработанной из них продукции.

Одновременно происходит движение в сфере обращения, которая обслуживает рассматриваемый процесс. Кругооборот денежных средств начинается с момента оплаты предприятием материальных и других ресурсов, необходимых производству, и заканчивается возвратом этих затрат в составе выручки от реализации продукции. Затем денежные средства вновь используются предприятием для приобретения материальных ресурсов и очередного запуска их в производство. Тем самым обуславливается непрерывное возобновление процесса производства.

В результате оборотные средства постоянно находятся в движении, совершая кругооборот. Из сферы обращения они переходят в сферу производства, а затем из сферы производства вновь возвращается в сферу обращения и т.д. В своём движении оборотные средства, изменяя форму, проходят последовательно три стадии кругооборота:

1. стадию создания производственных запасов (или денежную стадию);
2. производственную стадию;
3. стадию обращения (или товарную стадию).

Основы предпринимательской деятельности



Рисб.4. Состав оборотных средств предприятия

В процессе кругооборота каждый из элементов оборотных средств выполняет свою строго определенную функцию, в результате чего устанавливаются определенные пропорции в их соотношениях.

Соотношение между отдельными элементами оборотных средств, выраженное в процентах, называется структурой оборотных средств.

Структура оборотных средств на предприятиях различных отраслей не одинакова. Это объясняется и особенностями организации предпринимательской деятельности, и условиями её снабжения и сбыта произведенной продукции, и местонахождением поставщиков и потребителей, и структурой затрат. Общим в структурах оборотных средств всех предприятий является преобладающее

Основы предпринимательской деятельности

размещение их в незавершенном производстве. В структурах оборотных производственных фондов, в свою очередь, наибольшую долю занимают производственные запасы.

Производственные запасы – это различные вещественные элементы производства, используемые в качестве предметов труда в производственном процессе, которые уже поступили предприятию, но пока ещё не использованы им и не подвергнуты переработке.

Информационное обеспечение системы управления предпринимательством

Информационное обеспечение системы экономического и социального управления предпринимательством – это совокупность управленческих решений по объему, размещению и формам организации информации, циркулирующей в соответствующей системе управления.

Элементами информационного обеспечения являются:

- оперативная и нормативно-справочная информация;
- классификаторы технико-экономической информации;
- системы документации (унифицированные и специальные)

Различают следующие формы информационного обеспечения:

1. **внемашинная информационная база**, которая представляет собой совокупность сообщений, сигналов и документов в форме, воспринимаемой сотрудником непосредственно, без применения средств вычислительной техники; включает систему классификации и кодирования информации, систему управленческой документации, систему организации, хранения, внесения изменений в документацию;
2. **внутримашинная информационная база** – совокупность однородных информационно-ориентированных записей, содержащихся в массивах данных на машинных носителях, а также системы программ предприятия, накопления, введения и доступа к информации этих массивов. В базе данных накапливается и постоянно обновляется информация в виде небольшого числа массивов, каждый из которых ориентирован на использование при решении многих задач управления. Совокупность баз данных, организованных по определенным правилам, предусматривающим общие принципы описания, хранения и манипулирования данными; технических и программных средств их формирования составляют банк данных.

К разработке информационного обеспечения предъявляют такие требования:

- рациональная интеграция обработки информации при минимальном дублировании информации в информационной базе;
- сокращение числа форм документов;
- возможность машинной обработки информации, содержащейся в документах и во внутримашинной сфере;
- необходимая избыточность информационного обеспечения, позволяющая пользователям различного уровня получать информацию с различной степенью детализации.

Роль ритмичности предпринимательской деятельности в экономном использовании всех ресурсов

Суть такой оценки состоит в сопоставлении значений показателей использования человеческих, материальных и финансовых ресурсов. При этом рассчитывают:

1. показатели экстенсивного развития – численность; фонд оплаты труда, расход материалов; амортизацию; объем ОПФ; нормированные оборотные средства;

Основы предпринимательской деятельности

2. показатели интенсивного развития – производительность труда и трудоемкость; материалоемкость и материалотдачу; фондоотдачу и фондоемкость; уровень запасов оборотных средств; прибыль; рентабельность материальных ресурсов.

Контрольные вопросы:

1. Понятие и структура ресурсов для предпринимательства
2. Показатели использования всех видов ресурсов

Тема 7. Затраты и управление ими

Понятие затрат в предпринимательской деятельности

Затраты представляют собой стоимостную оценку используемых в процессе производства и реализации природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, человеческих ресурсов и т.д.

На практике различают 2 схожих понятия: затраты и расходы.

РАСХОДЫ -это перечисление денежных или передача в порядке обмена других средств на оплату материалов, работ и услуг вне связи с определенным периодом, в то время как затраты формируют стоимость использованных ресурсов по времени приходящихся на отчетный период.

Данное разграничение вызвано тем, что отправным пунктом в управлении затратами является их четкое выделение во времени и пространстве.

Затраты формируют себестоимость продукции.

СЕБЕСТОИМОСТЬ- это выраженная в денежной форме величина всех производственных затрат на единицу или весь объем выпущенной продукции.

Себестоимость показывает, во что фактически обошлась предприятию проданная продукция (оказанные услуги, выполненная работа). В состав себестоимости входят не все затраты. Распределение их по источникам формирования (на себестоимость или на прибыль) регламентируется «Положением о составе затрат по производству и реализации продукции (работ или услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ или услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли», утвержденным постановлением Правительства РФ №552 от 5 августа 1992г. Согласно Положению Затраты, включаемые в себестоимость продукции, называются издержками. Другая часть затрат формируется за счет прибыли.

Определение себестоимости имеет большое практическое значение в деятельности предприятия. Так, исчисление ее необходимо для контроля выполнения плана и оценки динамики показателей, определения рентабельности производства, осуществления внутрипроизводственного хозрасчета, выявления резервов снижения себестоимости продукции, определения цен на продукцию, расчета экономической эффективности функционирования действующей и внедрения новой техники, технологии, организационно-технических мероприятий, экономического обоснования решения об освоении производства новых видов продукции и снятия с производства устаревших и решения других экономических задач. Информация о себестоимости лежит и в основе прогнозирования развития предпринимательской деятельности, поэтому для эффективной предпринимательской деятельности необходимо осуществлять управление затратами на производство и реализацию продукции.

Основы предпринимательской деятельности

Однако многообразие затрат обуславливает определенные трудности в управлении ими. Отсюда важной проблемой в получении экономического обоснования управленческих решений является обеспечение прозрачности состава затрат.

Заслуживает внимание классификация по видам затрат. На практике составляют смету затрат и калькуляцию на изготовление продукции.

СМЕТА ЗАТРАТ показывает источники их возникновения. Ее элементы-материальные затраты, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты. При этом по элементам материальных затрат отражают покупные материалы, изделия, топливо и энергию. Оплату труда и отчисления на социальные нужды отражают только применительно к персоналу основной деятельности.

Эта группировка является единой и обязательной для предприятий, принадлежащих к любой отрасли народного хозяйства. Она показывает, что именно израсходовано на производство продукции и каково соотношение отдельных элементов затрат в общей сумме затрат. С помощью сметы можно отделить затраты живого труда от затрат овеществленного и установить потребности в производственных ресурсах. Однако она не дает возможности установить степень соблюдения утвержденных нормативов, смет, экономических расчетов в процессе предпринимательской деятельности.

Для исчисления себестоимости отдельных видов продукции затраты группируют по статьям калькуляции. КАЛЬКУЛЯЦИЯ характеризует назначение понесенных предприятием затрат и рассчитывается с целью выявления их отклонений от заданных норм, планов, заранее установленных стандартов, а также установления причин этих отклонений. В «Основных положениях по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях» установлена типовая группировка затрат по статьям калькуляции, которая содержит следующие позиции:

- Сырье и материалы
- Возвратные отходы (вычитаются)
- Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий
- Топливо и энергию на технологические цели
- Заработная плата производственных рабочих
- Отчисления на социальные нужды
- Расходы на освоение и подготовку производства
- Общепроизводственные расходы
- Общехозяйственные расходы
- Потери от брака
- Прочие производственные расходы

Совокупность затрат по всем перечисленным элементам образует ПОЛНУЮ СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ.

Министерства могут вносить изменения в данную типовую номенклатуру статей затрат на производство с учетом особенностей техники, технологии и организации предпринимательской деятельности.

С помощью калькуляций можно оценивать эффективность использования ресурсов предприятия и выявить влияние на нее различных факторов. Однако она не позволяет определить сумму затрат по предприятию в целом.

Т.о. затраты представляют собой сложную категорию, состав которой строго определен нормативными документами и может включать элементы,

Основы предпринимательской деятельности

образованные по различным признакам. Выбор признаков обусловлен характером решаемой управленческой задачи. В результате собирания затрат по той или иной классификации достигается прозрачность соответствующего сегмента функционирования предприятия, что позволяет выделять узкие места и принимать обоснованные управленческие решения. В результате, эффективность системы управления затратами предприятия зависит от того, насколько рационально выбрана их классификация.

Затраты на персонал

ЗАТРАТЫ НА ПЕРСОНАЛ -интегральный показатель, включающий все затраты связанные с функционированием персонала: заработную плату, социальное страхование, социальные выплаты и льготы, расходы на обучение и повышение квалификации персонала, на выплату дивидендов.

При наличии высокого уровня текучести кадров у предприятия появляются дополнительные затраты., вызванные выполнением сверхурочных работ, возникновением брака и простоев, повышением уровня заболеваемости и производственного травматизма. Все это ведет к росту себестоимости продукции и снижению ее конкурентоспособности. Все затраты на персонал можно объединить в след. Группы:

- Внешние единовременные- оплата договорных отношений с учебными заведениями, центрами подготовки при органах регулирования занятости
- Внешние текущие- на исследовательские и оперативные работы в области маркетинга рабочей силы и персонала
- Внутренние единовременные- капитальные инвестиции на оборудование новых рабочих мест и переоснащение существующих, на дополнительное строительство и оснащение социальной инфраструктуры, учебных подразделений
- Внутренние текущие- оплата труда сотрудников с новой квалификацией, различные социальные выплаты.

Определение допустимой величины затрат на персонал является отправной точкой в планировании всех других показателей по труду, основой разработки производственных и социальных показателей развития предприятия. Доля затрат на персонал в себестоимости продукции имеет тенденцию к росту, что обусловлено такими факторами:

1. отсутствием прямой зависимости между производительностью труда и затратами на персонал
2. внедрением новых технологий, которые предъявляют более высокие требования к квалификации персонала
3. изменением законов в области трудового права
4. появлением новых тарифов
5. повышением цен на товары первой необходимости

Система управления затратами

Как было рассмотрено ранее, система управления предпринимательской деятельностью включает в себя определенный набор элементов, находящихся в тесной взаимосвязи друг с другом. Эффективность ее функционирования, а значит, и результативность деятельности зависят от процесса коммуникации, протекающего между данными элементами. Огромное значение среди них принадлежит функциональной подсистеме управления, содержащей набор определенных функций, выполнение которых основано на формировании учетной политики предприятия, определении себестоимости выпущенной продукции и т.д.,т.е. на управлении затратами.

Основы предпринимательской деятельности

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ- непрерывный процесс, включающий формирование затрат на производство всей продукции, контроль за выполнением заданий по снижению себестоимости продукции, выявление резервов ее снижения.

Управление затратами представляет собой сложную динамичную систему, каждый элемент которой также состоит из определенного набора функций. Элементами системы управления затратами являются прогнозирование, планирование, нормирование затрат, принятие управленческих решений, калькулирование себестоимости продукции, учет, анализ, контроль и регулирование затрат.

Управление затратами и оптимизация объема продукции предпринимательской деятельности.

Индикатором экономической эффективности предпринимательской деятельности является сложившаяся зависимость между изменением выручки от реализации продукции и соответствующим изменением прибыли. Эта зависимость именуется ЭФФЕКТОМ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО РЫЧАГА (Эпр):

$$\text{Эпр} = \Delta\P / \Delta\text{РП} * 100\%$$

Где $\Delta\P$ -изменение прибыли

$\Delta\text{РП}$ -изменение объема реализованной продукции

Источник данного эффекта кроится в возможности влияния на формирование прибыли путем изменения структуры себестоимости реализуемой продукции в результате увеличения объема ее выпуска:

$$\text{Эпр} = 1 + \text{Зпост} / \text{П}$$

$$\text{Эпр} = \text{РП} - \text{Зпер} / \text{П}$$

Где Зпост - величина совокупных постоянных затрат

Зпер - величина совокупных переменных затрат

Рассмотренные соотношения устанавливаются на основании действия закона убывающей отдачи (или закона убывающего предельного продукта, или закона изменяющихся пропорций).

ЗАКОН убывающей отдачи (или закона убывающего предельного продукта, или закона изменяющихся пропорций)- это когда начиная с определенного момента последовательное присоединение единиц переменного ресурса к неизменному фиксированному ресурсу дает уменьшающийся добавочный продукт в расчете на каждую последующую единицу переменного ресурса.

Экономическая сущность эффекта производственного рычага состоит в том, что он показывает , на сколько следует сократить постоянные или переменные издержки предприятия с тем, чтобы компенсировать произошедшее изменение выручки от реализации продукции,

Кроме того, для предприятия, осуществляющего предпринимательскую деятельность, важно знать минимально возможный уровень объема производства продукции или критический объем. Его еще называют точкой безубыточности и порогом рентабельности,

Критический объем (точка безубыточности или порог рентабельности) —это объем реализованной продукции, при котором выручка от реализации продукции равна ее полной себестоимости, т.е. уже нет убытков, но пока еще нет и прибыли.

Для оценки критического объема определяют удельную маржинальную прибыль, равную разнице цены единицы продукции и удельных переменных затрат Точку безубыточности можно определить несколькими способами:

- аналитическим в стоимостном выражении:

$$\text{Вкрит} = \text{Зпост} / 1 - \text{дпер}$$

Основы предпринимательской деятельности

Где $d_{пер}$ - доля удельных переменных затрат в цене

- аналитическим в натуральном выражении:

$V_{крит} = Z_{пост} / (C - Z_{пер.уд})$

Где $Z_{пер.уд}$ - удельные переменные затраты

C - цена единицы продукции

Диагностика состояния предпринимательской деятельности

Диагностика состояния предпринимательской деятельности является одним из важных элементов функциональной подсистемы системы экономического управления. Каждая проведенная бизнес-операция в конечном счете так или иначе отражается на финансовых результатах предприятия, поэтому они непрерывно изменяются. Диагностика выступает в роли некоего «градусника», измеряющего состояние успешности предпринимательства. Полученные показания свидетельствуют о наметившихся тенденциях и являются основанием для своевременного принятия профилактических мер.

Диагностика необходима для выработки стратегии и тактики конкурентного поведения предприятия при быстро изменяющейся конъюнктуре. Умение предприятия приспособиться к беспорядочному влиянию внешних материально-технических, экономических и организационных факторов - гарантия не только его выживания, но и процветания.

Слово ДИАГНОСТИКА произошло от греческого *diagnostikos* и понимается как процесс распознавания проблемы и обозначение ее с использованием принятой технологии т.е. установление диагноза.

С экономической точки зрения *технико-экономическое и финансовое диагностирование деятельности предприятия* - периодическое исследование соответствующего состояния предприятия с целью уточнения тенденций развития всех его видов деятельности в траектории жизненного цикла и принятие экономически и социально обоснованных корректировочных решений

С организационной точки зрения *диагностирование* - это система методов, приемов и методик проведения исследований для определения целей функционирования хозяйствующего субъекта, способа их достижений, выявления проблем и выбора вариантов их решения.

Предмет диагностирования - технико-экономический и финансовый уровень развития предприятия.

Технико-экономический уровень развития предприятия - комплексная качественная характеристика уровня развития производственных сил, их использования и конечных результатов.

Финансовый уровень развития предприятия - обеспеченность или необеспеченность его необходимыми денежными средствами для осуществления нормальной хозяйственной деятельности и своевременного проведения денежных расчетов.

Объект диагностирования - хозяйственные процессы и явления в рамках предприятия.

Методы диагностирования состояния предприятия

Методы диагностирования предприятия - это система теоретико-познавательных категорий, научного инструментария и регулятивных принципов исследования технико-экономического и финансового состояния развития предприятия.

Основы предпринимательской деятельности

Анализ состояния предпринимательской деятельности предполагает проведение стратегического и оперативного исследований.

Стратегический анализ состояния предпринимательской деятельности - выявление возможных шансов и рисков, сильных и слабых сторон предприятия, в ходе которого задаются качественные характеристики.

Оперативный анализ состояния предпринимательской деятельности - анализ итогов деятельности предприятия, продукта и издержек его производства, в ходе которого оценивается тесная связь между затратами и результатами, затратами и ресурсами, взаимосвязь конечных результатов деятельности и задаются соответствующие количественные характеристики.

Проведение диагностирования предполагает выполнение следующих условий:

1. обеспечение целостности и единства исследования на всех его этапах при всем разнообразии применяемых методов расчета
2. изучение взаимосвязи между действием внешних и внутренних факторов и результатами деятельности предприятия с целью получения удобных в применении формул-связок
3. разработка такой системы управленческого учета, которая обеспечивала прозрачность успеха протекания каждого вида деятельности в динамике
4. определение круга показателей, позволяющих точно оценивать и соизмерять с некими эталонами результаты деятельности предприятия
5. разработка пакета необходимых прикладных программ, позволяющих доступно и быстро проводить экономическое и социальное обоснование управленческих решений в процессе диагностирования деятельности предприятия.

Технология диагностики предприятия предусматривает проведение перечисленных ниже процедур:

- формирование информационной базы для диагностирования, содержащей динамику сопоставимых показателей, характеризующих результаты деятельности диагностируемого предприятия, соответствующие данные о работе аналогичных предприятий, а также различные нормы и нормативы
- определение (уточнение) контрольных цифр, характеризующих действующие стратегические цели, видение и миссию развития предприятия, либо норм, эталонных значений, с которыми предстоит сравнивать показатели фактического состояния предприятия
- анализ финансового состояния предприятия на фиксированный момент времени с целью определения результативности и оценки удачности размещения капитала
- анализ технико-экономического состояния предприятия с целью оценки технического уровня ресурсов предприятия и эффективности их использования
- выявление факторов, обусловивших достигнутое состояние предприятия
- прогнозирование ожидаемых тенденций развития предприятия в сложившихся условиях

Основы предпринимательской деятельности

Контрольные вопросы.

1. Понятие себестоимости и ее структуры.
2. Необходимость правления затратами.
3. Необходимость диагностики предпринимательской деятельности.
4. Методы и цели диагностики предпринимательства.

Тема 9. Управление кадровыми ресурсами.

Рабочая сила является особым ресурсом предпринимательской деятельности. Это связано с тем, что носители её, люди, наделены интеллектом, а значит, их участие в предпринимательстве становится эмоционально-осмысленным, а не механическим в отличие от использования всех других видов ресурсов. Люди выполняют ту или иную работу, осознанно ставя перед собой определённые цели. Кроме того, способности работников к труду постоянно совершенствуются, что является долговременным источником повышения эффективности предпринимательской деятельности.

В силу отмеченной специфичности ресурса данного вида взгляд на него как на продукт предпринимательства требует введения в научно-практический оборот новой категории «человеческие ресурсы».

Человеческие ресурсы предпринимательской деятельности – совокупность социокультурных характеристик и личностно-психологических свойств работников, занятых этой деятельностью.

Человеческие ресурсы выступают конкурентным богатством любого предприятия.

Каждый работник наделён человеческими ресурсами определённого качества, которое зависит от развитости личностного потенциала и непрерывно меняется на протяжении его жизни.

Качество человеческих ресурсов – это уровень соответствия социокультурных характеристик и личностно-психологических свойств, а также способностей работника к конкретному труду, требованиям рабочего места.

Это понятие используется не только в экономической системе управления предпринимательством для анализа соответствия уровня способностей работников результатам конкретного труда, но и в социальной. Признанные обществом некоторые эталонные характеристики уровня развитости способностей к труду служат для человека ориентиром в его устремлениях к достижению успехов собственного развития, с одной стороны, и гарантией материального и социального благополучия – с другой. При этом человек сам для себя решает, какое направление и уровень развития способностей его мог бы удовлетворить.

В процессе осуществления предпринимательства помимо производства продукции происходит воспроизводство человеческих ресурсов. Конечные результаты предпринимательской деятельности во многом зависят от качества воспроизводимых человеческих ресурсов, поэтому управление их воспроизводством можно рассматривать как социальный аспект управления предпринимательством. Данный процесс на уровне предприятия осуществляется в рамках социальной системы управления, которая содержит следующие функциональные элементы:

- профориентацию работников, отбор и приём их на работу, их деловую оценку;

Основы предпринимательской деятельности

- трудовую адаптацию;
- мотивацию трудовой деятельности и поведения персонала;
- профессиональное и социальное развитие персонала;
- трудовые перемещения.

Профессиональная ориентация – комплекс взаимосвязанных экономических, социальных, медицинских, психологических и педагогических мероприятий, направленных на формирование профессионального призвания, выявление способностей, интересов, пригодности и других факторов, влияющих на выбор профессии или на смену рода деятельности.

Основная *функция* профориентации состоит в формировании престижа работы, в стимулировании её привлекательности, а также в выявлении профессиональных способностей и склонностей у потенциальных работников обрести умелость её выполнения.

Каждый работник проходит систему отбора, найма, проверку его качественных характеристик, условия развития.

Отбор – процесс выделения какого-либо числа сотрудников по установленным критериям из общего их числа, отвечающих этим требованиям.

Различают отбор кадров для обучения, продвижения по службе, на вакантную должность, для высвобождения.

Профотбор – часть процесса найма персонала, включающая систему методов и приёмов проведения медицинского обследования, психофизиологической диагностики личности с целью выбора из группы работников кандидатов на определенную должность, которые при прочих равных условиях способны наилучшим образом выполнять конкретные трудовые функции.

Профотбор работников может осуществляться в различных формах с применением разнообразных методов.

1. *Подбор* – выбор из нескольких работников, имеющих одинаковую профессию, специальность, квалификацию, отвечающих одним и тем же требованиям.

2. *Профессиональный набор* – массовое назначение или выборы на работу специалистов различных профессий и квалификаций, прошедших отбор и профотбор.

3. *Выдвижение* – назначение работника, работающего в данном коллективе, на новую, более высокую должность.

4. *Ротация* – назначение, при котором место работы меняется в соответствии с принципом: «Найти нужному работнику нужное место». В этом случае формируется работник с квалификацией широкого профиля.

Трудовое поведение сотрудников и трудового коллектива обуславливается действием внутренних и внешних побудителей к труду – объективных и субъективных факторов. *Объективные* – не зависят от работника. *Субъективные* – обусловлены внутренним состоянием людей: их настроением, интересами, потребностями, особенностями личности. Объективные факторы лежат в основе внешней регуляции трудового поведения; субъективные – внутренней регуляции.

Внешняя регуляции трудового поведения предполагает создание такой трудовой экономической ситуации, которая заставляет человека действовать тем или иным образом.

К *внешним регуляторам трудового поведения* относятся:

- волевое воздействие на поведение людей, например приказы руководителя;

Основы предпринимательской деятельности

• стимулы к труду, а именно: содержание, оплата, условия труда, его организация и т. д.;

• ценности и социальные нормы¹, общепринятые в коллективе.

Внутренняя регуляция трудового поведения, или трудовая мотивация, заключается в формировании внутренних побуждений, регулирующих поведение человека, - потребностей, интересов и мотивов.

Система трудовой мотивации строится на основе изучения взаимосвязей между потребностями, интересами и мотивами к труду работников.

Источником мотивации являются потребности.

Потребность – нужда в чём-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человека, социальной группы, общества в целом.

У каждого человека имеется множество потребностей. Теории, изучающие их, предлагают классифицировать потребности по различным признакам.

1. По уровню развития:

• *первичные потребности*, вызванные физиологией человека, среди которых различают потребности в пище, одежде, жилье, воде, воздухе, сне, сексе и т.п.;

• *вторичные потребности* вырабатываются в ходе развития человека и обретения им жизненного опыта.

2. По принадлежности:

• *личные* – собственные потребности работников;

• *коллективные* – потребности предприятия или его трудового коллектива;

• *общественные* – потребности населения города, региона, страны. Например, повышение уровня жизни населения, ликвидация экологического кризиса.

Наибольшей популярностью пользуется *содержательная теория потребностей А. Маслоу* (1908 - 1970). В 1943 году Абрахам Маслоу разработал систему мотиваций – «иерархию потребностей» («лестница Маслоу»). Согласно этой теории человек – вечно желающее существо. В каждый конкретный момент он стремится к удовлетворению тех потребностей, которые для него в данный момент наиболее важны. Однако потребности нижнего уровня требуют первоочередного удовлетворения и влияют на поведение человека прежде, чем потребности верхних уровней.

По мнению А. Маслоу, потребность порождает интерес.

Интерес – это осознанная потребность.

Осознанные в качестве интересов потребности проявляются в мотивах.

Мотив – состояние предрасположенности, готовности, склонности действовать тем или иным образом.

Побуждение к выбору работником того или иного трудового поведения может быть вызвано разными мотивами:

• *эмоциональными* – ориентированными на действия и находящими удовлетворение в самом труде;

• *рациональными* – преследующими определённую цель.

¹ **Ценности** – это все материальные и духовные субстанции, представление о которых возбуждает интерес.

Социальные нормы – правила, стандарты поведения, установленные сознательно или стихийно сложившиеся в обществе, в конкретном трудовом коллективе.

Основы предпринимательской деятельности

Рассмотренная теория позволяет выделять типы мотивации трудового поведения людей. В настоящее время известны пять наиболее характерных из них:

- *люмпенизированный тип* – объединяет работников, которые смирились со своим неблагоприятным положением и не принимают рыночных перемен;
- *инструментальный тип* – характерен для людей, стремящихся к высокому заработку;
- *профессиональный тип* – присущ работникам, для которых важна содержательность труда. Они отличаются высоким чувством профессионального достоинства;
- *патриотический тип* – охватывает работников добросовестного труда;
- *тип хозяина* – распространяется на людей, имеющих собственное дело и достигающих высоких результатов без понукания.

Однако это условная интерпретация сложившихся тенденций трудовой мотивации. К настоящему времени пока не сформирована общепризнанная теория. Существует множество различных взглядов, которые более или менее склонны разделять позиции той или иной классической теории трудовой мотивации. Среди них наиболее известно, например, *учение гедонизма*. Оно рассматривает главный мотив поведения в стремлении человека к удовлетворению. *Кант* и его сторонники были убеждены, что это – чувство долга. В XX веке широкую известность получило течение *биоэвиоризма*, которое основывалось на результатах исследования различных форм поведения личности, понимаемых как совокупность реакций на стимулы внешней среды.

Большое распространение получили теории *Мак-Клелланда*, *А. Маслоу*, *Г. Герцберга*, *Альдерфера*, объясняющие поведение человека исходя из его потребностей.

Авторы отечественных концепций в области мотивации – *Л. С. Выготский*, *В. Леонтьев*, *Б. Ф. Ломов*.

Теории трудовой мотивации необходимы для построения систем управления персоналом в практическом применении. С помощью принятых за основу концепций трудовой мотивации разрабатываются принципы управления. Чаще других в развитых странах применяются принципы психологического управления персоналом *Мак-Грегора*, известные как теория «Игрек».

Экономическое мышление участников предпринимательства, взаимоотношения в процессе осуществления деятельности с природой, уровень рационального использования ими природных ресурсов и пользования природной средой зависят от их культуры, духовности, нравственности и интеллектуальности. В этой связи культура, духовность, нравственность являются определяющими экономическими, экологическими и политическими категориями. Данные понятия – субстанции категории «человеческие ресурсы». Расширенное воспроизводство качественных свойств человеческих ресурсов является определяющим в деятельности общества и его развитии.

Любое вновь учреждённое предприятие вырабатывает собственную организационную культуру, предопределяющую его место в системе сложившихся отношений.

Организационная (корпоративная) культура – вырабатываемые трудовым коллективом совместные ценности, социальные нормы, установки поведения, разделяемые большинством сотрудников, которые регламентируют действия личности, заставляют индивида вести себя так, а не иначе без видимого

Основы предпринимательской деятельности

принуждения. Формально организационная культура закрепляется в видении, миссии и стратегии развития предприятия.

По степени её проявления можно выделить *элементы организационной культуры*, объединённые в две группы:

- 1) внешние элементы: офис и его дизайн, расположение, удобства, мебель, оборудование, комната приёма, фирменная одежда сотрудников;
- 2) внутренние элементы: принятая система лидерства, стили разрешения конфликтов, действующая система коммуникации, язык, привычные формы поведения, положение работника в организации, принятая символика.

Данные элементы организационной культуры формируются под влиянием опыта предпринимательской деятельности и ценностных установок её лидеров.

Организационная культура отличается разнообразием своего образа. Сколько функционирует предприятий, столько существует видов организационных культур. Тем не менее некоторые их характеристики схожи у большинства предприятий, что позволяет выделить типы проявления этого феномена. Существуют национальные и отраслевые особенности организационных культур, традиционные и инновационные, сильные и слабые, регулируемые и нерегулируемые, явные и скрытые и т.д.

Организационная культура – подвижная совокупная характеристика, которая отнюдь не монолитна. На предприятии имеется множество *субкультур* отдела, службы, участка, цеха и т.д. Так, например, выделяют инновационную культуру, административную и т.д. Для того чтобы избежать их противоречий, способных обострить конфликтность отношений в трудовом коллективе, важной задачей экономического управления на предприятии является сближение и интеграция его субкультур.

Для сравнения её на различных предприятиях, в динамике, в разных странах оценивается *уровень организационной культуры предприятия*, задающийся совокупностью показателей, значения которых оценены по отношению к выбранному какому-либо эталону.

- 1) Уровень культуры труда – соответствие средств, способов и норм поведения, присущих определённой группе людей, занятых совместной трудовой деятельностью, уровню развития общества.

Этот аспект культуры предпринимательства представляет собой систему формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, удовлетворённость работников условиями труда, сплочённость трудового коллектива, уровень взаимного сотрудничества, идентификация работников с перспективами развития предприятия.

Критерии, определяющие уровень культуры труда: содержание труда; техническая оснащённость рабочего места; организационные формы трудового процесса; уровень образования и профессиональной подготовки; жизненный опыт; нравственные позиции.

Важной составной частью культуры труда является *этика деловых отношений*, для которой характерна система специальных и специфических требований и норм поведения, реализуемых в процессе общественной жизни. Она включает: этику приветствий и представлений; требования к внешнему облику делового человека; правила ведения деловой беседы; этику телефонного разговора; правила критики; правила восприятия критики; основы риторики.

Основы предпринимательской деятельности

2) Уровень культуры управления деятельностью предприятия определяется способностью исполнительного органа эффективно, законопослушно и дальновидно воздействовать на все стороны его деятельности с помощью использования прогрессивных техники и технологии, высоко культурно-технического уровня персонала, а также на основе научной организации труда и производства.

Следовательно, рассмотренное понятие можно оценить как комплексную обобщающую характеристику управленческого труда, включающую следующие элементы: совокупность знаний, их структуру и глубину, меру воззрения; морально-этические нормы; отношение к труду; навыки в организации работы; умение владеть собой и понимать людей.

3) Уровень культуры деятельности – характеристика уровня прогрессивности применяемых техники и технологии в ходе её осуществления, а также производимой продукции (оказываемых услуг, выполняемых работ) и его соответствие уровню развития общества.

Уровень организационной культуры во многом определяется совокупным уровнем культуры участников предпринимательства. Высокий уровень культуры может помочь предприятию грамотно работать, а низкий – препятствует нормальной реализации его делового поведения. В результате наложения индивидуальных культур участников предпринимательства на организационную культуру порождается некий симбиоз, определяемый как культура предпринимательства.

Культура предпринимательства – система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и коллективных интересов, особенностей поведения сотрудников данной организационной структуры, стиля руководства, познаний удовлетворённости сотрудников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентификации работников с предприятием и перспективами его развития.

Согласно новой парадигме предпринимательства, ориентированной на индустрию человека, предприятие – это место, где он получает возможность удовлетворить все свои интересы и потребности. Динамизм современной эпохи обуславливает мобильность всех хозяйствующих субъектов. В результате, человек превращается в винтик гибкой чувствительной системы. Это требует от него высокой квалификации и мобильности. Новый стиль управления предоставляет работнику свободу действий, высвобождает инициативу и творческие возможности. Такой подход в экономическом управлении реализуется посредством формирования на предприятии организационной культуры определённого качества.

К сожалению, следует признать, что в российском предпринимательстве *уровень культуры недостаточно высок*, являясь немаловажным тормозом в развитии этого сектора экономики, с чем связаны и трудности реализации экономической политики Правительства Российской Федерации в области развития предпринимательской деятельности.

Образ современного отечественного предпринимателя содержит в основном негативные черты: необязательность выполнения своих обещаний; грубость, хамство, лживость; воровство; невежество; разобщённость; бездуховность; отношение к подчинённым как к рабам; жадность; безрассудность; «утопленность» в среду незаконных контактов и отношений; развращённость сознания; амбициозность и т.п.

Основы предпринимательской деятельности

Насыщенность российской экономики всякого рода неформальными отношениями среди участников бизнеса, а также просачивание этих отношений в сферу государственного управления оказывают влияние на культуру российского общества в целом.

Е. Т. Гайдар охарактеризовал экономическую модель России как «вороватый капитализм», Р. А. Яковлев – как «внерыночную модель криминализированной экономики, основанной на многообразии форм собственности и наёмной рабочей силе».

Контрольные вопросы:

1. Цели и задачи управления кадрами фирмы.
2. Понятие культуры труда и предпринимательской деятельности.

Тема №8. Инвестиции и инновации в предпринимательстве.

В условиях непредсказуемой рыночной конъюнктуры и конкуренции выживаемость предприятию и успешность функционирования обеспечивает научно-технический прогресс. Именно прогрессивные техника и технологии, передовая организация труда и производства способствуют повышению качества производимой продукции с меньшими затратами так, при полном использовании нового оборудования растет фондоотдача и фондорентабельность, прогрессивная технология обеспечивает экономию материальных ресурсов и позволяет использовать более дешевое сырье. Благодаря росту производительности труда с применением нового оборудования снижается трудоемкость, а значит, происходит экономия заработной платы, улучшаются условия труда.

Техническое совершенствование производства сопряжено со значительными капитальными вложениями на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских и проектных работ, на строительство или покупку объектов, на выполнение монтажных работ, отладку и технологическую оснастку оборудования и т.д., поэтому с целью эффективного использования капитальных вложений производится предварительное экономическое обоснование нескольких вариантов технических решений. Наилучшим считается то из них, которое обеспечит максимальный экономический эффект при наименьших затратах. В зарубежной практике оценка эффективности капитальных вложений производится по критерию дохода от инвестирования средств в эквивалентные по риску ценные бумаги, обращающиеся на фондовом рынке. Эффективность инвестиционных вложений в стоимостном измерении определяется по чистой приведенной стоимости, внутреннему коэффициенту окупаемости вложенных средств, а также периоду окупаемости.

Очевидно, что развитие предпринимательской деятельности требует вовлечения в хозяйственный оборот инвестиционных затрат. Как правило, между их использованием и получением отдачи существует длительный временной лаг, поэтому вложение средств в развитие предпринимательской деятельности на длительный период требует проведения анализа эффективности инвестиций.

Сущность, формы и виды инвестиций

Инвестиции - это долгосрочные вложения в предпринимательскую деятельность экономических ресурсов с целью создания и получения чистых выгод в будущем.

Основы предпринимательской деятельности

Формы инвестиционных вложений могут быть следующие: земля; денежные средства и их эквиваленты - целевые вклады, оборотные средства (здания, сооружения, оборудование и т.п.); имущественные права, оцененные денежным эквивалентом (ноу-хау, лицензии, свидетельства на полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки и фирменные наименования, сертификаты, права использования на землю и имущество).

Различают такие *виды инвестиций*:

* капиталобразующие, обеспечивающие создание и воспроизводство основных и оборотных фондов предприятия;

- портфельные - размещение средств в финансовых активах.

Источниками инвестиционных вложений в развитие предпринимательской деятельности являются:

- собственные финансовые средства предприятия - прибыль, фонды накопления, амортизация, страховые выплаты, прочие свободные активы;
- привлеченные средства - выручка от продажи ценных бумаг, благотворительные взносы, средства вышестоящих предприятий на безвозмездной основе, взносы в уставный капитал собственников;
- финансирование из федерального, регионального и муниципального бюджетов, фонды поддержки предпринимательства, налоговые кредиты, льготы;
- иностранные инвестиции в различных формах;
- заемные средства.

Инвестиционная деятельность предпринимательская

Инвестиционные вложения в предпринимательскую деятельность производится только в том случае, если их освоение позволит, с одной стороны, повысить ее эффективность, а с другой - получить чистый доход на каждый вложенный рубль. Но и этих условий недостаточно, чтобы у инвестора появилось желание вложить свои средства в деятельность. Среди критериев такой инвестиционной привлекательности для потенциальных инвесторов можно выделить следующие:

- соответствие философии развития предпринимательской деятельности стратегии инвестора;
- статус и репутацию реципиента (потребителя) инвестиций;
- прибыльность вложений;
- надежность возврата инвестиций.

На практике предприятию приходится делать выбор оптимального варианта инвестирования. Одним из важнейших критериев выбора служит минимум приведенных затрат:

где $Z_{\text{тек}}$ - текущие затраты, которые в полной сумме относятся на себестоимость продукции в момент их производства;

$Z_{\text{кап}}$ - капитальные затраты, которые относятся на себестоимость продукции частями. Затем выполняется расчет общей экономической эффективности по выбранному варианту.

Предпринимательству объективно должны быть созданы условия для инновационного развития и рывка. Это должно касаться всех видов сквозных стимулов, в том числе при использовании ЕНВД. Т.е. одновременно в Налоговом Кодексе РФ должны быть изъяты все варианты за неуплату налога на прибыль, НДС и НДС, что ныне реанимируется (ЭЖ №14 2008 с.1). Инновационная направленность предпринимательства объективно связана с использованием интеллектуальной собственности, значение которой и в РФ становится заметно,

Основы предпринимательской деятельности

хотя бы в теоретическом аспекте, а также наблюдается рост инвестиций в венчурные фонды, фонды и банк развития и т.д.

Известно, что нововведения, инновации представляют основу будущего процветания предпринимательской деятельности, уровень ее конкурентоспособности.

Инновационная деятельность предпринимателя выступает как процесс реализации результатов законченных исследований, разработок. Для этой деятельности объективно необходимы: комплексные проекты, ресурсы, благоприятный деловой климат, инфраструктура. В России в XXI веке ускоренно создаются условия для перечисленных выше факторов.

©стенка эффективности инвестиционных вложений в предпринимательскую \^ деятельность ^~

В случае инвестиционных вложений в предпринимательскую деятельность производится двусторонняя оценка их эффективности - с точки зрения удовлетворения интересов как инвестора, так и предприятия. Критериями оценки эффективности освоения инвестиционных вложений выступают:

- компенсация отказа инвестора от использования имеющихся у него средств на потребление в текущем периоде;
- срок освоения инвестиций;
- награда за риск;
- возмещение потерь от инфляции.

Для предприятия важно, чтобы запланированные под инвестиции мероприятия обеспечили бы прирост рентабельности предпринимательской деятельности.

Доход от вложения инвестиций поступает в течение всего периода инвестирования. А как известно, с течением времени в силу влияния инфляции, научно-технического прогресса и других факторов реальная стоимость денежных редств меняется, поэтому оценка эффективности долгосрочных инвестиций осуществляется с помощью дисконтирования.

Дисконтирование - процесс приведения (корректировки) будущей стоимости денег к их текущей приведенной стоимости.

Показатели экономической эффективности инвестиционных вложений в предпринимательство за рубежом

При инвестировании деятельности предприятий рассчитываются следующие показатели.

1. *Чистая текущая стоимость* - разность совокупного дохода от реализации продукции и всех расходов с учетом фактора времени (другое название - интегральный экономический эффект).

2. *Рентабельность* - отношение прибыли к капитальным вложениям в акционерный капитал. Рассчитывается как среднегодовая величина.

3. *Внутренний коэффициент эффективности* - максимальное значение рентабельности, которое обеспечивает равенство нулю интегрального эффекта, рассчитанного ха экономический срок жизни инвестиций. Проект считается рентабельным, если внутренний коэффициент эффективности не ниже исходного порогового значения

4. *Период возврата капитальных вложений* (срок окупаемости) - количество лет, в течение которых доход от продаж за вычетом административных издержек возмещает основные капитальные вложения.

5. *Максимальный денежный отток* - наибольшее отрицательное значение чистой текущей стоимости, рассчитанное нарастающим итогом.

Рекомендации для организации самостоятельной работы по дисциплине



Указания о порядке выполнения контрольных работ

Контрольные работы должны быть представлены в сроки, установленные учебным графиком. Студенты, не выполнившие контрольные работы в срок, не допускаются к сдаче зачетов (экзаменов) по данной дисциплине.

Варианты контрольной работы выбираются по последней цифре номера зачетной книжки.

Контрольная работа, выполненная не по своему варианту, не засчитывается. Контрольная работа должна показать умения излагать ответы на поставленные вопросы, подбирать и использовать необходимый для ответа фактический материал. Ответы на вопросы должны быть изложены четко, конкретно, в логической последовательности и по существу поставленных вопросов во всем их объеме.

Примерный объем работы 12-17 страниц стандартной ученической тетради, а при наборе текста на компьютере - 8-9 страниц формата А4.

При выполнении контрольной работы необходимо иметь в виду следующее:

- в начале работы должен быть указан номер варианта контрольной работы;
- непосредственно перед ответом должен быть записан вопрос и план ответа;
- страницы должны быть пронумерованы;
- в конце работы должен быть приведен список используемой литературы.

Варианты задания для контрольной работы

Вариант	Выбор вариантов	
	Номера вопросов	Номера вопросов
1	2	6
2	10	8
3	19	17
4	4	15
5	3	11
6	1	13
7	5	9
8	18	14
9	7	16
10	12	20

Итоговые вопросы по дисциплине



Вопросы по курсу «Основы предпринимательской деятельности»

1. Сущность, функции и субъекты предпринимательской деятельности.
2. Классификация по видам предпринимательской деятельности.
3. Коммерческие (и не коммерческие) организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
4. Учреждение собственной предпринимательской организации.
5. Процедуры банкротства, слияния, присоединения, разделения, выделения, преобразования.
6. Развитие малого предпринимательства в России и за рубежом.
7. Виды налогов, сборов и системы налогообложения.
8. Назначение, функции и структура бизнес-плана.
9. Риски в предпринимательской деятельности.
10. Лизинг, франчайзинг, венчуры-формы предпринимательской деятельности.
11. Роль конкуренции, функции, формы в предпринимательской деятельности.
12. Модели инновационного предпринимательства.
13. Консалтинг, коучинг, как форма поддержки предпринимательства.
14. Инжиниринг и его виды в предпринимательской деятельности.
15. Рекрутинг-современная форма предпринимательства.
16. Аутсорсинг, как способ оптимизации работы предпринимательской деятельности.
17. Бенчмаркетинг—новое направление развития предпринимательской деятельности.
18. Социально-психологические основы предпринимательской деятельности.
19. Кадровое формирование предпринимательской деятельности.
20. Управление затратами и доходами предпринимательской деятельности.

Контрольно-измерительные материалы по дисциплине

Тесты по дисциплине «Основы предпринимательской деятельности»

1. Государственное предприятие реализует товары потребителям. При возникновении конфликтов нормы Закона «О защите прав потребителей»:

- 1) не применяются, т.к. продавцом по смыслу Закона признаются лишь субъекты предпринимательской деятельности;
- 2) применяются, т.к. законом о защите прав потребителей регулируются отношения между гражданами и любыми организациями, независимо от их организационно-правовой формы;
- 3) не применяются, т. к. Закон не регулирует отношения с государством и созданными государством предприятиями.

2. Правительство РФ:

- 1) вправе издавать для потребителя и продавца правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров;
- 2) не вправе издавать для потребителя и продавца правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров;
- 3) обязано издавать для потребителя и продавца правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров;

3. Обязанность устранения недостатков в товаре (работе), обнаруженных в течение гарантийного срока Законом возложена:

- 1) на изготовителя, исполнителя, продавца;
- 2) на изготовителя, исполнителя, продавца, уполномоченную организацию или уполномоченного индивидуального предпринимателя;
- 3) на изготовителя, исполнителя, продавца, уполномоченную организацию или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера. 4.

4. Обязательства в отношении товара по истечении гарантийного срока (дополнительное обязательство) вправе принять на себя:

- 1) изготовитель, продавец;
- 2) изготовитель, исполнитель, продавец;
- 3) изготовитель, исполнитель, продавец, импортер.

5. Содержание дополнительного обязательства продавца, срок действия такого обязательства и порядок осуществления потребителем прав по такому обязательству определяются:

- 1) продавцом по согласованию с изготовителем;
- 2) договором между потребителем и продавцом;
- 3) продавцом самостоятельно.

6. В целях предотвращения причинения вреда жизни и здоровью потребителей Законом «О защите прав потребителей» предусмотрено:

- 1) приостановление производства товара до установления причины вреда;
- 2) приостановление производства товара до устранения причин вреда;

Основы предпринимательской деятельности

3) приостановление производства товара до возмещения потребителям и продавцам ущерба, причиненного товаром.

7. Информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов:

- 1) должна предоставляться в обязательном порядке;
- 2) может предоставляться по желанию изготовителя или продавца;
- 3) должна предоставляться по требованию потребителя.

8. За несоблюдение добровольного порядка удовлетворения требований потребителя с изготовителя (продавца, исполнителя) взыскивается штраф в размере:

- 1) 50% от суммы, присужденной судом в пользу потребителя;
- 2) 100% от суммы, присужденной судом в пользу потребителя;
- 3) который определит суд, независимо от суммы имущественного ущерба, присужденной в пользу потребителя.

9. Запрещается обуславливать удовлетворение требований потребителей, предъявляемых в течение гарантийного срока:

- 1) условиями, не связанными с недостатками товаров (работ, услуг);
- 2) условиями, связанными с недостатками товаров (работ, услуг);
- 3) данная проблема законодательно не регулируется.

10. Потребитель, которому был продан товар ненадлежащего качества, НЕ может предъявить импортеру требование:

- 1) о безвозмездном устранении недостатков товара;
- 2) о соразмерном уменьшении покупной цены;
- 3) о замене на товар аналогичной марки (модели, артикула).

11. Потребитель, которому был продан товар ненадлежащего качества, может предъявить уполномоченной организации требование:

- 1) о возмещении расходов на устранение недостатков потребителем или третьим лицом;
- 2) о замене товара на такой же товар другой марки (модели, артикула);
- 3) о возврате товара ненадлежащего качества и возврате уплаченной за него суммы.

12. Потребитель вправе отказаться от товара надлежащего качества при дистанционном способе торговли:

- 1) в любое время;
- 2) в течение 7 дней после передачи товара;
- 3) в течение 14 дней, не считая дня покупки.

13. Убытки, причиненные потребителю вследствие нарушения его права на свободный выбор товаров:

- 1) возмещаются продавцом в размере, не превышающем стоимость товара;
- 2) возмещаются продавцом в полном объеме;
- 3) возмещаются в объеме, определенном судом.

Основы предпринимательской деятельности

14. Недостатки выполненной работы (оказанной услуги) должны быть устранены исполнителем:

- 1) незамедлительно, если иное не предусмотрено договором;
- 2) в разумный срок, назначенный потребителем;
- 3) в течение 7 дней со дня предъявления требования;

15. Предоставление исполнителем отчета об израсходовании материала и возврат его остатка при выполнении работы из материала потребителя:

- 1) является правом исполнителя;
- 2) является обязанностью исполнителя;
- 3) осуществляется по требованию потребителя.

16. Убытки, возникшие в результате исполнения договора, ущемляющего права потребителя, возмещаются изготовителем (исполнителем, продавцом):

- 1) в размере, не превышающем стоимости товара (работы, услуги);
- 2) в размере двукратной стоимости товара (работы, услуги);
- 3) в полном объеме.

17. Органы местного самоуправления вправе:

- 1) приостанавливать деятельность продавцов (изготовителей, исполнителей) систематически нарушающих права потребителей;
- 2) рассматривать жалобы потребителей, консультировать их по вопросам защиты прав потребителей;
- 3) выдавать предписания об изъятии опасных товаров из оборота и от потребителей.

18. Публикуемые общественными объединениями потребителей результаты сравнительных исследований качества товаров:

- 1) должны соответствовать требованиям законодательства о рекламе;
- 2) не являются рекламой;
- 3) не являются рекламой, если опубликованы в средствах массовой информации, принадлежащих общественным объединениям потребителей.

19. Общественные объединения потребителей вправе:

- 1) участвовать в разработке обязательных требований к товарам;
- 2) требовать от изготовителя предоставления образцов товаров для проведения сравнительных испытаний;
- 3) осуществлять контроль соблюдения обязательных требований к товарам.

20. Правила бытового обслуживания потребителей утверждаются:

- 1) исполнителем самостоятельно;
- 2) органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации;
- 3) Правительством Российской Федерации.

21. При заключении договора на ремонт машины оплата:

- 1) должна быть произведена в полном объеме, если иное не установлено договором с потребителем;
- 2) по желанию потребителя может быть произведена в полном объеме;
- 3) производится в размере, установленном исполнителем.

22. На товар, предназначенный для длительного использования, срок службы может устанавливаться:

- 1) органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации;
- 2) только законом;
- 3) изготовителем.

23. Цена товара, подлежащего замене, определяется на момент:

- 1) его замены;
- 2) предъявления требования о замене;
- 3) обнаружения недостатка товара.

24. При отказе потребителя от получения результата выполненной работы исполнитель может реализовать изготовленное изделие:

- 1) по истечении двух месяцев с момента окончания срока исполнения работы;
- 2) по истечении двух месяцев с момента отказа потребителя от получения изделия;
- 3) по истечении двух месяцев с момента предупреждения потребителя о том, что изделие будет реализовано.

25. Цена продовольственных товаров, продаваемых вразвес, определяется:

- 1) по весу нетто;
- 2) по весу брутто;
- 3) по весу нетто или брутто в зависимости от выбора потребителя.

26. Реклама на почтовых отправлениях

- 1) не допускается;
- 2) допускается по согласованию между почтовой службой и потребителем;
- 3) допускается с разрешения уполномоченного федерального органа исполнительной власти.

27. В случае неисправности почтового ящика корреспонденция:

- 1) выдается адресату в отделении связи;
- 2) возвращается отправителю;
- 3) доставляется почтальоном в квартиру адресата.

28. Лицам, проживающим в общежитиях, почтовые отправления:

- 1) вручаются в отделении связи;
- 2) разносятся почтальоном по комнатам;
- 3) вручаются силами администрации общежития.

29. В случае признания претензии обоснованной, служба почтовой связи выплачивает возмещение:

- 1) в течение тридцати дней;
- 2) в течение пяти дней;
- 3) в течение десяти дней.

30. Претензия в связи с утратой почтового перевода может быть предъявлена:

Основы предпринимательской деятельности

- 1) в течение тридцати дней с момента отправления;
- 2) в течение двух месяцев с момента отправления;
- 3) в течение шести месяцев с момента отправления.

31. При выдаче видеомэганитофона из ремонта исполнитель обязан

- 1) предоставить потребителю возможность проверить работу мэганитофона;
- 2) продемонстрировать потребителю работу видеомэганитофона;
- 3) предоставить потребителю акт проверки работы видеомэганитофона.

32. Подключение технически сложных товаров на дому у покупателя производится продавцом:

- 1) без взимания платы;
- 2) всегда за отдельную плату;
- 3) за отдельную плату, если стоимость установки не включена в стоимость товара.

33. Во время чистки дубленки произошло повреждение подкладки.

Химчистка освобождается от ответственности за повреждение:

- 1) если докажет, что повреждение вещи произошла случайно;
- 2) если докажет, что потребитель был предупрежден о свойствах вещи, которые могут повлечь за собой ее повреждение;
- 3) если потребитель не докажет, что свойства материала, повлекшие его утрату, могли быть обнаружены исполнителем при приемке товара.

34. Через неделю после окончания гарантийного срока на сапоге лопнула кожа. Обязанность доказать причину возникновения дефекта законом возложена:

- 1) на продавца;
- 2) потребителя;
- 3) гарантийную мастерскую.

35. При продаже ювелирных изделий, имеющих сертификат, продавец обязан:

- 1) передать сертификат потребителю;
- 2) предоставить потребителю информацию о наличии сертификата;
- 3) передать копию сертификата потребителю.

Тест 1

Тест включает 5 вопросов типа "Да Нет". Цена каждого вопроса - 1 балл. Итого по тесту 1-5 баллов.

1. **Если бы монополия максимизировала размер общей выручки, то она выпускала бы больший объем продукции, чем при максимизации прибыли.**
 Да
 Нет
2. **Если сумма уплачиваемого налога растет с ростом дохода, такой налог называют прогрессивным.**

Основы предпринимательской деятельности

- Да
- Нет
- 3. **Если темп инфляции в текущем году превышал темп прироста номинального ВВП, то реальный ВВП текущего года меньше номинального.**
 - Да
 - Нет
- 4. **В краткосрочном периоде фирма уйдет с рынка в том случае, если выручка от продажи товара не покрывает постоянных издержек**
 - Да
 - Нет
- 5. **Чем меньше денег население хранит в виде наличных денег и больше на банковских счетах, тем меньше возможность создания денег коммерческими банками**
 - Да
 - Нет

Тест 2

Тест включает 15 вопросов

Цена вопроса - 2 балла.

1. **Лизинг - это:**
 - Форма депозита
 - Аренда с правом выкупа
 - Способ найма персонала
 - Рекламная акция
 - Частный случай демпинга
2. **Товары А и Б являются взаимодополняемыми. Существенное увеличение потоварного налога на производителей товара А приведет к тому, что:**
 - цена и объем продаж товара Б увеличится
 - цена и объем продаж товара Б уменьшится
 - цена товара Б уменьшится, а объем продаж увеличится
 - цена товара Б увеличится, а объем продаж уменьшится
 - цена и объем продаж товара Б не изменятся
3. **С каждого проданного килограмма свеклы фермер должен перечислить в гос.бюджет 20%-ый налог (в процентах от первоначальной цены за килограмм). В каком объеме фермер перечислит налог за 150 кг свеклы, если ее цена с налогом составляет 7 руб./кг.**
 - 175

Основы предпринимательской деятельности

- 210
 150
 200
 125
4. **Кривые рыночного спроса и предложения имеют вид: $Q_d = 220 - P$; $Q_s = -20 + 2P$. Правительство ввело квоту продаж товара в размере 60 единиц. Данное решение приведет к:**
- увеличению цены товара на 100%
 увеличению цены товара на 80%
 увеличению цены товара на 50%
 уменьшению цены товара на 40%
 уменьшению цены товара на 50%
5. **Постройте кривую рыночного спроса на товар X, если известно, что товар приобретается потребителями, принадлежащими к двум различным группам. Численность первой группы 100 человек, а второй - 200 человек. Спрос типичного потребителя, принадлежащего к первой группе описывается уравнением $q_1 = 50 - P$, а для второй группы это выражение имеет вид $q_2 = 60 - 2P$. Значение цены при величине рыночного спроса, равной 1000 составляет:**
- 32
 40
 36
 44
 48
6. **Падение дохода в 1,5 раза ведет к падению величины спроса на этот товар на 33 %. Следовательно, эластичность спроса на этот товар по доходу равна**
- +1/5
 +50/33
 +33/50
7. **Участник картеля в краткосрочном периоде:**
- мог бы увеличить свою прибыль, продавая некоторое количество товара сверх квоты по более низкой цене
 мог бы увеличить свою прибыль, устанавливая более высокую цену, чем у других участников картеля
 мог бы увеличить свою прибыль ограничивая свой выпуск ниже установленной квоты, но продавая его по более высокой цене, чем другие участники картеля

Основы предпринимательской деятельности

- не может увеличить свою прибыль, так как при установленных картелем квоте и цене, участники получают максимально возможную прибыль
 - нет верного ответа
8. **Стоимость рубля была жестко привязана к золоту по реформе:**
- Петра I
 - Столыпина
 - Витте
 - Сталина
 - нет верного ответа
9. **Первые бумажные деньги в России появились в период правления:**
- Петра I
 - Екатерины II
 - Александра II
 - Петра III
 - Александра III
10. **Фирма произвела модернизацию производства, за счет которой уменьшила затраты на единицу продукции на 2 доллара, а также увеличила выпуск продукции с 2000 до 3000 единиц в месяц, что, в свою очередь, привело к снижению цены на 3 доллара. В результате этих изменений прибыль:**
- точно увеличится
 - точно уменьшится
 - увеличится, только если вначале была положительной
 - увеличится, только если вначале была больше 6000
 - уменьшится, только если вначале была больше 6000
11. **Причиной изменения курса доллара по отношению к евро может стать:**
- введение в США налога на обмен валюты
 - изменение курса евро по отношению к английскому фунту
 - валютная интервенция со стороны Федеральной резервной системы (ФРС) США
 - все перечисленное выше
12. **Что из ниже перечисленного записывается в пассив в балансе предприятия:** {Из нескольких вариантов ответов нужно выбрать все верные ответы.)
- кредиты банков;
 - вложения в ценные бумаги;
 - уставной капитал;
 - нераспределенная прибыль;

Основы предпринимательской деятельности

- расчеты с дебиторами;
 - валютные счета;
 - оборудование к установке:
13. **Фирма-экспортер, как правило, платит НДС на экспортируемый товар при наличии соглашения между странами - торговыми партнерами об избежании двойного налогообложения:**
- в стране - экспортере
 - в стране - импортере
 - вообще не платит
 - платит дважды в обеих странах
 - платит в заранее определенной пропорции
14. **Если у фирм в истекшем году резко возросли запасы непроданных товаров, то**
- валовые инвестиции возросли
 - чистые инвестиции уменьшились
 - чистые инвестиции не изменились
 - валовые инвестиции уменьшились
 - валовые инвестиции не изменились
15. **Если человек собирается дать свои деньги в долг и хотел бы получать реально 5% годовых, а ожидаемый темп инфляции 100%, то он должен назначить номинальную ставку процента:**
- 95%
 - 100%
 - 102,5%
 - 105%
 - 110%

Тест 3

Тест включает 5 вопросов. Из нескольких вариантов ответов нужно выбрать все верные ответы. **Цена вопроса - 3 балла.**

Итого по тесту **15 баллов.**

1. **Повышение Центральным банком ставки рефинансирования**
- стимулирует сокращение инвестиций
 - увеличивает денежную массу
 - стимулирует увеличение потребительских расходов
 - увеличивает ставку межбанковского процента
 - сокращает значение банковского мультипликатора
2. **Совершенно-конкурентная фирма будет получать максимальную, неотрицательную экономическую прибыль в краткосрочном**

Основы предпринимательской деятельности

периоде в следующих случаях:

- $P=MC, P>AC$
- $MR=P, P>AC$
- $MR=MC, P>AC$
- $P=MC, P>AVC$
- $P=AC, AR=MC$

3. Уход работавшего человека на пенсию приведет к:

- уменьшению числа занятых
- увеличению числа не включаемых в рабочую силу
- увеличению числа безработных
- уменьшению уровня безработицы
- увеличению уровня безработицы

4. Использование минеральных удобрений в сельском хозяйстве увеличивает урожайность, но ухудшает качество производимых с их помощью продуктов питания, загрязняет реки, озера. Внешние эффекты распределятся следующим образом:

- положительный - для потребителей сельскохозяйственной продукции
- положительный - для производителей сельскохозяйственной продукции
- отрицательный - для окружающей среды
- положительного эффекта нет
- ничего определенного сказать нельзя

5. Верным является утверждение:

- "Медведем" называют биржевого брокера, покупающего акции с целью их перепродажи по более высокой цене
- "Быком" называют биржевого брокера, покупающего акции с целью их перепродажи по более высокой цене;
- "Медведем" называют биржевого брокера, продающего акции с целью их покупки по более низкой цене;
- "Быком" называют биржевого брокера, продающего акции с целью их покупки по более высокой цене
- "Быком" называют биржевого брокера, продающего акции с целью их покупки по более низкой цене

Список информационных ресурсов

Интернет ресурсы

1. <http://www.rtpress.ru/> - Российская торговля
2. <http://www.torgrus.ru/> - Новости и технологии торгового бизнеса
3. <http://www.opora.ru/> ОПОРА - Объединение предпринимательских организаций России
Портал содержит публикации из прессы на наиболее острые темы, связанные с деятельностью российского бизнеса, подборку законов и документов, отслеживает изменения в законодательстве. Есть лента новостей. Работает форум, рубрика "Вопрос-ответ". Информационное агентство АК&М
4. <http://md-invest.ru/> - маркетинг, бизнес-план
5. <http://e-trainings.ru> Развитие бизнеса.Ру
Обширный сайт по предпринимательству и бизнесу образовательного характера. Представлены следующие темы: "Галерея идей для начала и развития вашего бизнеса", "Бизнес-план", "Делопроизводство", "Кадры и обучение", "Консалтинг", "Контроллинг", "Логистика", "Маркетинг и PR", "Менеджмент (общее управление)", "Налоги и учет", "Организационный дизайн", "Принятие решений и информационные технологии", "Продажи", "Производство", "Стратегия", "Управление качеством", "Управление проектами, Финансы и учет", "Электронный бизнес".
6. <http://www.expert.ru> - "Эксперт"
Известный журнал, посвященный бизнесу и экономике. На сайте в свободном доступе представлены материалы последнего текущего выпуска журнала.
7. <http://www.rcsme.ru/> - Малый бизнес России
Ресурсный центр малого предпринимательства предоставляет различную информацию об этой сфере бизнеса. Статистика и законодательство по малому предпринимательству.
Представлены федеральные программы помощи малому предпринимательству. Доступны оригинальные публикации Центра. Есть подборка "федеральных" новостей по поддержке малого предпринимательства.
8. <http://www.triz-ri.ru> - Открытые методики рекламы и Public Relations - "Рекламное измерение"
Сайт посвящен методикам и технологиям рекламы, Public Relations, а также маркетинга, менеджмента и бизнеса. Основывается на материалах ежемесячного профессионального бюллетеня "Рекламное измерение".
9. <http://bankr.tsr.ru> - Банкротство ONLINE
Сайт предоставляет информацию (новостного, методического характера) по практике процедуры банкротства юридических лиц. Размещаются новости о процессах передела собственности, материалы в помощь банкротам, новости законодательства, аналитические материалы, рефераты, данные о литературе по банкротству.

Список использованной литературы.

1. Кочетков Г.Б. Предпринимательство как фактор развития // Экономика, политика, культура. - 2004. - N 6. - С. 46-65.
2. Курс экономики: Учебник. / под ред. Б.А. Райзберга. - М: ИНФРА-М, 2008. - 716с.
3. Ляшенко М.В. Тенденции развития малого предпринимательства // Регион: экономика и социология. - 2009. - N 3. - С. 163-174.

Основы предпринимательской деятельности

4. Малый и крупный бизнес: тенденции становления и специфика функционирования. / Балацкий Е. // Экономист - 2008. - №4 - с.45-54
5. Основы экономической теории: политэкономический аспект: Учебник / Отв. ред. Г.Н. Климко - Киев: Знання-Прес, 2010.- 646с.
6. Предпринимательство: от «максимизации прибыли» к синергии социально-экономических систем. / Колесникова Л. // Вопросы экономики. - 2012 - №10 - с40-54.
7. Российский бизнес: на пути к легализации? / В. Радаев // Вопросы экономики. -2012.-№1,с68-87.
8. Российское предпринимательство и проблемы его развития. / Тимофеева М.С. // Изв. вузов Сев. - Кавк. региона. Технические науки. - 2010г. - №3 - с! 15-120.
9. Шагинян Г.А., Черенков А.Я., Кузнецов Н.Г., Елецкий Н.Д. Основы экономической теории: Учебное пособие / РИНХ - Ростов н/Д, 2009. - 244с.
10. Экономика предприятия (фирмы) / под ред. проф. О.И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 601с.
11. Экономика предприятия / под ред. Е.Л. Кантора. - СПб.: Питер, 2008. - 352с.
12. Экономическая теория / Под ред. В.И. Видяпина. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 672с.
13. Экономическая теория / Под ред. В.Д. Камаева - М.: ВЛАДОС, 2010.- 636с.
14. Южанов И. Малое предпринимательство в России // Экономика России - XXI век.-2012.-N12.-С. 2-3.
- 15.Федеральный закон от 14.06.1995г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»;
- 16.Федеральный закон от 29.12.1995г. № 222-ФЗ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства»;
- 17.Федеральный закон от 1.07.1998г. № 148-ФЗ «О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности» (в редакции Федеральных законов от 31.03.1999г. №63-ФЗ, от 13.07.2001г. №99-ФЗ);
18. Федеральный закон от 07.08.2001г. №117-ФЗ «О кредитных потребительских кооперативах граждан»;
19. Федеральный закон от 08.08.2001г. №128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»;
20. Федеральный закон от 08.08.2001г. №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц»;
21. Областной закон Ростовской области от 30.11.1998г. № 14-ЗС «О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности» (в редакции Областных законов от 28.12.1998г. №19-ЗС, от 26.02.1999г. № 27-ЗС, от 04.06.1999г. № 35-ЗС, от 10.05.2000г. № 76-ЗС, от 29.11.2000г. №114-ЗС, от 28.03.2001г. №131-ЗС, от 28.03.2001г. № 133-ЗС, от 24.08.2001г. № 165-ЗС, от 02.11.2001г. № 188-ЗС);
- 22.Областной закон Ростовской области от 31.07.1999г. № 42-ЗС « О едином налоге на вмененный доход от розничной торговли горюче-смазочными материалами через автозаправочные станции» (в редакции Областных законов от

Основы предпринимательской деятельности

10.05.2000г. № 77-ЗС, от 28.03.2001г. № 132-ЗС, от 24.08.2001г. № 166-ЗС, от 25.10.2001г. № 182-ЗС)

22. Концепция государственной политики поддержки малого предпринимательства в Российской Федерации // Бизнес для всех.-2010,-№26-с. 11-14;

23. Барсукова С.Ю. Кризис 1998 года и российский бизнес // ЭКО.-2009.-№4.-с.95-103;

24. Береснева А.В. Роль малого бизнеса в развитии экономики // ЭКО.-2008.-№8.-с.25-32;

25. Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист.-2009.-№2.-с.75-78;

26. Высокое В.В. Малый бизнес «в тени» - государству жарко // Экономика и жизнь.-2008.-№20;

27. Высокое В.В. Малый бизнес: Научно-практическое пособие // Ростов-на-Дону: Издательский центр ДГТУ, 2010.-120 с.;

28. Тарануха Ю. Предпринимательство в переходной экономике // Экономист.-2012.- №10.- с.42-48;

29. Черныш Е.А. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие //Е.А. Черныш, Н.П. Молчанова, А.А. Новикова, Т.А. Салтанова.- М: ПРИОР, 2011. – 176 с.

30. Что препятствует развитию бизнеса? (взгляд российских предпринимателей) // Журналы для акционеров.-2011.-№10.-с.26-31;

31. Южанов И.А. Всякий монополизм - в экономике ли, политике - страшен тем, что мешает свободе выбора // Человек и труд.-2011.-№2.-с.9-12;

32. Южанов И.А. Поддержка предпринимательства в России: итоги и перспективы //Вестник Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.-2009.-№2.-с.3-13.