



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ "ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ И.С. ТУРГЕНЕВА"
МЦЕНСКИЙ ФИЛИАЛ

Кафедра «Экономика и информационные технологии»

О.С. Новикова

КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Дисциплина: Основы предпринимательской деятельности

Направление: 38.03.01 Экономика

2016

СОДЕРЖАНИЕ

	стр
Введение	4
Тема 1 «Сущность предпринимательства и его виды»	5
Тема 2 «Принятие предпринимательского решения»	11
Тема 3 «Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия»	17
Тема 4 «Механизм функционирования предприятий различных организационно-правовых форм»	24
Тема 5 «Инновационное предпринимательство»	28
Тема 6 «Предпринимательский риск»	34
Тема 7 «Взаимодействие предпринимателей с кредитными организациями»	39
Тема 8 «Управление предприятием предпринимательского типа»	43
Тема 9 «Цена и ценовая политика предпринимательского предприятия»	51
Тема 10 «Эффективность предпринимательской деятельности»	60
Тема 11 «Налогообложение предпринимательского предприятия»	71
Заключение	77
Список использованных источников	78

Введение

Предпринимательская деятельность - это особый вид деятельности, направленный на извлечение прибыли, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Предметом изучения дисциплины являются производственные отношения между разными субъектами деятельности с одной стороны, и предпринимателями и нанятыми работниками с другой, в процессе производства, обмена, распределения и потребления товаров и услуг.

Задачи дисциплины:

научить студентов:

- обоснованию предпринимательского решения;
- созданию предпринимательской структуры;
- выбору партнеров по предпринимательству;
- выбору ценообразования на предприятии;
- оценки финансового состояния предприятия.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа.

Тема 1 «Сущность предпринимательства и его виды»

Вопросы:

1. Сущность предпринимательства и предпринимательской деятельности
2. Внутренняя и внешняя среда предпринимательства
3. Предпринимательская идея

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Консультационные услуги
2. Виды предпринимательской деятельности

1. Сущность предпринимательства и предпринимательской деятельности

Под предпринимательской деятельностью понимается «самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» (ст. 2 ГК РФ).

Важнейшим признаком предпринимательства является самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов. В основе их поведения лежат внутренние побуждения. Каждый человек, становясь предпринимателем, самостоятельно решает все вопросы деятельности своего предприятия исходя из экономической выгоды и рыночной конъюнктуры.

В тесном единстве с самостоятельностью находится принцип личной экономической заинтересованности и ответственности. Собственная выгода является движущим фактором предпринимательской деятельности, но хозяйствующий субъект, преследуя свои собственные интересы, работает на общественные.

Например, Г. Форд занялся производством автомобилей вовсе не из благотворительных побуждений. Он преследовал личную выгоду, но, удовлетворяя свои интересы, создал целую автомобильную империю, которая наводнила машинами весь мир. В современных условиях личный интерес предпринимателя все более переплетается с коллективным интересом фирмы или компании. Обладая самостоятельностью, предприниматель берет на себя личную ответственность за результаты деятельности. Заинтересованность в сочетании с ответственностью заставляет предпринимателя работать в жестком режиме.

Предпринимательство немислимо без новаторства, творческого поиска. Эффективно работать может только тот, кто обеспечивает высокое качество и постоянно обновляет продукцию. Способность к принятию нестандартных решений, творческий подход к оценке ситуации всегда высоко ценились в деловом мире.

Предпринимателем, или субъектом предпринимательства, согласно принятому законодательству может быть гражданин страны, признанный дееспособным в установленном законом порядке (не ограниченный в дееспособности). Граждане иностранных государств и лица без гражданства могут выступать в качестве предпринимателей в пределах правомочий, установленных законодательством.

2. Внутренняя и внешняя среда предпринимательства

На развитие предпринимательской деятельности, ее результаты существенное влияние оказывает предпринимательская среда.

Под *предпринимательской средой* понимаются внешние и внутренние условия и факторы, которые воздействуют на результативность функционирования того или иного предприятия, организации, фирмы.

Различают внутреннюю и внешнюю среду.

К числу факторов внутренней среды предпринимательства следует отнести: правильный выбор организационно-правовой формы предприятия; уровень оптимальности организационной его структуры (как производственной, так и общей); наличие необходимых финансов для успешной деятельности; уровень знаний персонала и стиль руководства менеджеров; социально-психологическую атмосферу организации, ее моральный климат; состояние маркетинговых исследований и глубокое знание рынка; уровень деловых взаимоотношений сотрудников и их поведения и многое другое.

Внешняя среда предпринимательской организации представляет собой совокупность экономических, социальных, правовых и прочих условий, способствующих формированию и развитию предпринимательства.

На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также размер заемных средств, к которым готовы обратиться предприниматели для финансирования своих деловых операций и которые готовы предоставить им кредитные учреждения.

Вплотную к экономическим примыкают *социальные условия* формирования предпринимательства. Прежде всего это стремление покупателей приобретать товары, отвечающие определенным вкусам и моде. На разных этапах потребности могут меняться.

От предпринимательской деятельности предприниматель должен

получать удовлетворение. Он участвует в решении социальных вопросов, касающихся трудовой деятельности своих сотрудников, охраны их здоровья, сохранения рабочих мест и др.

Важную роль в формировании предпринимательства играют подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров предпринимателей: организация обучения современным методам ведения предпринимательской деятельности; обучение и переобучение кадров, их стажировка в развитых странах; организация подготовки и переподготовки преподавательских кадров для обучения предпринимателей; создание сети консультативных центров, проводящих профессиональный отбор и ориентацию кадров предпринимательского сектора и др.

Любая предпринимательская деятельность осуществляется в рамках соответствующей правовой среды. Поэтому большое значение имеет создание необходимых *правовых условий*. Здесь имеется в виду наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность и создающих наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства: упрощенную и ускоренную процедуру открытия и регистрации предприятий; защиту предпринимателя от государственного бюрократизма; совершенствование налогового законодательства в направлении мотивации производственной предпринимательской деятельности, развития совместной деятельности отечественных предпринимателей с зарубежными.

3. Предпринимательская идея

Важнейшее условие успешной предпринимательской деятельности — прогрессивные обоснованные предпринимательские идеи. Наличие капитала и прочих ресурсов для производства еще не достаточно для предпринимательства в той или иной области, если отсутствует реальная идея. Правильно выбранная идея определяет успешную деятельность предпринимателя на длительный срок.

Следовательно, *предпринимательская идея* — это четко сформулированное предпринимателем мнение, с помощью какого именно нового товара (услуги) или реализовав какой именно способ изготовления имеющейся продукции он может получить наибольшую прибыль.

Предпринимательская идея должна быть ориентирована:

- на новый или усовершенствованный товар, продукт, услугу;
- на новый подход к изготовлению уже имеющейся продукции, услуги, т.е. технологические или организационные нововведения;
- на создание нового спроса.

Становление идеи предусматривает, во-первых, разработку концепции деятельности предпринимателя, во-вторых, подготовку к будущей деятельности.

Вести деятельность, не обновляя идей, невозможно. Отбирая наиболее приемлемые на данный момент идеи, предприниматель должен не отказываться от других идей, а накапливать их, оставляя в резерве, постоянно

работая над их развитием, поскольку они могут предопределить его успехи в будущем. При этом идеи не обязательно должны быть абсолютно новыми.

Обновление идей вызвано стремлением предпринимателя к повышению прибыльности, наращиванию капитала, совершенствованию и обновлению производства и победе над конкурентами.

Может быть принята к действию только та предпринимательская идея, которая:

- обеспечивает выпуск продукции, работ, услуг, на которые имеется спрос на рынке;
- более конкурентоспособна, чем другие;
- реально воплотима;
- экономически эффективна;
- соответствует возможностям предпринимателя.

Удачные идеи, реализованные ранее, продолжают использовать в предпринимательской деятельности и в настоящее время. Среди них научный подход к управлению производством; анализ различных способов выполнения работ; оплата труда как важнейший элемент его мотивации.

Важно, чтобы в основе предпринимательской идеи лежала продуманная инновационная инициатива предпринимателя, которая может охватывать как весь процесс производства, так и отдельные его слагаемые, в том числе:

- использование новой техники и технологии;
- использование более качественных и эффективных материалов;
- применение прогрессивной системы управления производством;
- новую организацию рекламной работы;
- совершенствование системы партнерских связей;
- ускорение оборота капитала;
- быстрое реагирование на результаты маркетинговых исследований;
- улучшение дизайна и упаковки товара;
- нахождение более эффективных способов решения проблем и др.

Инновационная идея — это возможность производства нового ориентированного товара или усовершенствованного товара. Инновационная деятельность является результатом НИОКР и обладает высокой степенью риска. Так, на Западе примерно 40% предлагаемых рынку новинок не пользуются спросом. Поэтому многие фирмы для освоения новых товаров или новых направлений деятельности создают рискованные фонды.

Объект предпринимательской деятельности и основа предпринимательской идеи — товар, продукт, работа или услуга (далее — «товар»), с которым выходит на рынок производитель (продавец) или потребитель (покупатель). Товары могут обладать:

- высокой потребительской стоимостью, если в них заинтересовано множество людей (например, продукты питания);
- низкой потребительской стоимостью;

- ограниченной потребительной стоимостью, когда в них заинтересованы люди определенной профессии или социальной группы (например, книги для слепых);
- индивидуальной потребительной стоимостью (например, строительство коттеджей по индивидуальному проекту).

Рыночный товарный ряд — это совокупность всех товаров на рынке, сгруппированных по определенному признаку: например, по уровню доходов населения (для богатых, для среднего класса, для бедных), по географическому признаку (для сельских жителей, для городских жителей) и т.п. Чтобы определить место своего товара в товарном ряду, предприниматель должен обладать информацией о возможных потребителях, позволяющей подстроиться под их вкусы и возможности, найти способы воздействия на них.

Система мер по выявлению места товара на рынке и созданию образа товара в сознании потребителя называется *позиционированием товара*.

В ходе позиционирования товара предприниматель решает, какие конкретно признаки, параметры будут выделять его товар из товарной массы. Такими признаками, например, в одежде, могут быть элегантность, прочность, соответствие моде, цена.

Именно цена для многих потребителей является основным параметром при покупке товара. Поэтому на стадии осмысления идеи предприниматель может определить возможную предельную цену товара.

Генеральная цель предпринимательства — получение прибыли на основе производства и реализации продукции, работ, услуг, удовлетворяющих определенные потребности общества. Наряду с реализацией генеральной и основных целей предприятие одновременно стремится достичь множества частных целей: экономических, технико-технологических, социальных, экологических и др. При этом, достигая наилучших результатов при реализации частных целей.

Выбор предпринимательской идеи

Выбор идеи связан, как правило, с желанием предпринимателя поставлять на рынок новые или усовершенствованные товары, работы, услуги, обновить производство, повысить доходность либо с опасением пропустить эффективную идею, которую могут воплотить конкуренты. Такие идеи возникают при появлении новых научных открытий и используются предпринимателями, осуществляющими рисковую форму деятельности. Их воплощение позволяет поставлять на рынок новые товары, услуги.

При выборе идеи предприниматель в основном может идти двумя противоположными путями: либо сопоставляя свои возможности с потребностями рынка, либо сопоставляя потребности рынка со своими возможностями.

Общая схема возникновения и реализации идеи представлена на рисунке 1.

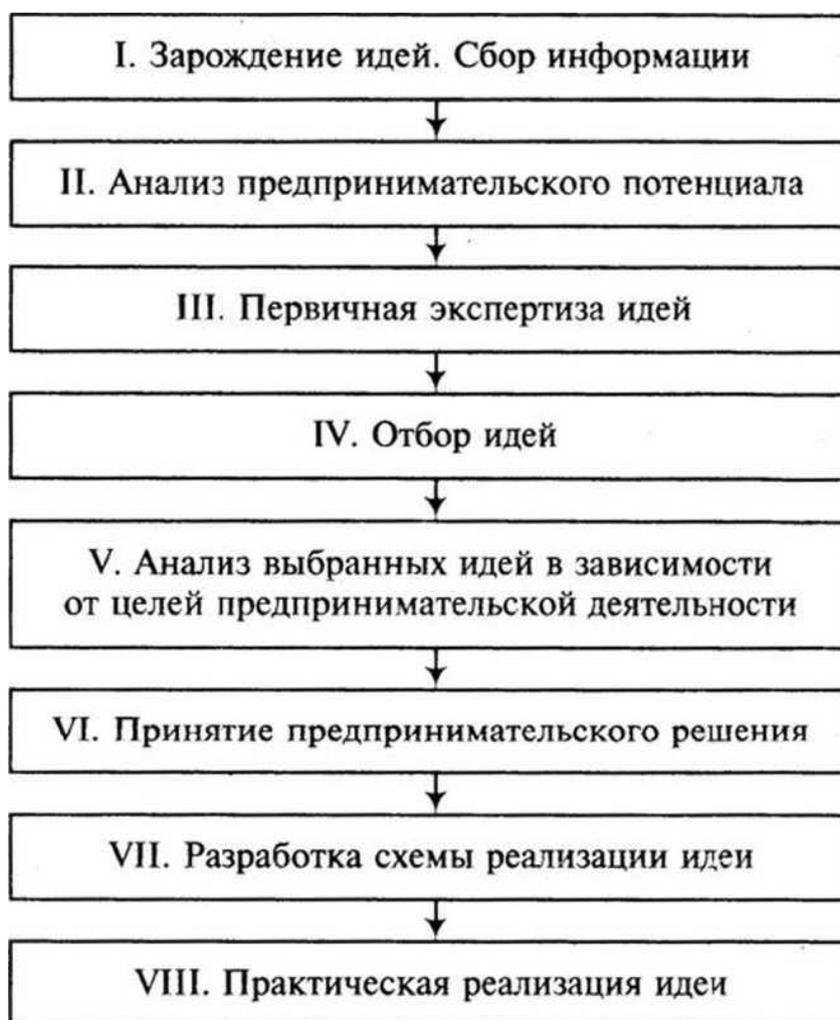


Рисунок 1 - Алгоритм возникновения и реализации идеи

Тема 2 «Принятие предпринимательского решения»

Вопросы:

1. Сущность предпринимательского решения
2. Структура процесса принятия предпринимательского решения
3. Экономические методы моделирования и оптимизации предпринимательских решений

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Классификация предпринимательских решений
2. Ответственность и эффективность предпринимательских решений

1. Сущность предпринимательских решений

Необходимость принятия решений возникает на всех этапах процесса управления и связана со всеми участками и аспектами управленческой деятельности. Процесс принятия решений довольно точно отражает реальные проблемы, отношения и связи, сложившиеся на предприятии, а непрерывная последовательность решений характеризует непрерывность процесса управления.

Понимание характера предпринимательских решений зависит прежде всего от точки зрения на место и роль процесса принятия решений в системе организации управления хозяйствующим субъектом. С позиций системного анализа процесс управления является в сущности процессом решения проблем хозяйствующего субъекта или предприятия, возникающих по мере их функционирования и развития.

Цикл управления всегда начинается с постановки целей и выявления проблем, продолжается разработкой и принятием необходимого решения и заканчивается организацией и контролем его выполнения. Анализ полученного результата, или, точнее, оценка степени достижения поставленной цели, служит источником выявления новых проблем и принятия новых решений, возобновляя таким образом управленческий цикл. Это показывает, что всякое управление реализует вполне определенную последовательность трех основных этапов:

- определяется состояние управляемого объекта (идентификация проблемы);
- для данного состояния вырабатывается оптимальное воздействие (разработка и принятие решения);
- решение реализуется.

Таким образом, разработка, принятие и реализация предпринимательских решений являются концентрированным выражением самой *сущности управления*.

Предпринимательское решение — это выбор альтернативы, осуществленный руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенции и направленный на достижение целей хозяйствующего субъекта (предприятия).

Одна из характерных черт исследований, относящихся к проблеме

принятия предпринимательских решений (как и вообще ко всем управленческим проблемам), — их междисциплинарный характер, объединение различных, а иногда и далеких по своему предмету областей науки.

2. Структура процесса принятия предпринимательского решения

Под *технологией принятия предпринимательских решений* следует понимать состав и последовательность процедур, приводящих к решению проблем организации, в комплексе с методами разработки и оптимизации альтернатив.

Для руководителя принятие решений не является самоцелью. Основное, что должно заботить менеджера, — не сам выбор альтернативы, а решение определенной управленческой проблемы. Для решения же проблемы очень часто требуется не единичное решение, а определенная их последовательность и, главное, их осуществление.

В процессе принятия предпринимательского решения участвуют разные лица. Важно отличать лицо, принимающее решение (ЛПР), от экспертов, которые могут привлекаться к процессу разработки решения на различных этапах этого процесса. Во многих случаях решения принимаются коллективно. В качестве ЛПР при этом выступает группа людей. Их влияние на процесс принятия решения, информация, которой они владеют, наконец, интересы, которые они преследуют, могут при этом как совпадать, так и различаться. И тем не менее они все вместе — это групповое ЛПР.

Поэтому решение — это не одномоментный акт, а результат процесса, развивающегося во времени и имеющего свою структуру. Исходя из этого можно дать следующее определение этого процесса.

Процесс принятия решений — это циклическая последовательность действий субъекта управления, направленных на решение проблем организации и заключающихся в анализе ситуации, генерации альтернатив, принятии решения и организации его выполнения.

Основные этапы процесса принятия решений:

1. Анализ ситуации
2. Идентификация проблемы
3. Определение критериев выбора
4. Разработка альтернатив
5. Выбор наилучшей альтернативы
6. Согласование решений
7. Управление реализацией
8. Контроль и оценка результатов.

Рассмотрим содержание каждого этапа.

1. *Анализ ситуации.* Анализ управленческой ситуации требует сбора и обработки информации. Этот этап выполняет функцию восприятия организацией внешней и внутренней среды. Данные о состоянии основных факторов внешней среды и положении дел в организации поступают к

менеджерам и специалистам, которые классифицируют, анализируют информацию и сравнивают реальные значения контролируемых параметров с запланированными или прогнозируемыми, что в свою очередь позволяет им выявить проблемы, которые следует решать.

2. *Идентификация проблемы.* Первый шаг на пути решения проблемы — ее определение, или диагноз, полный и правильный. Как принято говорить, правильно сформулировать проблему — значит наполовину решить ее. Существуют два взгляда на сущность проблемы. Согласно одному проблемой считается ситуация, когда поставленные цели не достигнуты или существует отклонение от заданного уровня, например, мастер может установить, что производительность труда или качество изделий на его участке ниже нормы. В соответствии с другим взглядом как проблему следует рассматривать также и потенциальную возможность повышения эффективности. Объединяя оба эти подхода, под проблемой будем понимать расхождение между желаемым и реальным состоянием управляемого объекта.

3. *Определение критериев выбора.* Прежде чем рассматривать возможные варианты решения возникшей проблемы, руководителю необходимо определить показатели, по которым будут проводиться сравнение альтернатив и выбор наилучшей. Эти показатели принято называть критериями выбора. Например, принимая решение о приобретении нового оборудования, можно ориентироваться на критерии цены, производительности, эксплуатационных расходов, эргономичности и т.п., а в случае принятия решения о приеме на работу нового сотрудника критериями выбора среди кандидатов могут быть образование, опыт работы, возраст, личные качества.

4. *Разработка альтернатив.* На этом этапе в идеале желательно выявить все возможные альтернативные пути решения проблемы, только в этом случае решение может быть оптимальным. Однако на практике руководитель не располагает (и не может располагать) такими запасами знаний и времени, чтобы сформулировать и оценить каждую возможную альтернативу.

5. *Выбор альтернативы.* Разработав возможные варианты решения проблемы, их необходимо оценить, т.е. сравнить достоинства и недостатки каждой альтернативы и объективно проанализировать вероятные результаты их реализации. Для сопоставления вариантов решения необходимо иметь стандарты или критерии, по которым их можно сравнивать. Такие критерии выбора были установлены на третьем этапе. С их помощью и проводится выбор наилучшей альтернативы.

6. *Согласование решения.* В современных системах управления в результате разделения труда сложилась ситуация, когда подготавливают, разрабатывают решение одни работники организации, принимают или утверждают другие, а выполняют третьи. Именно организация, а не отдельный руководитель, должна реагировать на возникающие проблемы. И не один руководитель, а все члены организации должны стремиться к повышению эффективности ее работы. Поэтому в групповых процессах

принятия решений весьма существенную роль играет стадия согласования.

7. *Управление реализацией.* Для успешной реализации решения прежде всего необходимо определить комплекс работ и ресурсов и распределить их по исполнителям и срокам, т.е. предусмотреть, кто, где, когда и какие действия должен предпринять и какие для этого требуются ресурсы. Если речь идет о достаточно крупных решениях, это может потребовать разработки программы реализации решения. В ходе осуществления этого плана руководитель должен следить за тем, как выполняется решение, оказывать в случае необходимости помощь и вносить определенные коррективы.

8. *Контроль и оценка результатов.* Даже после того как решение окончательно введено в действие, процесс принятия решений не может считаться полностью завершенным, так как необходимо еще убедиться, оправдывает ли оно себя. Этой цели и служит этап контроля, выполняющий в данном процессе функцию обратной связи. На этом этапе проводятся измерение и оценка последствий решения или сопоставление фактических результатов с теми, которые руководитель надеялся получить.

Проанализированный выше процесс разработки и принятия решения характерен для так называемой западной модели управления. Между тем японская модель управления, отличающаяся по ряду характеристик от западной, использует и особую систему принятия решений.

3. Экономические методы моделирования и оптимизации предпринимательских решений

Типы предпринимательских решений традиционно принято разделять на аналитические и поисковые (творческие). При всей очевидной условности такого разграничения оно полезно, поскольку позволяет правильно подобрать инструментарий для разработки альтернатив.

Аналитический подход к выработке решений оправдан при выполнении ряда условий: а) проблема относительно проста; б) легко сформулировать альтернативы; в) информация, необходимая для разработки и принятия решения доступна; г) существуют ясные стандарты относительно правильности искомого решения.

Поисковый творческий подход используют тогда, когда ищут нестандартные, не использовавшиеся в прошлом решения. В отличие от аналитического подхода, который может быть в значительной степени формализован, творческий подход в меньшей степени допускает формализацию. Здесь, вероятно, уместней задаться вопросом о том, какие помехи чаще всего встречаются при решении поисковых задач.

Методы моделирования (называемые также методами исследования операций) базируются на использовании математических моделей для решения наиболее часто встречающихся управленческих задач.

Разработка и оптимизация решения конкретной проблемы методами моделирования — довольно сложная процедура, которая может быть представлена последовательностью основных этапов: постановки задачи;

определения критерия эффективности анализируемой операции; количественного измерения факторов, влияющих на исследуемую операцию; построения математической модели изучаемого объекта (операции); количественного решения смоделированной задачи и нахождения оптимального решения; проверки адекватности модели и найденного решения анализируемой ситуации; корректировки и обновления модели.

Модели теории игр. Большинство хозяйственных операций можно рассматривать как действия, совершаемые в условиях противодействия. К противодействиям следует относить такие, например, факторы, как авария, пожар, кража, забастовка, нарушение договорных обязательств и т.п. Однако наиболее массовая ситуация противодействия — конкуренция. Поэтому одним из важнейших условий, от которого зависит успех организации, считается конкурентоспособность. Очевидно, что возможность прогнозировать действия конкурентов служит существенным преимуществом для любой коммерческой организации. Принимая решение, следует выбирать альтернативу, позволяющую уменьшить степень противодействия, что в свою очередь снизит степень риска. Такую возможность предоставляет менеджеру теория игр, математические модели которой побуждают анализировать возможные альтернативы своих действий с учетом возможных ответных действий конкурентов. Первоначально разработанные для военно-стратегических целей, модели теории игр применяются и в бизнесе для прогнозирования реакции конкурентов на принимаемые решения, например, на изменение цен, выпуск новых товаров и услуг, выход на новые сегменты рынка и т.п.

Модели теории очередей. Модели теории очередей (или оптимального обслуживания) используются для нахождения оптимального числа каналов обслуживания при определенном уровне потребности в них. К ситуациям, в которых такие модели могут быть полезны, относятся, например, определение числа телефонных линий, необходимых для ответов на звонки клиентов, троллейбусов на маршруте, необходимых чтобы на остановках не скапливались большие очереди, или операционистов в банке, чтобы клиенты не ждали, пока ими смогут заняться, и т.п.

Модели управления запасами. Любая организация должна поддерживать некоторый уровень запасов своих ресурсов, чтобы избежать простоев или перерывов в технологических процессах и сбыте товаров или услуг: производственной фирме необходимы определенные запасы материалов, комплектующих изделий, готовой продукции, банку — денежной наличности, больнице — лекарств, инструментов и т.д.

Модели управления запасами позволяют найти оптимальное решение, т.е. такой уровень запаса, который минимизирует издержки на его создание и поддержание при заданном уровне непрерывности производственных процессов.

Модели линейного программирования. Эти модели применяют для нахождения оптимального решения в ситуации распределения дефицитных ресурсов при наличии конкурирующих потребностей. Например, с помощью

модели линейного программирования управляющий производством может определить оптимальную производственную программу, т.е. рассчитать, какое число изделий каждого наименования следует производить для получения наибольшей прибыли при известных объемах материалов и деталей, фонде времени работы оборудования и рентабельности каждого типа изделия.

Из изложенного следует, что с точки зрения принятия решений организационные формы должны быть подчинены достижению поставленных целей и процессу решения связанных с этим проблем.

Тема 3 «Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия»

Вопросы:

1. Выбор сферы деятельности нового предприятия
2. Учредительные документы
3. Разработка бизнес-плана предприятия

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Государственная регистрация предприятий
2. Управление новым предприятием

1. Выбор сферы деятельности нового предприятия

Успех предпринимательства зависит в значительной мере от избранной сферы деятельности, организационно-правовой формы предприятия, стратегии и тактики управления.

Решая проблему создания нового предприятия, предприниматель должен выбрать сферу деятельности, учесть возможности вложения в дело собственного и заемного капиталов, определить сроки окупаемости финансовых ресурсов. В последние годы все больший интерес представляет инновационное предпринимательство.

Предпочтительным вариантом предпринимательства является такая сфера, в которой предприятие начинает функционировать первым и имеется возможность предопределять ассортимент, цены, привлекать клиентов и заказчиков. Однако предприниматель должен иметь «запасной» вариант направления деятельности на тот случай, если первоначально избранный не приносит успеха. Следует иметь в виду наличие ряда законодательных ограничений по некоторым видам предпринимательской деятельности. Например, для частного предпринимательства запрещено производство оружия, наркотиков. По отдельным видам деятельности необходимо иметь специальное разрешение (лицензию). Помимо так называемых административных ограничений существуют чисто экономические, связанные с преодолением входных барьеров. Это значительный объем первоначальных инвестиций, сверхнормативный срок окупаемости капитальных вложений, высокая степень риска и общая неопределенность в получении коммерческого результата. Эти и некоторые другие барьеры, иногда даже криминального характера, особенно характерные для нынешней России, препятствуют развитию частного предпринимательства. В числе рекомендаций по созданию нового предприятия присутствует предостережение от вложения финансовых средств в период экономического спада. Следовать этой рекомендации в России – значит вообще отказаться от предпринимательской деятельности. Однако реальная ситуация свидетельствует о динамичном развитии предпринимательства в России, и в ближайшем будущем эта динамика сохранится. Исходной точкой в

предпринимательстве и в создании нового предприятия часто является идея нового продукта или услуги.

Для принятия решения не обойтись без тщательного изучения состояния рынка, положения дел у конкурентов, научных прогнозов вероятных изменений спроса и предложения, покупательной способности населения. Важной является информация о положении дел в аналогичной сфере деятельности в развитых странах мира, а для получения такой информации необходимо использовать современные информационные технологии. В связи с этим для предпринимателя может быть полезной рекомендация не всегда бояться зарубежных конкурентов, так как их проникновение на внутренний рынок России связано с немалыми транспортными затратами и таможенными пошлинами, из-за чего создаются конкурентные преимущества для российских аналогов, тем более, что тот или иной товар или услугу по их потребительским свойствам всегда можно улучшить.

Источником предпринимательской идеи, как это особенно наглядно подтверждает японский опыт, могут стать информационные листки патентных бюро и даже научно-техническая информация в отечественной и зарубежной периодической печати. В любом случае по мере становления и развития начатого дела предприниматель должен уделить внимание собственной научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности. Предпринимателю, решившему заняться бизнесом, предстоит выбор формы предприятия.

Предприниматель, выбирая форму предприятия, должен предвидеть возможные последствия для создаваемого предприятия в случае выхода из дела по различным причинам одного из совладельцев. Самой стабильной и долговечной формой является акционерное общество. Выход из дела одного из акционеров совершенно не отразится на существовании предприятия такой формы.

2. Учредительные документы

Разработка учредительных документов является важным (определяющим) этапом как в процессе создания предприятия (организации), так и в процессе его функционирования, поэтому законодательными актами установлены определенные сведения, которые должны содержать учредительные документы. Учредительные документы (особенно устав предприятия) представляют собой свод прав, обязанностей, условий функционирования предприятия, его трудового коллектива, конституирующих статус предприятия.

В законодательных актах, регулирующих деятельность предприятий (организаций), установлены два основных учредительных документа, которые необходимо иметь предприятиям в зависимости от организационно-правовой формы собственности: устав и учредительный договор.

В ст. 52 ГК РФ установлено, что юридическое лицо действует на основании устава, либо учредительного договора и устава, либо только учредительного договора. Учредительный договор юридического лица заключается, а устав утверждается его учредителями (участниками).

Юридическое лицо, созданное одним учредителем, действует на основании устава, утвержденного этим учредителем. Для государственных и муниципальных унитарных предприятий и для казенных предприятий основным учредительным документом является устав предприятия. Устав предприятия разрабатывается и утверждается его учредителями (участниками), а учредительным документом казенного предприятия является его устав, утверждаемый Правительством Российской Федерации. Унитарное предприятие, создающее в качестве юридического лица другое унитарное предприятие, утверждает устав вновь создаваемого предприятия.

В «Положении о государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности» установлено, что устав должен в обязательном порядке содержать сведения об организационно-правовой форме, наименовании, нахождении предприятия, размере его уставного капитала (фонда), составе, порядке распределения прибыли и образования фондов предприятия, порядке и условиях реорганизации и ликвидации предприятия.

В ГК РФ отмечено, что в учредительных документах юридического лица должны определяться наименование юридического лица, место нахождения и порядок управления его деятельностью, а также содержаться другие сведения, предусмотренные законом для юридических лиц соответствующего вида. Для отдельных видов юридических лиц в учредительных документах должны быть определены предмет и цели деятельности. В учредительном договоре должно быть установлено, что учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ему имущества, участия в его деятельности, порядок и условия распределения прибыли и убытков между участниками управления деятельностью юридического лица, выхода учредителей (участников) из его состава.

В «Положении о государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности» установлено, что договор учредителей должен содержать сведения о наименовании (имени) и юридическом статусе учредителей, их местонахождении, государственной регистрации, размер уставного капитала создаваемого предприятия, долей участия (паев, количества акций), принадлежащих каждому учредителю, размерах, порядке и способах внесения вкладов (оплаты акций).

Предприятие как юридическое лицо должно иметь свое фирменное наименование, которое устанавливается в учредительных документах, включается в единый Государственный реестр юридических лиц, открытый для всеобщего ознакомления. Фирменное наименование предприятия как коммерческой организации после государственной регистрации приобретает статус нематериального актива, а предприятие, фирменное наименование

которого в установленном порядке зарегистрировано, имеет исключительное право его использования.

Лицо, неправомерно использующее чужое зарегистрированное фирменное наименование, по требованию обладателя права на фирменное наименование обязано прекратить его использование и возместить причиненные убытки.

3. Разработка бизнес-плана предприятия

Бизнес-план – документ внутрифирменного планирования, характеризующий все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализирующий проблемы и способы решения поставленных задач.

Бизнес-план позволяет определить стратегию развития предприятия в условиях конкуренции и оценить предпринимательские возможности. Составление бизнес-плана связано с эффективным способом мобилизации предпринимательских качеств, таких, как умение думать, увязывать интересы, определять цели и решать задачи, находить возможности повышения конкурентоспособности предприятия.

Бизнес-план составляют в зависимости от особенностей развития предприятия, определяя целесообразность вложения инвестиций именно в этот проект. Одно из главных требований – анализ сильных и слабых сторон бизнеса для обоснования экономической оценки предлагаемых мероприятий.

Основные функции бизнес-плана можно подразделить на две группы: внутрифирменная деятельность и внешние функции.

Внутрифирменная деятельность связана с разработкой стратегии развития фирмы, общей концепцией осуществления проектов создания новой продукции, внедрения новых технологий и оборудования, оценки предпринимательского потенциала и выявления резервов, а также мероприятий по снижению риска и формированию благоприятного имиджа фирмы.

Внешние функции направлены на формирование качественного бизнес-плана, позволяющего эффективно распорядиться инвестициями и привлечь к реализации планов развития предприятия потенциальных партнеров, которые могут вложить собственный капитал или технологии.

Структура бизнес - плана определяется направленностью и масштабом инновационного проекта, сферой предпринимательской деятельности, организационной структурой фирмы, наличием конкурентов и перспективами роста.

Можно представить основной процесс бизнес-планирования с момента возникновения предпринимательской идеи (обоснования экономической идеи) до получения и распределения прибыли между основными участниками.

Рассмотрим содержание основных разделов бизнес-плана в таблице 1.

Таблица 1- Содержание основных разделов бизнес-плана

Разделы бизнес-плана	Краткая характеристика	Примечание
Титульный лист	Содержит: - название предприятия; - реквизиты предприятия; - указание организационно-правовой формы; - сведения о составе учредителей; - информация о периоде планирования; - составитель бизнес-плана	Грамотно оформленный титульный лист придаст бизнес-плану профессиональный вид
Резюме	Содержит описание: - основной цели проекта; - предлагаемого продукта или услуги (краткую характеристику); - способов решения поставленной задачи; - ожидаемого результата и эффективности проекта; - конкурентных преимуществ; - требуемой суммы инвестиций	Обычно резюме оформляется уже после написания всех других разделов бизнес-планирования. Целью раздела является привлечение интереса к проекту, описание возможностей для бизнеса и стратегия их реализации, информация о прибыли по инвестированному капиталу
Описание объекта	- полное описание объекта; - его функции; - сферу применения; - отличительные особенности; - лицензионно-патентные права	Описание объекта (продукции или услуги) содержит наглядные данные, которые позволят представить разрабатываемый объект со всеми его отличительными характеристиками
Характеристика отрасли	Характеристика отрасли отражает: - описание аналогов предлагаемого объекта; - их отличительные особенности; - конкурентоспособность аналогов и перспективы развития	Характеристика отрасли учитывает наличие других предпринимателей, знание своих конкурентов, их возможности и способности, которые позволят позиционировать себя и дать оценку месту данного проекта с учетом конкуренции
Маркетинговый план	Изучает, формирует структуру и уровень спроса, а также содержит описание: - маркетинговой среды; - потребителей продукта или услуги, их вкусов и предпочтений; - способность платить и готовность покупать; - сильных и слабых сторон конкурентов; - оценки и указания доли рынка; - особых характеристик рынка; - паблик релейшнз; - рекламы; - продвижения на рынок;	Целью является разъяснить, как предполагаемый бизнес намерен воздействовать на рынок и реагировать на обстановку для обеспечения сбыта товара

	<ul style="list-style-type: none"> - ценовой политики; - плана послепродажного обслуживания и поддержки продукта; - прогнозов объемов продаж; - плана модернизации и утилизации продукта; - оценки результатов 	
Производственный план	<p>Содержит весь комплекс программ для производства и реализации продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - план исследований и разработок; - описание и характеристику ресурсного обеспечения; - способы и источники получения ресурсов; - описание производственных мощностей; - состав комплектующих изделий; - характеристику производственных процессов; - характеристику оборудования; - описание производства; - возможность модернизации и совершенствования продукции; - подбор и обучение персонала 	<p>Представление информации по обеспеченности выпуска продукции с производственной стороны и разработка мер эффективности и надежности организуемого производства. Дается графическая характеристика производственного цикла бизнеса</p>
Организационный план	<p>Отражает способы управления реализацией бизнес-плана:</p> <ul style="list-style-type: none"> - размещение предприятий и всего недвижимого имущества; - размещение другой собственности; - источники снабжения материалами; - источники снабжения рабочей силой; - организацию функционирования; - возможность реорганизации; - деловое расписание; - квалификационные требования; - состав подразделений и их функций 	<p>Приводится информация об организационной структуре фирмы, персонале, кадровой политике и системе стимулирования работников в достижении фирмой высоких экономических результатов</p>
Финансовый план	<p>Описывает финансовое обеспечение предполагаемого проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - потребность в финансах; - структуру капитала; - источник финансирования; - финансовые показатели; - организацию финансового планирования, анализа и учета; - описание отчетности; - оценку привлекательности бизнеса 	<p>Обобщаются материалы, показывающие потенциал фирмы в стоимостном выражении. Анализируется состояние потока реальных денег (наличности), устойчивость предприятия, источники и использование средств</p>
Юридический план	<p>Обеспечивает правовую поддержку</p>	<p>Дается информация по</p>

	<p>проводимого мероприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - условия оформления и регистрации предприятия; - вопросы лицензирования; - вопросы сертификации; - патентные права; - условия реорганизации; - условия ликвидации 	<p>правовому обеспечению деятельности фирмы: форме собственности и правовом статусе фирмы</p>
Управленческий план	<p>Отражает функции и задачи менеджмента в обеспечении успешной реализации бизнес-планирования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру и систему управления; - процедуры управления; - политику в области подготовки кадров; - контроль исполнения; - механизмы стимулирования; - формы вознаграждения 	<p>Обобщается деятельность по координации работы всех участников функционирования организационного механизма</p>
Оценка и страхование риска	<p>Содержит описание возможных рисков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - политических; - финансово-экономических; - организационных 	<p>Приводится перечень возможных рисков с указанием вероятности их возникновения и ожидаемого ущерба, описание организационных мер по профилактике и управлению рисками, разрабатывается программа страхования от рисков</p>
Оценка эффективности предпринимательского проекта	<p>Содержит общую оценку эффективности предпринимательского проекта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - показатели прибыли; - показатели рентабельности; - социальную значимость проекта; - долговременные перспективы осуществляемого плана 	<p>Анализируются главные достоинства проекта и его основные недостатки, вероятность осуществимости проекта и оценка целесообразности реализации проекта</p>

Тема 4 «Механизм функционирования предприятий различных организационно-правовых форм»

Вопросы:

1. Понятие, виды и классификация юридических лиц
2. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Объединения юридических лиц

1. Понятие, виды и классификация юридических лиц

В экономике функционируют самые разные юридические лица, различающиеся рядом признаков: принадлежностью их к секторам экономики, размерами, степенью специализации и масштабами производства однотипной продукции, способами организации производства и степенью механизации и автоматизации, организационно-правовыми формами.

Такое многообразие юридических лиц является основой эффективного функционирования экономики любого государства.

По ГК *юридическим лицом* признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету (ст. 48 ГК РФ). Из этого определения следует, что всякая организация, чтобы быть признанной юридическим лицом, должна обладать четырьмя *характерными признаками*.

- 1) наличием обособленного имущества;
- 2) способностью отвечать по своим обязательствам своим имуществом;
- 3) способностью выступать в имущественном обороте от своего имени;
- 4) возможностью предъявлять иски и выступать в качестве ответчика в суде, арбитражном суде.

В ГК *классификация юридических лиц* основана на трех основных правовых формах:

- на праве учредителей (участников) в отношении юридических лиц или их имущества;
- на праве экономической деятельности юридических лиц;
- на организационно-правовой форме (рисунок 1).

Юридические лица

В зависимости от прав учредителей (участников)	В зависимости от целей экономической деятельности	В зависимости от организационно-правовой формы
<p>1. Обязательственные права:</p> <ul style="list-style-type: none"> • хозяйственные товарищества и общества; • производственные и потребительские кооперативы <p>2. Вещное право:</p> <ul style="list-style-type: none"> • государственные и муниципальные предприятия, в том числе дочерние; • финансируемые собственником учреждения <p>3. Отсутствие имущественных прав:</p> <ul style="list-style-type: none"> • общественные и религиозные организации; • благотворительные и иные фонды; • объединения юридических лиц 	<p>1. Коммерческие. Основная цель - извлечение прибыли (хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные предприятия)</p> <p>2. Некоммерческие. Не ставят целью получение и распределение прибыли между участниками (потребительские кооперативы, учреждения, фонды, объединения юридических лиц, общественные и религиозные организации)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Хозяйственные товарищества 2. Хозяйственные общества 3. Государственные и муниципальные предприятия 4. Производственные кооперативы 5. Потребительские кооперативы 6. Учреждения 7. Фонды 8. Объединения юридических лиц 9. Общественные и религиозные организации

Рисунок 1 - Классификация юридических лиц

2. Сущность и особенности организационно-правовых форм хозяйствования юридических лиц

Как показала мировая практика, существование различных организационно-правовых форм хозяйствования служит важнейшей предпосылкой эффективного функционирования рыночной экономики в любом государстве, в том числе и в России.

Организационно-правовая форма хозяйствующего субъекта — признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта, фиксирующая способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели деятельности.

Организационно-правовая форма — способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели предпринимательской деятельности.

К хозяйствующим субъектам в общероссийском классификаторе организационно-правовых форм (ОКОПФ) относятся любые юридические лица, а также организации, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица, и индивидуальные предприниматели.

Классификация организационно-правовых форм в Российской Федерации

Различают следующие виды организационно-правовых форм хозяйствующих субъектов (далее также ОПФ):

- ОПФ хозяйствующих субъектов, являющихся юридическими лицами-коммерческими организациями

Товарищества

Полные товарищества

Товарищества на вере

Общества

Общества с ограниченной ответственностью

Акционерные общества

Публичные акционерные общества

Непубличные акционерные общества

Унитарные предприятия

Унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения

Унитарные предприятия, основанные на праве оперативного управления

Прочие

Производственные кооперативы

Крестьянские (фермерские) хозяйства (с 1 января 2010 г.)

- ОПФ хозяйствующих субъектов, являющихся юридическими лицами-некоммерческими организациями

Потребительские кооперативы

Общественные объединения (в том числе религиозные объединения)

Общественные организации

Общественные движения

Органы общественной самодеятельности

Политические партии

Фонды (в том числе общественные фонды)
Учреждения (в том числе общественные учреждения)
Государственные корпорации
Некоммерческие партнерства
Автономные некоммерческие организации
Общины коренных малочисленных народов
Казачьи общества
Объединения юридических лиц (ассоциации и союзы)
Ассоциации крестьянских (фермерских) хозяйств
Территориальные общественные самоуправления
Товарищества собственников жилья
Садоводческие, огороднические или дачные некоммерческие товарищества
- ОПФ хозяйствующих субъектов без образования юридического лица
Паевые инвестиционные фонды
Простые товарищества
Представительства и филиалы
Индивидуальные предприниматели

С точки зрения предпринимательства наибольший интерес представляют коммерческие организационно-правовые формы. Среди некоммерческих следует уделить внимание объединениям юридических лиц.

Тема 5 «**Инновационное предпринимательство**»

Вопросы:

1. Сущность инновационного предпринимательства
2. Характеристика организационных форм
3. Оценка инновационных проектов

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Классификация инноваций

1. Сущность инновационного предпринимательства

Анализ предпринимательской деятельности в странах с развитой рыночной экономикой показывает, что существуют две модели предпринимательства - классическое и инновационное предпринимательство.

Классическое предпринимательство - это традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов, управление объемом производства, где задействованы внешние факторы (ссуды, протекционизм) и внутренние факторы по выявлению резервов фирмы для повышения рентабельности, обновления номенклатуры выпускаемой продукции.

Инновационное предпринимательство — модель предпринимательской деятельности, связанной с новаторством. Роль предпринимателя сводится к созданию новшеств, т. е. продуктов (товаров и услуг), технологий, методов организации производства и управления, неизвестных ранее, посредством использования традиционных факторов производства (труда, земли и капитала), нового их сочетания.

Таким образом, предприниматель, занимаясь инновационной деятельностью, должен учитывать ускорение темпов научно-технического прогресса, под воздействием которого новые изобретения и продукты быстро устаревают (в течение двух-трех лет). Поэтому предприниматель должен ориентироваться на удовлетворение будущих запросов потребителя.

Для внедрения и распространения новшеств необходим тесный контакт с потребителями.

Существует множество определений инноваций.

Инновации (нововведения) — это изменения в первоначальной структуре производственной системы, а именно, переход ее внутренней структуры к новому состоянию.

Инновация — это комплексный процесс создания, распространения и использования нового практического средства (новшества) для более полного удовлетворения известной потребности.

Инновация — это внедрение в практику, осуществление и использование новой идеи, предложения, научно-технического решения.

Инновация — это прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационно-технических и социально-экономических решений производственного, финансового, коммерческого и административного характера.

Инновация — это объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или открытия, качественно отличный от предшествующего аналога.

Анализ приведенных определений показывает, что в них присутствуют два момента: во-первых, инновация — это новая идея или продукт, услуга; во-вторых, это внедрение нового в производственную систему, в результате чего меняется сама производственная система, она переходит в новое качественное состояние.

Чем отличается предприниматель от обычного производственника? Прежде всего, тем, что ищет новое во всех сферах, к которым он прилагает свой труд и энергию. У него должен быть «инновационный тип мышления» (по определению П. Друкера).

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования новшеств, нововведений в различных сферах.

2. Характеристика организационных форм

Для инновационного предпринимательства важно наличие предпринимательской среды, которая позволяет находить соответствующие организационные формы для реализации идей, нововведений.

Предпринимательская среда — это среда, способствующая воспроизведению и осуществлению целенаправленного поиска, подготовке к реализации нововведений. Элементами такой среды являются наличие инвесторов со свободными финансовыми ресурсами и товаропроизводителей со свободными мощностями, которые могли бы их использовать для изготовления конкурентоспособной продукции; существование соответствующей инфраструктуры. Эти элементы и создают предпринимательскую среду — одно из обязательных условий для поиска и внедрения инноваций.

Существуют разные организационно-правовые формы инновационного предпринимательства. Широкое распространение в странах с развитой рыночной экономикой получили *венчурные фирмы*, осуществляющие свою деятельность с большой долей риска. Венчурные фирмы специализируются на исследованиях, разработке, производстве новой продукции и услуг. Эти фирмы специализируются на исследованиях, разработке, производстве новой продукции и услуг. Создателями таких фирм являются ученые-исследователи, инженеры, изобретатели. Венчурные фирмы работают на этапе роста изобретательской активности и, как правило, передают результаты своих исследований другим компаниям (фирмам-эксплерентам, пациентам и коммутантам). Венчурный капитал представляет собой вложения не только крупных компаний, но и банков, государственных структур, страховых, пенсионных и других фондов в сферы с повышенной долей риска.

Фирма-эксплерент — это пионерская фирма, «снимающая сливки», т.е.

повышенную долю прибыли и сверхприбыль, на этапе максимума изобретательской активности и с первых партий выпуска новой продукции.

Фирма-пациент работает, как правило, на узкий сегмент рынка и удовлетворяет потребности, которые сформировались под действием моды, рекламы. Работает на стадии роста выпуска продукции и одновременно — на этапе падения изобретательской активности.

Фирма-коммутант работает на стадии падения выпуска продукции, нацелена на удовлетворение местных, национальных потребностей, адаптирует инновации к конкретным местным условиям, вносит изменения на разных стадиях производственного цикла — от постановки продукции на производство до изменения в технологии уже выпускаемого продукта.

Интересной организационно-территориальной формой инновационного предпринимательства являются *научно-технологические парки* (технопарки).

Научно-технологический парк (технопарк) — это самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научного обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции.

Основные задачи технопарков:

1. превращение открытий и изобретений в технологии;
2. превращение технологий в коммерческий продукт;
3. передача в массовое производство технологий изготовления продукта через малое предпринимательство;
4. формирование и рыночное становление наукоемких фирм;
5. поддержка предприятий в сфере наукоемкого бизнеса.

Научно-технологический парк может иметь определенную направленность целевого характера (таблица 2).

Таблица 2 - Основные задачи технопарка

Вид парка	Направление деятельности	Источники финансирования
Исследовательский	Принимает завершённые фундаментальные исследования. Разрабатывает проекты в сфере передовых идей Доводит исследования до прикладных разработок	Государственная поддержка
Научно-технологический	Отрабатывает новые технологии. Изготавливает опытную партию продукта Тиражирует техническую документацию	Государственная поддержка и поддержка структур бизнеса
Технологический	Осуществляет технологическую подготовку производства	Несмотря на прибыльность деятельности, нуждается в поддержке структур

	Реализует готовую продукцию, включая ноу-хау Участвует в серийном производстве продукта	бизнеса
Промышленно-технологический	Предоставляет во временное пользование площади, оборудование для организации производства новой продукции по новой технологии	В финансовой поддержке не нуждается (прибыльная деятельность)

Бизнес-инкубатор — это структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи.

Инкубатор бизнеса выполняет ряд функций:

- 1) обеспечивает поддержку фирм путем предоставления им на льготных условиях оборудования для опытного производства, оказания консультационных услуг, ввода неизвестных фирм в круг бизнеса, правовой и информационной помощи;
- 2) способствует успешной стратегии коммерциализации рискованной технологии;
- 3) выполняет образовательную функцию.

3. Оценка инновационных проектов

Реализация любого инновационного проекта требует материальных и финансовых затрат. Она всегда связана с риском, поскольку нельзя заранее сказать, в какой мере проект окупится и найдутся ли потребители для новой продукции или услуги. Поэтому этап предварительной оценки — важное звено в инновационной деятельности. Несмотря на сложность оценки, она необходима и является фактором, снижающим риск инновационной деятельности.

Осуществить экспертизу инновационного проекта на степень его реализуемости — значит оценить социально-экономическую эффективность проекта на той стадии, когда мало достоверной информации, а потому и оценки должны быть интервальными — от оптимистического до пессимистического прогноза. Нормативными документами по оценке инвестиционных проектов являются методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. При оценке эффективности инновационных проектов предлагается анализировать различные виды эффективности в зависимости от назначения проекта (рисунок 2).

Сравнение инновационных проектов и выбор лучшего из них рекомендуется проводить с использованием:

- чистого дисконтированного дохода (ЧДД), или интегрального эффекта;

- индекса доходности;
- внутренней нормы доходности;
- рока окупаемости;
- метода получения балльных показателей;
- сочетания различных показателей.

Чистый дисконтированный доход определяется как сумма значений текущего эффекта за весь расчетный период:

$$ЧДД = \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) \times \frac{1}{(1 + E)^t}$$

где ЧДД - интегральный эффект,

T-горизонт расчета,

R_t - результаты, достигаемые на момент времени, руб.

Z_t -затраты, осуществляемые на это же время, руб.

$1 / 1 + E$ - коэффициент приведения по времени результатов и затрат;

E - норма дисконта, равная приемлемой для инвестора норме дохода на капитал.

Если ЧДД инновационного проекта положителен, то проект является эффективным и может рассматриваться как приемлемый для реализации. Чем больше значение ЧДД, тем эффективнее проект. Если инвестиционный проект имеет отрицательный ЧДД, то инвестор будет нести убытки, т.е. проект неэффективен.

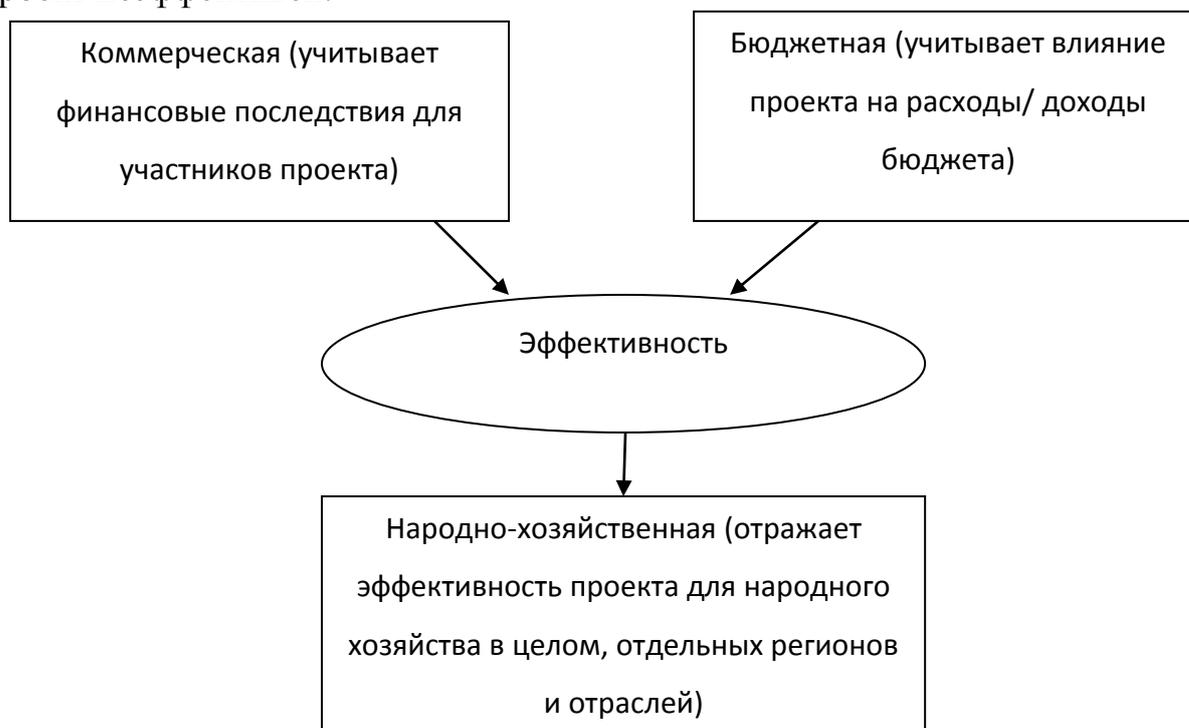


Рисунок 2 - Оценка эффективности инновационного проекта

Индекс доходности (ИД) представляет собой отношение суммы значений приведенного эффекта к величине капиталовложений:

$$ИД = \frac{1}{K} \times \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t^+) * \frac{1}{(1+E)^t}$$

где Z_t^+ , — затраты на данный момент времени при условии, что они не включают капитальных вложений K .

Индекс доходности тесно связан с ЧДД. Если ЧДД положителен, то и $ИД > 1$, и наоборот. Если $ИД > 1$, то проект эффективен. Если $ИД < 1$, то проект неэффективен.

Внутренняя норма доходности (ВИД) представляет собой норму дисконта E , при которой величина приведенного эффекта равна приведенным капиталовложениям.

Если расчет ЧДД инвестиционного проекта дает ответ на вопрос, является ли он эффективным или нет при заданной норме дисконта E , то ВНД проекта определяется в процессе расчета и затем сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал.

Если ВНД равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал, то инвестиции в данный проект оправданы и можно рассматривать вопрос о принятии проекта (в противном случае инвестиции в данный проект нецелесообразны)

. Если сравнение взаимно исключающих вариантов проекта по ЧДД и ВНД приводит к противоположным результатам, то предпочтение следует отдавать результатам анализа по ЧДД.

Срок окупаемости — это минимальный временной интервал от начала осуществления проекта, за пределами которого интегральный эффект неотрицателен. Это период времени, начиная с которого первоначальные вложения и иные затраты, связанные с проектом, покрываются суммарными результатами его осуществления. Он измеряется в годах, кварталах, месяцах.

Результаты и затраты, связанные с реализацией проекта, можно определять с дисконтом (если срок окупаемости больше одного года) и без дисконта (если меньше одного года).

Тема 6 «Предпринимательский риск»

Вопросы:

1. Предпринимательские риски: сущность, классификация
2. Показатели риска и методы его оценки
3. Основные способы снижения риска

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Страхование предпринимательских рисков

1. Предпринимательские риски: сущность, классификация

Риск — это потенциально существующая вероятность потери ресурсов или неполучения доходов. Наибольшую прибыль приносят, как правило, операции предпринимательской деятельности с повышенным риском. Риск постоянно сопутствует любому бизнесу. Риск формирует особый способ мышления и поведения предпринимателя.

Предпринимательский риск — это объективная категория, возникающая под воздействием факторов внешней среды, но в то же время его появление отражается на практической деятельности самого предпринимателя.

По сфере возникновения предпринимательские риски можно подразделить на внешние и внутренние. Источником возникновения внешних рисков является внешняя среда по отношению к предпринимательской фирме. Предприниматель не может оказывать на них влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности.

Основными среди внутренних рисков являются кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем и чертами характера сотрудников фирмы.

С точки зрения длительности во времени предпринимательские риски можно разделить на кратковременные и постоянные. К постоянным рискам относятся те, которые непрерывно угрожают предпринимательской деятельности в данном географическом районе или в определенной отрасли экономики, например риск неплатежа в стране с несовершенной правовой системой или риск разрушений зданий в районе с повышенной сейсмической опасностью.

По степени правомерности предпринимательского риска могут быть выделены: оправданный (правомерный) и неоправданный (неправомерный) риски.

Все предпринимательские риски можно также разделить на две большие группы в соответствии с возможностью страхования: страхуемые и нестрахуемые. Предприниматель может частично переложить риск на другие субъекты экономики, в частности обезопасить себя, осуществив

определенные затраты в виде страховых взносов. Таким образом, некоторые виды риска, такие, как риск гибели имущества, риск возникновения пожара, аварий и др., предприниматель может застраховать.

Риск страховой - вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления которых проводится страхование.

Следует выделить еще две большие группы рисков: статистические (простые) и динамические (спекулятивные). Особенность статистических рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для предпринимательской деятельности. При этом потери для фирмы, как правило, означают и потери для общества в целом.

2. Показатели риска и методы его оценки

Риск есть вероятностная категория, и в этом смысле наиболее обоснованно с научных позиций характеризовать и измерять его как вероятность возникновения определенного уровня потерь. Поэтому практически приходится ограничиваться упрощенными подходами, оценивая риск по одному или нескольким главным показателям, критериям, величинам, представляющим обобщенные характеристики, наиболее важные для суждения о приемлемости риска. С этой целью первоначально выделим определенные области, или зоны, риска в зависимости от величины потерь.

Область, в которой потери не ожидаются, назовем безрисковой областью, ей соответствуют нулевые или отрицательные потери.

Под зоной допустимого риска понимается область, в пределах которой данный вид предпринимательской деятельности сохраняет свою экономическую целесообразность, т.е. потери есть, но они меньше ожидаемой прибыли. Границы зоны допустимого риска соответствуют уровню потерь, равному расчетной прибыли от предпринимательской деятельности.

Следующая, более опасная область называется зоной критического риска. Это область, характеризующаяся возможностью потерь в размере свыше величины ожидаемой прибыли и вплоть до величины полной расчетной, ожидаемой выручки от предпринимательства. Иначе говоря, зона критического риска характеризуется опасностью потерь, которые заведомо превышают ожидаемую прибыль и в пределе могут привести к невозмещенной утере всех средств, вложенных предпринимателем в дело. В последнем случае предприниматель не только не получает от сделки никакого дохода, но и несет убытки в сумме всех бесплодных затрат.

Катастрофический риск. Зона катастрофического риска представляет собой область потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и в пределе могут достигать величины, равной имущественному состоянию предпринимателя. Катастрофический риск способен привести к краху, банкротству, полному крушению предприятия, его закрытию и распродаже имущества. К категории катастрофического следует относить (вне зависимости от имущественного или денежного ущерба) риск,

связанный с прямой опасностью для жизни людей или с возникновением экологических катастроф. Потери, превышающие имущественное состояние предпринимателя, не рассматриваются, так как их невозможно взыскать.

В числе прикладных способов оценки риска выделим статистический, экспертный, расчетно-аналитический.

Суть статистического способа состоит в том, что изучается статистика потерь, имевших место в аналогичных видах предпринимательской деятельности, устанавливается частота появления определенных уровней потерь. Если статистический массив достаточно богат и представительен, то частоту возникновения данного уровня потерь можно в первом приближении приравнять к вероятности их возникновения и на этой основе построить кривую вероятностей потерь, которая и есть искомая кривая риска.

Экспертный способ, известный под названием метода экспертных оценок, применительно к предпринимательскому риску может быть реализован путем обработки мнений опытных предпринимателей или специалистов. Наиболее желательно, чтобы эксперты дали свои оценки вероятностей возникновения определенных уровней потерь, по которым затем можно было бы найти средние значения экспертных оценок и с их помощью построить кривую распределения вероятностей.

Расчетно-аналитические методы построения кривой распределения вероятностей потерь и оценки на этой основе показателей предпринимательского риска базируются на теоретических представлениях. К сожалению, прикладная теория риска хорошо разработана только применительно к страховому и игровому риску. Элементы теории игр, в принципе, применимы ко всем видам предпринимательского риска, но прикладные математические методы оценочных расчетов производственного, коммерческого, финансового риска на основе теории игр пока не созданы.

Степень риска иногда определяется как произведение ожидаемого ущерба на вероятность того, что ущерб произойдет. В связи с установлением взаимосвязи между величиной риска выбираемого решения, а также возможным ущербом, наносимым этим решением, и очевидностью, с которой ущерб причиняется, предполагается, что наилучшим является решение с минимальным риском. Другими словами, подвергаясь минимальному риску, человек в данной ситуации поступает оптимально. Для выбора решения с минимальным риском предлагается использовать функцию риска

$$H = Ap^1 + (A+B)p^2,$$

где H - риск; A и B - ущерб от выбираемых решений; p^1 , p^2 - степень уверенности, что произойдут ошибки при принятии этих решений.

Вероятность технического и коммерческого успеха, т.е. учет риска и оценка его степени, определяется в зависимости от характера продукции, которую предполагается получить в результате реализации и других факторов. Каждый из них может быть определен по таблице, помогающей вычислить вероятность успеха проектов.

3. Основные способы снижения риска

В процессе управления риском для предпринимателя очень важно ответить на вопрос: входить или не входить в рисковую ситуацию? Различное поведение предпринимателей, принимающих собственное решение в одной и той же ситуации, объясняется их индивидуальными склонностями к риску, уровнем притязаний на извлечение прибыли (дохода).

Наибольших успехов достигает тот предприниматель, который может одновременно просчитать или же интуитивно определить степень риска и, несмотря на возможность неудачи, рискнуть. Оценивая риск, который в состоянии принять на себя предприятие, предприниматель прежде всего исходит из профиля его деятельности, наличия необходимых ресурсов для реализации программы финансирования возможных последствий риска, стремится учесть отношение к риску партнеров по бизнесу и построить свои действия так, чтобы наилучшим образом способствовать реализации основной цели предприятия.

Управление предпринимательскими рисками связано с разработкой системы внутренних и внешних механизмов минимизации рисков. Обобщенно управление рисками включает несколько стратегий.

1) *Избежание риска.* Это направление связано с нейтрализацией финансовых рисков. Оно заключается в разработке мероприятий внутреннего характера:

- отказ от осуществления финансовых операций, уровень риска по которым чрезвычайно высок;
- отказ от использования в больших объемах заемного капитала;
- отказ от чрезмерного использования оборотных активов в низколиквидных формах. Повышение уровня ликвидности активов позволяет избежать риска неплатежеспособности предприятия в будущем периоде.

2) *Диверсификация.* Под диверсификацией понимается процесс распределения капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой.

Диверсификация является наиболее обоснованным и относительно менее издержкоемким способом снижения степени финансового риска.

Механизм диверсификации избирательно воздействует на снижение негативных последствий отдельных финансовых рисков. Обеспечивая эффект в нейтрализации комплексных, портфельных финансовых рисков несистематической (специфической) группы, он не дает эффекта в нейтрализации систематических рисков — инфляционного, налогового и других. Поэтому использование этого механизма носит на предприятии ограниченный характер.

3) *Распределение рисков между участниками проекта.* Механизм этого направления минимизации финансовых рисков основан на частичной передаче или трансферте партнерам по отдельным сделкам или финансовым операциям путем заключения контрактов. При этом хозяйственным партнерам передается та часть финансовых рисков предприятия, по которой

они имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и располагают более эффективными способами внутренней страховой защиты. Широкое распространение получили следующие основные направления распределения рисков:

- распределение рисков между участниками инвестиционного проекта;
- передача риска предприятием и поставщиками сырья и материалов;
- распределение риска между участниками лизинговой операции.

4) *Самострахование (внутреннее страхование)*. Механизм этого направления минимизации финансовых рисков основан на резервировании предприятием части финансовых ресурсов, позволяющем преодолеть негативные финансовые последствия по тем финансовым операциям, по которым эти риски не связаны с действиями контрагентов. Основными формами этого направления нейтрализации финансовых рисков являются:

- формирование резервного (страхового) фонда предприятия;
- формирование целевых резервных фондов;
- формирование системы страховых запасов материальных и финансовых ресурсов по отдельным элементам оборотных активов предприятия;

- нераспределенный остаток прибыли, полученной в отчетном периоде.

5) *Страхование*. По существу страхование риска — это передача определенных рисков страховой компании. Могут быть применены два основных способа страхования: имущественное страхование и страхование от несчастных случаев.

6) *Хеджирование* — это процесс страхования риска от возможных потерь путем переноса риска изменения цены с одного лица на другое.

Сделки, предметом которых является поставка актива, в будущем называются срочными. Сделки, имеющие своей целью немедленную поставку актива, называются спотовыми (кассовыми).

Хеджирование осуществляется с помощью заключения срочных контрактов: форвардных, фьючерсных и опционных.

Форвардный контракт — это соглашение между двумя сторонами о будущей поставке предмета контракта, которое заключается вне биржи и обязательно для исполнения.

Фьючерсный контракт — это соглашение между двумя сторонами о будущей поставке предмета контракта, которое заключается на бирже.

Опционный контракт — такое же соглашение, заключаемое как на бирже, так и вне ее и представляющее право одной из сторон исполнить контракт или отказаться от его исполнения.

Тема 7 «Взаимодействие предпринимателей с кредитными организациями»

Вопросы:

1. Структура кредитной системы
2. Принципы кредитования. Этапы кредитования
3. Процентная политика

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Классификация банковских кредитов
2. Обеспечение возвратности кредита
3. Лизинг и франчайзинг

1. Структура кредитной системы

Кредитные системы развитых стран состоят из банковской системы, включающей Центральный банк и банковский сектор, а также страхового сектора и сектора специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов страховых и специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов.

Банковская система Российской Федерации включает в себя Банк России, кредитные организации, а также филиалы и представительства иностранных банков.

Кредитная организация — это юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основе специального разрешения (лицензии) Банка России имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные Федеральным законом РФ «О банках и банковской деятельности» КО образуется на основе любой формы собственности как хозяйственное общество. В состав кредитных организаций входят банки и небанковские КО.

Банк - кредитная организация, имеющая исключительное право осуществлять в совокупности следующие операции: привлекать во вклады денежные средства и открывать банковские счета физических и юридических лиц; размещать указанные средства от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности и срочности.

Небанковская кредитная организация имеет право осуществлять отдельные банковские операции, предусмотренные Федеральным законом «О банках и банковской деятельности».

Правовое регулирование банковской деятельности осуществляется Конституцией РФ, Федеральным законом «О банках и банковской деятельности», Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», другими федеральными законами, нормативными актами Банка России.

Взаимодействие предпринимателей с банками начинается почти с момента образования предприятия, которому для своей деятельности необходимо открыть расчетный счет в банке, и продолжается все время существования предприятия, которое осуществляет все свои расчеты через

банк, где хранит свои средства.

Для совершения безналичных расчетов, а также для сдачи и получения наличных денег юридические лица обязаны открыть счет в коммерческом банке, однако они имеют право открыть несколько счетов в разных банках. Открытие счета оформляется договором между банком и клиентом. В России юридическим лицам — коммерческим предприятиям открываются в банках расчетные счета, некоммерческим организациям — текущие счета. Об открытии или закрытии счета юридического лица или индивидуального предпринимателя банк обязан в пятидневный срок сообщить налоговым органам.

Все предприятия независимо от их организационно-правовой формы хранят свободные денежные средства в учреждениях банков на соответствующих счетах на договорных условиях. Наличные денежные средства, поступающие в кассы предприятий, подлежат сдаче в учреждения банков для последующего зачисления на счета этих предприятий.

Порядок и сроки сдачи наличных денег устанавливаются учреждениями банков каждому обслуживаемому предприятию по согласованию с их руководителями. При этом учитывается необходимость ускорения оборачиваемости денег и своевременного поступления их в кассы в дни работы учреждений банков. В кассах предприятий могут храниться наличные деньги в пределах лимитов, установленных банком по согласованию с руководством предприятия. Лимит устанавливается ежегодно всем предприятиям независимо от организационно-правовой формы и сферы деятельности, имеющим кассу и осуществляющим налично-денежные расчеты.

2. Принципы кредитования. Этапы кредитования

Кредитные отношения в экономике функционируют в соответствии с принципами. **Принципы кредитования** – это основополагающие условия, на которых выдается кредит заемщику. Кредиту присущи следующие принципы:

1. Принцип возвратности – заключается в том, что любой кредит является только временным источником денежных средств и всегда должен быть возвращен заемщиком кредитору.

2. Принцип срочности – заключается в том, что кредит не просто должен быть возвращен, а возвращен в строго определенный срок.

3. Принцип платности – заключается в том, что заемщик берет на себя обязательства не только по возврату долга, но и по оплате кредитору предоставленных денежных средств.

4. Принцип обеспеченности. Этот принцип заключается в том, что при получении кредита заемщиком должны быть предоставлены юридически оформленные обязательства, гарантирующие своевременный возврат полученного кредита.

Одна из основных особенностей практики кредитования в России, как и в мире в целом, состоит в том, что у банков нет единой нормативной и методологической базы организации кредитного процесса. Поэтому каждый банк исходя из собственного опыта вырабатывает свою систему кредитования, основываясь на существующем международном и отечественном опыте по улучшению возвратности ссуд и упорядочению отношений с клиентом.

Кредитный процесс начинается со дня выдачи ссуды. Однако до этого момента и вслед за ним проводится активная работа между клиентом-заемщиком и банком-кредитором, включающая несколько этапов.

Э т а п 1. Переговоры о кредите. Предложение о выдаче кредита может исходить как от клиента, так и от банка. В отечественных условиях чаще клиент ищет банк, который может выдать ссуду. Для западной практики типична ситуация, когда банк ищет клиента, предлагая ему свой продукт, в том числе кредиты на различных условиях.

Э т а п 2. Рассмотрение конкретного проекта. Банк проявляет особую тщательность и осторожность в оценке кредитоспособности клиента, объекта кредитования и надежности обеспечения, качества залога и гарантий. В России в коммерческих банках задачи этого этапа возлагаются обычно на кредитный отдел (управление) или на специальные аналитические подразделения, которые проводят всесторонний анализ кредитуемого проекта. Крупные кредиты, как правило, рассматриваются на кредитном комитете банка. К заседанию этого комитета прорабатываются все экономические и юридические вопросы, принимается окончательное решение, определяются конкретные условия кредитования.

Э т а п 3. Оформление кредитной документации. Работники банка оформляют кредитный договор, выписывают распоряжения по банку о выдаче кредита, заводят специальное досье на клиента-заемщика (кредитное дело).

Э т а п . Использование кредита и контроль за кредитными операциями, соблюдением лимита кредитования (кредитной линии), целевым использованием кредита, уплатой ссудного процента, полнотой и своевременностью возврата ссуд. На этом этапе банк не прекращает работу по оперативному и традиционному анализу кредитоспособности и финансовых результатов работы клиента (могут проводиться встречи, переговоры с клиентом, уточняться условия и сроки кредитования).

3. Процентная политика

Большую часть привлеченных средств банков составляют депозиты.

Депозит (вклад) — это передача средств банку по договору на оговоренный срок или до востребования. Вкладчики являются кредиторами банка, по отношению к ним у банка возникают обязательства: банк обязан возвратить в срок внесенную сумму и выплатить определенные договором проценты.

Договор вклада (депозитный договор) включает следующие положения:

1. сумму депозита, способ ее внесения вкладчиком (наличным, безналичным путем);
2. срок вклада;
3. процентную ставку и порядок начисления и выплаты процентов;
4. права и обязанности сторон (банка и вкладчика);
5. срок действия договора.

В зависимости от *категории вкладчиков* депозиты делятся на депозиты юридических лиц (предприятия, организации, другие банки) и депозиты физических лиц (граждан).

В зависимости от *форм изъятия* различают вклады «до востребования» — обязательства, не имеющие конкретного срока, вкладчик вправе в любое время изменить сумму вклада или изъять его; срочные вклады — средства, переданные банку на оговоренный срок и условные вклады — средства, подлежащие изъятию при наступлении заранее определенных договором условий.

Проценты, выплаченные вкладчикам, составляют основную часть процентных расходов банка. Проценты по привлеченным средствам выплачиваются в денежной форме: юридическим лицам — только в безналичном порядке, физическим лицам — в безналичном порядке и наличными денежными средствами без ограничения суммы на основании приходных (расходных) кассовых ордеров.

Сумма процентов (доход на депозит) зависит от суммы вклада, срока вклада и процентной ставки. Интервал времени, за который начисляются проценты, называют периодом начисления. Проценты могут выплачиваться по мере их начисления или присоединяться к общей сумме долга, начисляться по формулам простых или сложных процентов.

Если в договоре не указывается способ начисления процентов, то они начисляются по формуле простых процентов с использованием фиксированной процентной ставки.

При использовании сложных процентов их сумма по мере начисления присоединяется к основному долгу и в дальнейшем начисляется «процент на процент».

Простые проценты. Сумма процентов, выплачиваемых за год (I_y), будет равна: $I_y = i * S$,

где i — простая годовая ставка процентов;

S — первоначальная сумма вклада.

Если срок вклада составляет n лет, общая сумма процентов за этот период (I_n) составит: $I_n = n * i * S$

Тема 8 «Управление предприятием предпринимательского типа»

Вопросы:

1. Сущность затрат, их структура
2. Управление затратами
3. Формирование и использование прибыли предприятия
4. Основные показатели рентабельности предприятия

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Классификация затрат

1. Сущность затрат, их структура

Достижение целей предпринимательской деятельности связано с затратами.

Расчет и управление затратами является основным направлением всей системы управления предпринимательской единицы, которое собирает всю информацию о фактических издержках, позволяющую планировать и контролировать предпринимательскую деятельность, чтобы она была эффективной и прибыльной.

Затраты на предприятии – это величина ресурсов, использованных в определенных целях, выраженная в деньгах.

Отметим три важных положения:

- затраты определяются количественным и качественным использованием ресурсов, т.е. отражают, сколько и каких ресурсов было использовано;
- величина использованных ресурсов представлена в денежном варианте;
- определение затрат всегда соотносится с конкретными целями, задачами (производством продукции, функционированием отдела или другим видом деятельности).

Затраты на производство – это затраты, обоснованные условиями производства и направленные на создание полезных ценностей или оказание услуг путем потребления материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Наибольший удельный вес во всех расходах предприятий занимают затраты на производство продукции.

Себестоимость – совокупность выраженных в денежной форме текущих затрат предприятия на производство и реализацию продукции, работ или услуг: затраты на сырье, основные материалы, энергоресурсы, амортизационные отчисления, заработная плата, отчисления на социальное страхование и прочие расходы. Помимо перечисленных затрат, в

себестоимость включаются непроизводственные расходы, расходы по сбыту продукции, на тару, упаковку и транспортировку продукции, рекламу и т.п.

Снижение себестоимости продукции является источником получения дополнительной прибыли, которая определяется как разность между выручкой от реализации продукции и суммой всех затрат предприятия на производство и сбыт.

Оптимальные затраты имеют значение не только для предпринимателей.

Государственные органы управления контролируют затраты предприятия как по составу, так и количественно. Состав и размер затрат, влияя на прибыль предприятия, влияет и на величину налога с прибыли, который поступает в бюджет.

Основой организации учета производственной деятельности предприятия является экономически обоснованная классификация производственных затрат.

2. Управление затратами

Управление затратами - это достижение высокого экономического результата в предпринимательской деятельности. Управление затратами - это не только их снижение. Оно включает также элементы управления.

Предметом управления затратами являются затраты предпринимательской

деятельности во всем их многообразии.

Особенности затрат как предмета управления:

1. Динамизм, т.к. они находятся в постоянном движении и изменении.
2. Многообразие способов, приемов и методов управления затратами.
3. Трудность измерения, учета и оценки.

4. Сложность и противоречивость влияний на экономический результат.

Основные задачи управления затратами предпринимательской деятельности:

1. Выявление роли управления затратами как фактора повышения экономических

результатов деятельности.

2. Определение основных методов управления затратами.

3. Определение экономических и технических способов и средства измерения, учета и контроля затрат на предприятии.

Предприятие как объект управления - это сложная, динамичная, производственная, социально - экономическая, техническая и организационная система, открытая воздействию внешней среды.

Объектом управления затратами являются собственно затраты предприятия, процесс их формирования и снижения.

Субъектом управления затратами на предприятии выступают руководители и специалисты предприятия и производственных подразделений.

Цели системы управления затратами рассматриваются в системе целей предприятия, которые могут различаться:

1. По содержанию: производственные, социальные, экономические, научно-технические.

2. По времени реализации: долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные.

3. По назначению: цели функционирования, развития предприятия.

Между целями предпринимательской деятельности и системой управления затратами существует взаимосвязь, которая направлена на достижение высокого экономического результата.

На повышение эффективности производства непосредственно влияют цели предпринимательской деятельности, направленные на совершенствование производственной, экономической, научно-технической и социальной деятельности.

При этом повышение эффективности производства становится возможным в результате снижения себестоимости продукции, работ или услуг. Мероприятия, направленные на снижение себестоимости продукции, работ, услуг делятся на зависящие и независящие от деятельности предприятия.

Среди мероприятий, независящих от деятельности предприятия можно назвать:

- изменение структуры работ;
- совершенствование управления предприятием за счет повышения уровня специализации;
- внесение изменений в отпускные цены на материалы, конструкции;
- сокращение текучести кадров и потерь рабочего времени.

Мероприятия, зависящие от деятельности предприятия:

- рост производительности труда;
- сокращение расходов материала;
- изменение величины выработки машин и механизмов;
- изменение амортизационных отчислений.

Таким образом, система управления затратами представляет собой единый механизм, включающий прогнозирование и планирование, учет и контроль, регулирование, анализ, направленные на достижение высоких результатов предпринимательской деятельности.

3. Формирование и использование прибыли предприятия

В развитии любого предприятия, которое осуществляется за счет собственных и заемных средств, важное значение имеет устойчивое финансовое состояние, которое характеризуется системой показателей. Важнейшим финансовым показателем предприятия является **выручка от реализации** – сумма денежных средств, полученная предприятием за проданный продукт и оказанные услуги. Другим финансовым показателем оценки хозяйственной деятельности является **прибыль** – денежное выражение основной части накоплений, создаваемых предприятием (разница между выручкой (доходом) и затратами (расходом)).

Прибыль является ключевой мерой финансовой эффективности предпринимательской деятельности).

Прибыль предприятия выполняет несколько функций:

- прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате хозяйственной деятельности в форме денежных накоплений;
- прибыль отражает конечные результаты торгово-производственного процесса. Ее положительная величина свидетельствует о том, что выручка от реализации,

полученная на предприятии, превышает расходы, связанные с его деятельностью;

- прибыль оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчета и интенсификацию производства. Прибыль является одновременно финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятий, которые заинтересованы в получении максимальной прибыли;

- прибыль является источником формирования бюджетов и внебюджетных фондов разных уровней. Прибыль формирует бюджеты в виде налогов и отчислений и удовлетворяет интересы государства, предприятия, собственника, работника.

В зависимости от методов исчисления, рассчитывают следующие показатели прибыли:

- **валовая прибыль (убыток)** – разница между выручкой без НДС и себестоимостью продаж;

$$П_{\text{взл}} = ВР - С ,$$

где $ВР$ – выручка от реализации;

$С$ – себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.

- **прибыль (убыток) от продаж** – валовая прибыль за минусом коммерческих и управленческих расходов;

$$\Pi_{np} = \Pi_{eal} - P_y - P_k,$$

где P_y – расходы на управление;

P_k – коммерческие расходы.

- **прибыль (убыток) до налогообложения** (прибыль (убыток) от продаж плюс процентные и прочие доходы и расходы, кроме налога на прибыль);

$$\Pi_{dno} = \Pi_{np} \pm C_{odp} \pm C_{vdp},$$

где C_{odp} – операционные доходы и расходы;

C_{vdp} – внереализационные доходы и расходы.

- **прибыль (убыток) от обычной деятельности** может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды):

$$\Pi_{od} = \Pi_{dno} - H,$$

где H – сумма налогов.

- **чистая прибыль (убыток)** – это прибыль от обычной деятельности с учетом чрезвычайных доходов и расходов (итоговый финансовый результат с учетом всех доходов и расходов организации) (рисунок 3):

$$\Pi_{ч} = \Pi_{od} \pm Ч_{dp},$$

где $Ч_{dp}$ – чрезвычайные доходы и расходы.

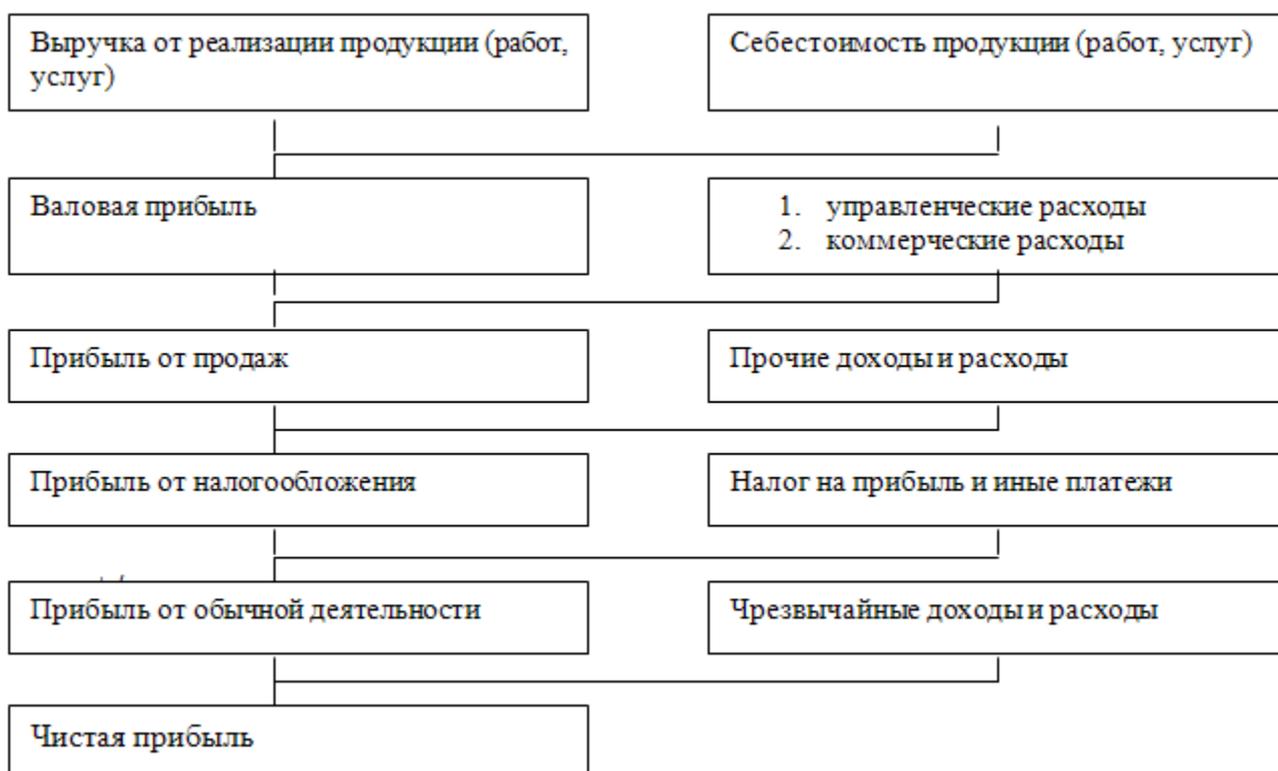


Рисунок 3 - Механизм формирования прибыли предприятия

В условиях рыночной экономики значение прибыли повышается. Предприятия акционерной, арендной, частной или другой организационно-правовой формы, получив финансовую самостоятельность и независимость, вправе решать, на какие цели и в каких размерах направлять прибыль, оставшуюся после уплаты налогов в бюджет и других обязательных платежей и отчислений.

Основными путями увеличения прибыли являются:

- увеличение объема продаж продукции;
- расширение номенклатуры продукции и дополнительных услуг;
- улучшение качества обслуживания потребителей;
- снижение себестоимости продукции по элементам затрат;
- расширение рынка продаж;
- совершенствование управления предприятием в условиях конкуренции;
- продажа излишнего имущества, сдача в аренду и др.

4. Основные показатели рентабельности предприятия

В системе показателей эффективности деятельности предприятий важнейшее место принадлежит рентабельности.

Рентабельность представляет собой такое использование средств, при котором организация не только покрывает свои затраты доходами, но и получает прибыль.

Доходность, т.е. **прибыльность предприятия**, может быть оценена при помощи как абсолютных, так и относительных показателей. Абсолютные показатели выражают прибыль, и измеряются в стоимостном выражении, т.е. в рублях. Относительные показатели характеризуют рентабельность и измеряются в процентах или в виде коэффициентов.

Показатели рентабельности в гораздо меньшей мере находятся под влиянием инфляции, чем величины прибыли, поскольку они **выражаются различными соотношениями прибыли и авансированных средств (капитала), либо прибыли и произведенных расходов (затрат)** (показатель, отражающий уровень прибыльности относительно определенной базы).

При анализе рассчитанные показатели рентабельности следует сопоставить с плановыми, с соответствующими показателями предыдущих периодов, а также с данными других организаций.

Предприятие рентабельно, если суммы выручки от реализации продукта достаточны не только для покрытия затрат, но и для образования прибыли.

Рассмотрим основные показатели рентабельности предприятия.

- **Рентабельность реализованной продукции** — отношение прибыли от реализации к объему реализации.

$$R_{pp} = (\text{прибыль от реализации продукции, работ, услуг} / \text{Реализация}) * 100 \%$$

- **Рентабельность основных средств** — отношение (чистой) прибыли к величине основных средств.

$$R_{oc} = \text{ЧП} / \text{Основные средства} * 100 \%$$

- **Рентабельность продаж** — отношение операционной прибыли (прибыли от продаж) (EBIT) компании к ее выручке (Sales).

$$R_{\text{продаж}} = \text{EBIT} / \text{SALES} = \text{операционная прибыль} / \text{Выручка} * 100 \%$$

- **Рентабельность персонала** — отношение (чистой) прибыли к среднесписочной численности персонала.

$$R_{\text{перс.}} = \text{Чистая прибыль} / \text{Среднесписочная численность}$$

- **Коэффициент базовой прибыльности активов** — отношение прибыли до уплаты налогов и процентов к получению к суммарной величине активов.

$$K_{\text{прибыльности}} = \Pi_{\text{до налогообл.}} / \text{Активы} * 100 \%$$

- **Рентабельность активов** — отношение чистой прибыли к среднему за период размеру суммарных активов.

$$R_{\text{активов}} = \text{Чистая прибыль} / \text{Активы} * 100 \%$$

- **Рентабельность собственного капитала** — отношение чистой прибыли к среднему за период размеру собственного капитала.

$$R_{\text{ск}} = \text{Чистая прибыль} / \text{Собственный капитал} * 100 \%$$

Тема 9 «Цена и ценовая политика предпринимательского предприятия»

Вопросы:

1. Сущность цены, цели ценовой политики
2. Оценка издержек производства
3. Методы ценообразования

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Функции и виды цен
2. Ценообразующие факторы
3. Система скидок

1. Сущность цены, цели ценовой политики

Цена — это ключевой элемент рыночной экономики, сердцевина ее хозяйственного механизма. Способ установления цены характеризует не только природу рынка, но и саму экономическую систему. Цена определяет в рыночной экономике объем и структуру производства, движение материальных и денежных потоков, наконец, уровень жизни общества.

Каждый предприниматель, устанавливая цену на свой товар, использует ее как решающее средство для достижения поставленных в своем бизнесе целей. Важная роль ценового механизма для предприятия бесспорна. Практика, между тем, показывает, что ни одна компания, независимо от прочности ее позиций на рынке, не может себе позволить устанавливать цены без анализа возможных последствий различных вариантов такого решения.

Работая в условиях рынка, нельзя забывать о том, что цена и ценовая политика для предприятия — главный элемент маркетинга. Однако среди всех составляющих элементов маркетинга цена имеет два неоспоримых преимущества:

- 1) изменение цены происходит быстрее и легче, чем, к примеру, разработка нового товара или проведение рекламной кампании и, наконец, нахождение новых, более эффективных способов распространения продукции;
- 2) ценовая политика, проводимая фирмой, мгновенно сказывается на бизнесе, на его финансово-хозяйственных результатах.

Именно поэтому разработке ценовой политики должно уделяться самое пристальное внимание со стороны руководства фирмы, желающего наиболее эффективно и долговременно развивать свою деятельность на рынке, так как любой ложный или недостаточно продуманный шаг немедленно сказывается на динамике продаж и рентабельности.

Ценовая политика предприятия — это деятельность его руководства по установлению, поддержанию и изменению цен на производимые товары, направленная на достижение целей и задач предприятия.

Разработка ценовой политики включает несколько последовательных этапов:

- выработку целей ценообразования;
- анализ ценообразующих факторов (определение спроса, анализ предложения, цен конкурентов и др.);
- выбор метода ценообразования;
- принятие решения об уровне цен.

Каждый шаг установления цены сопряжен с определенными проблемами и сложностями, о которых вдумчивый предприниматель должен знать заранее.

Цели ценовой политики

При формулировании целей ценообразования обычно ориентируются на стратегические цели предпринимательской деятельности. Наиболее распространенные цели:

1) *выживание предприятия.* Эта цель может рассматриваться как краткосрочная. В условиях конкурентного рынка часто идут на снижение цен для ликвидации запасов продукции на складе. При этом прибыль теряет свое значение. Производство будет осуществляться до тех пор, пока цена, установленная на нижнем пределе, покрывает хотя бы издержки;

2) *краткосрочная максимизация прибыли и повышение уровня рентабельности,* что в свою очередь увеличивает доходность и расширяет инвестиционные возможности фирмы. Это наиболее целесообразно в краткосрочной политике цен. В перспективном плане эта цель является производной от глобальной цели — максимизации ценности фирмы, т.е. максимальной стоимости ее активов при продаже их по рыночным ценам. Реализуя в своей деятельности эту цель, предприятие делает основной упор на краткосрочные ожидания прибыли и мало учитывает долгосрочные перспективы работы на рынке;

3) *краткосрочное максимальное увеличение сбыта продукции.* Предприниматели исходят из того, что увеличение объема сбыта приведет к снижению затрат на единицу продукции и, как следствие, — к увеличению прибыли. Учитывая чувствительность рынка к уровню цены, руководство фирмы устанавливает цену на минимально допустимом уровне. Это обеспечивает на какое-то время расширение ниши рынка, занимаемой предприятием;

4) *завоевание лидерства на рынке и в определении цен.* Эту цель преследуют, как правило, крупные компании, она отражает лидирующее положение фирмы на рынке при установлении общих ценовых уровней. Например, корпорация «Дюпон» на новинки своего производства (целлофан, нейлон, тефлон), обладающие неоспоримыми преимуществами перед товарами конкурентов, устанавливает максимально возможную цену.

Стремление к завоеванию лидерства может проявляться и в про-

изготовлении продукции гарантированно высокого качества. В этом случае фирма, которой удается на протяжении многих лет сохранять за собой такую репутацию, устанавливает более высокую цену по сравнению с конкурентами, чтобы компенсировать повышенные затраты. А уже само имя фирмы служит надежным гарантом непревзойденного качества, как, например, японская фирма «Шарп» — в производстве звуковоспроизводящей техники, немецкая фирма «Мерседес Бенц» — в автомобилестроении.

2. Оценка издержек производства

В условиях рыночной экономики перед предпринимателем встает задача определения оптимального объема продаж продукции, выпускаемой на его предприятии. Различные объемы выпуска товаров требуют издержек, разных по объему и структуре.

Постоянные издержки не зависят от объема выпуска продукции в короткие промежутки времени и могут контролироваться в долговременном периоде. Постоянные издержки по своей экономической природе являются затратами на создание условий для конкретной деятельности. Это расходы по содержанию зданий, помещений, арендная плата, оплата труда административного аппарата, отчисления на обязательное страхование имущества, амортизационные отчисления, износ НМА.

Переменные издержки меняются вместе с объемом выпуска продукции и обычно определяются этим объемом. Экономическая природа переменных издержек — это затраты на практическое осуществление деятельности, ради которой создана фирма. К ним относятся затраты на сырье, материалы, топливо, газ и электроэнергию, расходы на оплату¹ труда. На каждом предприятии разграничение затрат на постоянные и переменные проводят посредством анализа конкретных статей, определяющих предпринимательские издержки и формирующих цену предприятия.

Классификация издержек на постоянные и переменные имеет реальный экономический смысл и широко используется в зарубежной практике при решении таких проблем, как оценка конкурентоспособности, выявление возможности роста финансовой устойчивости, определение точки безубыточности и др.

Экономическая сущность расчета точки безубыточности состоит в анализе взаимодействия спроса и предложения по конкретному товару фирмы. При этом надо учитывать, что своим предложением фирма может управлять, так как его формируют затраты предприятия, а спросом управлять нельзя, можно лишь в некоторой степени повлиять на него. В процессе такого анализа определяется точка безубыточности, соответствующая объему выпускаемой продукции при заданном (анализируемом) уровне цен, при котором доход от продажи равен издержкам производства.

Точка безубыточности определяется как отношение постоянных издержек производства FC к разнице между ценой P и удельными переменными издержками VC , т.е.

$$X = FC/P - VC$$

где X — безубыточный объем производства (продаж), шт.;

P — цена единицы продукции;

FC — постоянные затраты;

VC — переменные затраты в расчете на единицу продукции.

Из этого соотношения можно определить максимальную сумму издержек производства, если известны значения остальных величин:

$$FC = X(P - VC)$$

Можно также рассчитать и минимальную цену, по которой реализуется продукция, исходя из заданного объема продаж, суммы постоянных и удельных переменных издержек производства:

$$P = (FC/X) + VC$$

Практическая ценность классификации издержек по связи с объемом производства продукции и выделения постоянных и переменных затрат состоит в следующем:

- помогает решить задачу регулирования массы и прироста прибыли на основе относительного сокращения тех или иных расходов при росте выручки;

- позволяет судить об окупаемости затрат и дает возможность определить «запас финансовой прочности» предприятия на случай осложнений конъюнктуры на рынке или иных затруднений. Запас прочности измеряет разницу между фактическим объемом продаж и объемом продаж, соответствующим точке безубыточности, и показывает, какова предельная величина снижения объема продаж для того, чтобы деятельность предприятия оставалась безубыточной.

- открывает возможность использования метода предельных (маржинальных) издержек в ценообразовании.

Определение оптимальной ценовой стратегии предприятия в сложившихся условиях рынка возможно только при дальнейшем анализе изменения издержек в зависимости от различных объемов производства товаров.

Совокупные (валовые) издержки представляют собой все предпринимательские расходы, связанные с валовым выпуском продукции, это сумма постоянных и переменных издержек предприятия.

Предельные (маржинальные и приростные) издержки представляют собой прирост издержек при увеличении производства на одну единицу продукции. Так как с изменением объема выпуска на одну единицу продукции постоянные издержки не меняются, то предельные издержки определяются ростом лишь переменных затрат в результате выпуска дополнительной единицы продукции. Они показывают, во сколько обойдется фирме увеличение объема выпуска продукции на одну единицу:

$$MC = \Delta VC / \Delta Q$$

Средние издержки (являются издержками на единицу выпуска продукции:

$$AC=TC/Q$$

Они представляют собой частное от деления совокупных (валовых) TC издержек на объем реализуемого товара (Q). Сравнивая средние издержки с ценой производства товара, можно определить, прибыльно ли производство. Кривая TC на рисунке 4 показывает изменение совокупных затрат на производство продукции на отдельных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ).

На стадии освоения производства они быстро растут, затем темп роста совокупных затрат снижается, что соответствует налаживанию производства и накоплению опыта. Однако при вступлении товара в стадию «зрелости» темп роста издержек опять возрастает из-за увеличения расходов по сбыту товаров, спрос на которые падает. Эта же ситуация определяет и кривую AC — средних затрат (рисунок 5).

Первоначально средние затраты снижаются достаточно быстро, затем темпы уменьшаются, а в стадии зрелости товара начинают расти. Кривая MC предельных издержек определяет темпы изменения средних затрат. Поэтому самая нижняя точка кривой предельных издержек MC характеризует наименьший темп, а точка пересечения 7 , кривых предельных издержек MC и средних затрат AC — наименьшие средние затраты

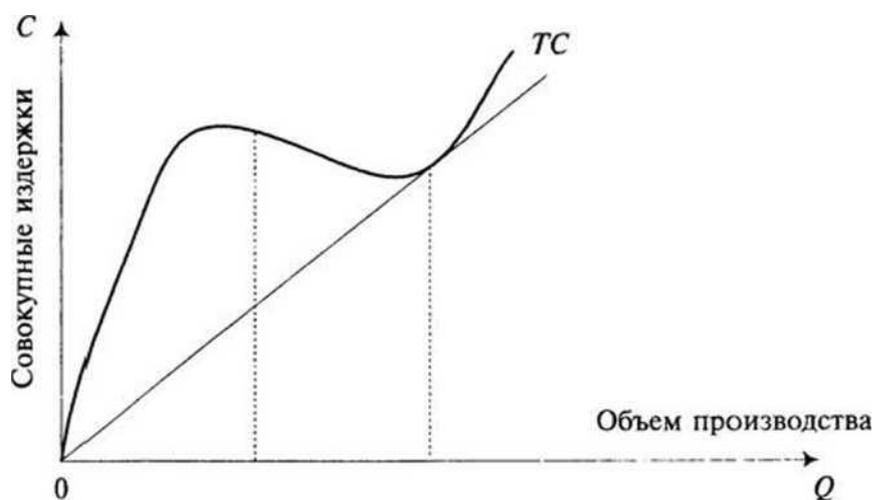


Рисунок 4 - Изменение совокупных затрат

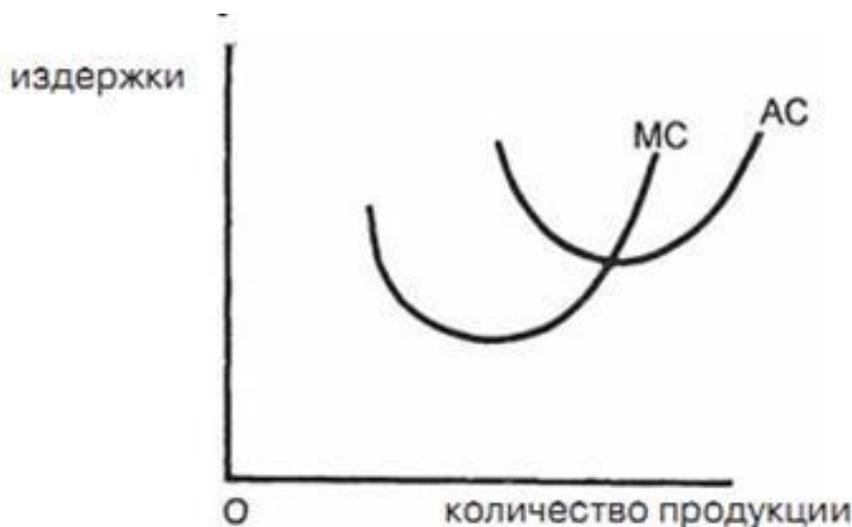


Рисунок 5 - Средние и предельные издержки

В условиях рыночной экономики анализ изменения предельных издержек чрезвычайно важен для оптимизации поведения фирмы, так как из него следуют важные в практической работе положения: если средние издержки показывают прибыльность предприятия вообще, то предельные — максимизацию прибыли.

3. Методы ценообразования

Оптимально возможная цена продукции должна полностью возмещать все издержки на производство, распределение и сбыт товара, а также обеспечивать получение определенной нормы прибыли.

Наиболее распространены следующие методы установления цен товаров:

- на основе издержек производства;
- по доходу на капитал;
- с ориентацией на спрос;
- по уровню текущих цен.

> *Метод установления цены товара на основе издержек производства* (иногда его называют *метод надбавок*) широко используется в предпринимательской практике и отражает традиционную ориентацию на производство и в меньшей степени — на рыночный спрос. Встречаются две разновидности этого метода: с использованием полных и с использованием предельных издержек производства.

1. Метод с использованием полных издержек производства. Расчет цены этим методом основан на разделении издержек производства на постоянные и переменные. Сущность метода: к полной сумме затрат прибавляют надбавку, соответствующую норме прибыли, принятую в данной отрасли или равную желаемому доходу от оборота.

Этот метод получил широкое распространение благодаря своим преимуществам:

- создаются условия для покрытия всех затрат и получения нормальной прибыли;

- фирма, как правило, имеет полную информацию о собственных издержках и гораздо меньше — о спросе на свой товар на рынке, следовательно, при принятии ценового решения она опирается на калькуляцию издержек;

- если все предприятия отрасли используют в ценообразовании этот метод, то цены предприятий на продукцию отрасли примерно одинаковы, а ценовая конкуренция сведена к минимуму;

- большинство участников рынка сходятся во мнении, что при этом методе соблюдаются интересы производителей и потребителей, а следовательно, метод полных издержек — наиболее обоснованный и справедливый.

Модель определения цен этим методом имеет вид

$$P = C (1 + R_c),$$

где P — цена изделия;

C — издержки производства;

R_c — рентабельность продукции к затратам, %.

Пример. Предположим, общая сумма затрат на производство единицы продукции составляет 600 руб., фирма определила свои потребности в массе прибыли (надбавку) на уровне 20%. Цена составит:

$$Ц = 600 * (1 + 0,20) = 720.$$

На практике при выборе уровня рентабельности предприятие использует:

- единую ставку, рассчитанную по отношению к общей сумме затрат на производство продукции;
- единую ставку, рассчитанную по отношению к переменным затратам (чаще к сумме заработной платы и стоимости материалов, необходимых для производства продукции).

Этот метод имеет серьезные недостатки:

- не принимается в расчет эластичность спроса на товар;
- снижаются ощущения конкурентной борьбы и, следовательно, утрачиваются стимулы к минимизации затрат.

2. Метод предельных издержек. Сущность метода: к переменным затратам на единицу данного изделия прибавляется сумма, покрывающая достаточную норму прибыли, т.е.

$$P = MC + (MC * R / 100)$$

где P — цена изделия;

MC — предельные издержки производства;

R — рентабельность продукции, %.

Преимущество метода состоит в том, что обеспечивается полное возмещение постоянных затрат и максимизация прибыли. Его использование на практике связано с делением затрат на постоянные и переменные и необходимостью их расчета в связи с переходом на международную систему

финансовой отчетности на предприятиях.

При выборе уровня рентабельности кроме уже приведенных выше ставок используют норму прибыли на вложенный капитал.

> *Метод дохода на капитал* также базируется на издержках производства продукции, а также на получении запланированного дохода на капитал.

Метод основан на том, что к суммарным затратам на единицу продукции добавляется процент на вложенный капитал.

При применении этого метода рентабельность продукции рассчитывается по следующей формуле:

Рентабельность продукции = норма прибыли на вложенный капитал итог актива баланса*сумма постоянных затрат/число единиц реализуемой продукции* переменные затраты на единицу продукции.*

Основные преимущества этого метода заключаются в возможности учесть платность финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации продукции. Однако в период инфляции ставки процентов за кредит подвержены высокой степени неопределенности, что в значительной степени усложняет использование этого метода.

Метод дохода на капитал предназначен для предприятий с большим ассортиментом выпускаемой продукции, часть из которой является новой для рынка.

> *Метод определения цен с ориентацией на спрос (иначе метод оценки реакции покупателей или потребительской оценки).* Это один из самых оригинальных методов ценообразования, так как все больше предпринимателей ориентируется при установлении цен не на издержки производства, а на восприятие товара потребителем¹.

Производитель исходит из того, что потребитель определяет соотношение между ценностью товара и его ценой и сравнивает его с аналогичными показателями конкурентов.

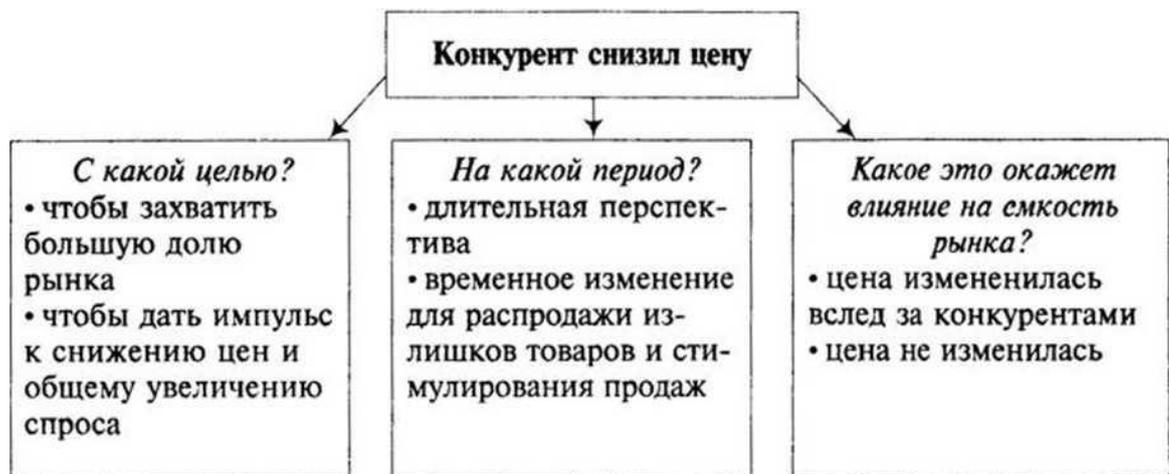
В этом методе чем больше степень дифференциации товаров, тем больше эластичность приемлемых для потребителя цен. Товары могут дифференцироваться с учетом технических параметров, дизайна, вкуса, проводимой рекламной компании, надежности, долговечности, экономичности в эксплуатации, послепродажного сервиса и т.п. С дифференциации товара тесно связана дифференциация рынка. Успешная реализация этого метода ценообразования основана на том, что производитель хорошо знает потребности своих потенциальных покупателей, умеет привлечь внимание к специфическим качествам своего товара и реально оценивает возможных конкурентов.

Реакция покупателей на изменение цен может быть учтена посредством:

- анализа данных предыдущего периода методом регрессионного анализа и экстраполяции полученных результатов на будущее;
- проведение на рынке эксперимента с различными ценами на свою продукцию.

> *Метод установления цены на уровне текущих цен* сосредоточивает в себе, как принято считать, «коллективную мудрость отрасли». Он применим на рынках чистой и олигополистической конкуренции. Предприятия — изготовители продукции исходят в этих условиях из факта конкуренции, устанавливая цену на товар чуть выше или чуть ниже уровня цены конкурентов. Если же товар действительно обладает какими-то новыми качествами, отличными от товаров конкурентов, или воспринимается покупателями как обладающий новыми качествами, то производитель свободен в определении уровня цены и не принимает во внимание уже существующие цены.

На рынке однородных товаров предприятие вынуждено следить за ценами конкурентов (в то время как рынки неоднородных товаров предоставляют большую гибкость в реакции на ценовую политику конкурентов). В любом случае предприниматель при выборе ценовой стратегии должен ответить на ряд вопросов (рисунок 6)



Если предприниматель пришел к выводу, что конкурент снизил цену, желая способствовать снижению цен и общему увеличению спроса на длительный период, и предполагает, что другие предприятия последуют этому примеру, а потому емкость рынка возрастет, ему также придется снижать цену.

Заключительный этап ценообразования — это *установление окончательной цены*. Остановив свой выбор на одной из перечисленных методик, фирма может приступить к расчету цены, которая должна учитывать психологическое восприятие покупателем товара фирмы. Например, для многих потребителей единственная информация о качестве товара заключена в цене, и она служит показателем качества. Назначаемая цена должна соответствовать ценовому образу фирмы и ее ценовой политике. Следует

также учитывать реакцию конкурентов на предполагаемую цену.

Тема 10 «Эффективность предпринимательской деятельности»

Вопросы:

1. Финансовые ресурсы предприятия
2. Оценка финансового состояния предприятия
 - 2.1. Оценка платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия
 - 2.2. Оценка ликвидности предприятия
3. Оценка потенциального банкротства предприятия

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Оценка обеспеченности предприятия основными средствами производства
2. Оценка эффективности оборотных средств

1. Финансовые ресурсы предприятия

Осуществление финансовых отношений предполагает наличие у предприятия финансовых ресурсов. От того, насколько эффективно осуществляется управление финансовыми ресурсами на предприятии, зависит его финансовое благополучие, а также благосостояние его владельцев и работников.

Финансовые ресурсы — это совокупность денежных средств в форме доходов и внешних поступлений, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства.

Формирование финансовых ресурсов осуществляется из различных источников, которые можно подразделить на внутренние и внешние.

Внутренние источники образуются за счет собственных и приравненных к ним средств и связаны с результатами хозяйствования.

Внешние — поступления ресурсов на предприятие извне.

Состав финансовых ресурсов, поступающих из внутренних и внешних источников, приведен на рисунке 7.



- прибыль от основной деятельности
- прибыль от выполняемых НИР и другие целевые доходы
- прибыль от финансовых операций
- прибыль от СМР, выполняемых хозяйственным способом
- внереализационные доходы

- амортизационные отчисления
- выручка от реализации выбывшего имущества
- устойчивые пассивы
- накопление нераспределенной прибыли
- целевые поступления
- резервный фонд
- паевые и иные взносы членов трудового коллектива

- средства от продажи собственных ценных бумаг (акций, облигаций и др.)
- кредитные инвестиции

- страховые возмещения по рискам
- реализация страховых полисов и залоговых свидетельств
- финансовые ресурсы, формируемые на паевых началах (долевое участие в текущей и инвестиционной деятельности)
- дивиденды, проценты по ценным бумагам других эмитентов
- финансовые ресурсы, поступающие от союзов, ассоциаций, отраслевых структур
- бюджетные ассигнования, субсидии, субвенции

Рисунок 7 - Состав финансовых ресурсов

Среди внутренних источников финансовых ресурсов важнейшими являются прибыль и амортизационные отчисления.

Прибыль предприятия формируется в процессе его производственной деятельности, являясь ее конечным результатом. В условиях конкуренции трудовой коллектив заинтересован в росте прибыли, так как она служит источником роста производства, а следовательно, и роста благосостояния работников предприятия. Однако таким источником служит не вся валовая прибыль, полученная в результате хозяйственной деятельности предприятия, а лишь часть ее, остающаяся после уплаты налогов и платежей в бюджет, называемая чистой прибылью. Она используется для формирования фондов накопления и потребления, резервного фонда.

Амортизационные отчисления — представляют собой денежное выражение стоимости износа основных производственных фондов и нематериальных активов. Амортизационные отчисления включаются в себестоимость продукции и затем в составе выручки от реализации продукции возвращаются на расчетный счет предприятия, становясь внутренним источником формирования фонда накопления.

В условиях рыночной экономики большое значение приобретают внешние источники финансовых ресурсов. Среди них появляются относительно новые виды, а также меняется структура их формирования.

Финансовые ресурсы, мобилизуемые на финансовом рынке, представлены денежными средствами, полученными от продажи собственных акций, облигаций и других видов ценных бумаг, а также заемными средствами или крупными инвестициями. Они состоят из правовых хозяйственных обязательств перед третьими лицами: долгосрочных и краткосрочных кредитов банков, облигационных займов, а также средств других предприятий в виде векселей. Эти средства передаются предприятию во временное пользование на условиях платности и возвратности.

2. Оценка финансового состояния предприятия

2.1. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия

Основным информационным источником для финансового анализа служит бухгалтерский баланс. В целях удобства работы целесообразно показатели записывать, используя следующие условные обозначения:

A_v – внеоборотные активы

A_o - оборотные активы

Z – запасы

D – дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства и прочие активы

B - краткосрочные финансовые вложения, денежные средства

K – капитал и резервы

P_d – долгосрочные кредиты и займы (долгосрочные обязательства)

P_k - краткосрочные обязательства

M - краткосрочные кредиты и займы

H – кредиторская задолженность и прочие пассивы

B – валюта баланса

E_c – величина собственных оборотных средств (СОС)

E_o – общая величина основных источников формирования запасов и затрат

$\pm E_c$ – излишек или недостаток СОС

$\pm E_o$ - излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат

I_o — источники, ослабляющие финансовую напряженность

Внешним проявлением финансовой устойчивости предприятия является его платежеспособность. **Предприятие считается платежеспособным**, если имеющиеся у него денежные средства, краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги, временная финансовая помощь другим предприятиям) и активные расчеты (расчеты с дебиторами) покрывают его краткосрочные обязательства. Платежеспособность предприятия можно выразить в виде следующего неравенства:

$$D \geq M + H$$

Экономической сущностью финансовой устойчивости предприятия является обеспеченность его запасов и затрат источниками их формирования.

Для анализа финансовой устойчивости необходимо рассчитать такой показатель, как излишек (или недостаток) средств для формирования запасов и затрат, который определяется как разница между размером источников средств и объемом запасов. Поэтому для анализа прежде всего надо определить размеры источников средств, имеющихся у предприятия для формирования его запасов и затрат.

Для характеристики источников средств на формирование запасов и затрат используются показатели, отражающие различную степень охвата видов источников. В их числе:

- наличие собственных оборотных средств (E_c), *рассчитывается по формуле:*

$$E_c = K - A_0$$

- общий размер основных источников формирования запасов и затрат E_0 :

$$E_0 = E_c + M$$

На основании этих показателей рассчитывают показатели обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования:

- излишек (+) или недостаток (—) собственных оборотных средств ($\pm E_c$):

$$\pm E_c = E_c - Z$$

- излишек (+) или недостаток (—) общего размера основных источников для формирования запасов и затрат ($\pm E_0$):

$$\pm E_0 = E_0 - Z$$

По степени финансовой устойчивости предприятия возможны четыре типа ситуаций.

1. *Абсолютная устойчивость* — возможна при условии

$$Z < E_c + M$$

2. *Нормальная устойчивость* — возможна при условии

$$З = E_c + M$$

3. *Неустойчивое финансовое состояние* связано с нарушением платежеспособности и возникает при условии

$$З = E_c + M + И_0,$$

где $И_0$ — источники, ослабляющие финансовую напряженность (временно свободные собственные средства, привлеченные средства и прочие заемные средства).

4. *Кризисное финансовое состояние*:

$$З > E_c + M$$

Расчет указанных показателей позволяет выявить финансовую ситуацию, в которой находится предприятие, и получить качественную характеристику его финансового состояния.

Кроме того, для получения количественных характеристик финансовой устойчивости предприятия используются следующие финансовые коэффициенты.

Коэффициент автономии рассчитывается как отношение размера источника собственных средств (капитала) к итогу (валюте) баланса:

$$K_a = K/Б$$

Нормальное ограничение (оптимальное значение) этого коэффициента оценивается на уровне 0,5, т.е. $K_a > 0,5$. Коэффициент показывает долю собственных средств в общем объеме ресурсов предприятия. Чем выше эта доля, тем выше финансовая независимость (автономия) предприятия.

Коэффициент финансирования рассчитывается как отношение собственных источников к заемным:

$$K_\phi = \frac{K}{П_d + M}$$

Нормальное ограничение — >1 . Коэффициент показывает, какая часть деятельности предприятия финансируется за счет собственных средств.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами рассчитывается как отношение суммы собственных оборотных средств к общей сумме оборотных средств:

$$K_o = \frac{E_c}{A_o}$$

Нормальное ограничение — $K_o > 0,1$ - Коэффициент показывает наличие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой

устойчивости.

Коэффициент маневренности рассчитывается как отношение собственных оборотных средств к общей величине капитала:

$$K_m = \frac{E_c}{K}$$

Нормальное ограничение — $K_m > 0,5$. Коэффициент показывает, какая часть собственных средств вложена в наиболее мобильные активы. Чем выше доля этих средств, тем больше у предприятия возможности для маневрирования своими средствами.

Если у предприятия значения расчетных коэффициентов ниже, чем предельные ограничения указанных коэффициентов, то это также свидетельствует о его неустойчивом финансовом состоянии.

Главное назначение анализа финансового состояния предприятия — выявление факторов и причин, оказавших негативное влияние на финансовое состояние, и на этой основе разработка мер по его улучшению.

2.2 Оценка ликвидности предприятия

В процессе взаимоотношений предприятий с кредитной системой, а также с другими предприятиями постоянно возникает необходимость в проведении анализа кредитоспособности заемщика.

Кредитоспособность — это способность предприятия своевременно и полностью рассчитаться по своим долгам. Анализ кредитоспособности проводят как банки, выдающие кредиты, так и предприятия, стремящиеся их получить.

В ходе анализа кредитоспособности проводятся расчеты по определению ликвидности активов предприятия и ликвидности его баланса.

Ликвидность активов — это величина, обратная времени, необходимому для превращения их в деньги, т.е. чем меньше времени понадобится для превращения активов в деньги, тем активы ликвиднее.

Ликвидность баланса выражается в степени покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств. Ликвидность баланса достигается установлением равенства между обязательствами предприятия и его активами.

Активы предприятия в зависимости от скорости превращения их в деньги делятся на четыре группы.

Наиболее ликвидные активы A_1 , — денежные средства и краткосрочные финансовые вложения.

Быстро реализуемые активы A_2 — дебиторская задолженность и прочие активы.

Медленно реализуемые активы A_3 — «Запасы», кроме строки «Расходы

будущих периодов», а из раздела I баланса — строка «Долгосрочные финансовые вложения».

Трудно реализуемые активы A_4 — статьи раздела I баланса за исключением строки, включенной в группу «Медленно реализуемые активы».

Обязательства предприятия (статьи пассива баланса) также делятся на четыре группы и располагаются по степени срочности их оплаты.

Наиболее срочные обязательства $П_1$, — кредиторская задолженность.

Краткосрочные пассивы $П_2$ — краткосрочные кредиты и займы и расчеты по дивидендам.

Долгосрочные пассивы $П_3$ — долгосрочные кредиты и займы.

Постоянные пассивы $П_4$ — строки раздела IV баланса плюс строки 630—660 из раздела VI. В целях сохранения баланса актива и пассива итог этой группы уменьшается на величину строки «Расходы будущих периодов» раздела II актива баланса: $П_4 = \text{стр. 490} + \text{стр. 640} + \text{стр. 650} + \text{стр. 660} - \text{стр. 216}$.

Для определения ликвидности баланса надо сопоставить произведенные расчеты групп активов и групп обязательств. Баланс считается ликвидным при следующих соотношениях групп активов и обязательств:

$$A_1 \geq П_1;$$

$$A_2 > П_2;$$

$$A_3 > П_3;$$

$$A_4 < П_4.$$

Сравнение первой и второй групп активов (наиболее ликвидных активов и быстро реализуемых активов) с первыми двумя группами пассивов (наиболее срочные обязательства и краткосрочные пассивы) показывает *текущую ликвидность*, т.е. платежеспособность или неплатежеспособность предприятия в ближайшее к моменту проведения анализа время.

Сравнение же третьей группы активов и пассивов (медленно реализуемых активов с долгосрочными обязательствами) показывает перспективную ликвидность, т.е. прогноз платежеспособности предприятия. Для удобства проведения анализа ликвидности баланса и оформления его результатов составляется таблица анализа ликвидности баланса. Применительно к данным анализируемого нами предприятия в ней представлены следующие показатели (таблица 1).

Ликвидность предприятия определяется и с помощью ряда финансовых коэффициентов.

Коэффициент абсолютной ликвидности рассчитывается как отношение наиболее ликвидных активов к сумме наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов (сумма кредиторской задолженности и краткосрочных кредитов)

Таблица 1 - Анализ ликвидности баланса, тыс.руб.

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платежный излишек или недостаток		В % к величине итога группы пассива	
						на начало периода	на конец периода	на начало периода	на конец периода
1. Наиболее ликвидные активы	17	18	1. Наиболее срочные обязательства	65	113	-48	-95	-73,3	-84,1
2. Быстро реализуемые активы	154	159	2. Краткосрочные пассивы	147	122	+7	+37	-4.8	+ 30.3
3. Медленно реализуемые активы	220	223	3. Долгосрочные пассивы	98	85	+ 122	+ 138	+ 123.5	+162.4
4. Трудно реализуемые активы	232	237	4. Постоянные пассивы	313	317	-81	-80	-25.9	-25,2
Баланс (стр. 1 + стр. 2 + стр. 3 + стр. 4) ²	623	637	Баланс (стр 1 + стр. 2 + стр. 3 + стр. 4)	623	637	X	X	X	X

$$K_{a.l.} = B / H + M$$

Нормальное ограничение — $K_{a.l.} > 0,2 / 0,5$. Коэффициент показывает, какая часть текущей задолженности может быть погашена в ближайшее к моменту составления баланса время.

Коэффициент покрытия или текущей ликвидности рассчитывается как отношение всех оборотных средств (за вычетом расходов будущих периодов) к сумме срочных обязательств (сумма кредиторской задолженности и краткосрочных кредитов):

$$K_{т.л.} = A_0 / H + M$$

Нормальное ограничение — $K_{т.л.} \geq 2$. Коэффициент показывает, в какой степени текущие активы покрывают краткосрочные обязательства.

Проанализировав ликвидность предприятия, приводимого в качестве примера, можно сделать следующее заключение.

На момент составления баланса его нельзя признать ликвидным, так как одно из соотношений групп активов и пассивов не отвечает условиям абсолютной ликвидности баланса (наиболее ликвидные активы меньше наиболее срочных обязательств).

За отчетный период увеличился платежный недостаток наиболее ликвидных активов. Ожидаемые поступления от дебиторов превысили сумму краткосрочных кредитов. Объем запасов превысил долгосрочные обязательства. Однако несмотря на имеющийся платежный излишек по этим группам, из-за низкой ликвидности запасов он вряд ли может быть направлен

на покрытие недостатка средств для погашения наиболее срочных обязательств.

Вместе с тем коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности имеют значения выше нормальных ограничений, что говорит об определенной кредитоспособности

Коэффициент абсолютной ликвидности за отчетный период несколько вырос, что свидетельствует о сокращении перспективных платежных возможностей предприятия.

В целом же на основе анализов финансовой устойчивости и кредитоспособности предприятия можно сделать вывод, что предприятие находится в неустойчивом состоянии и кредитоспособность его низка. Таким образом, к этому предприятию как к деловому партнеру и заемщику в деловом мире будут относиться с осторожностью.

3. Оценка потенциального банкротства предприятия.

Одна из целей финансового анализа — своевременное выявление признаков банкротства предприятия. Банкротство связано с неплатежеспособностью организации.

Во всех странах процесс банкротства, т.е. признание предприятия неплатежеспособным, регулируется государством специально издаваемыми законодательными актами и правительственными документами. В Российской Федерации основным таким актом является Закон Российской Федерации «О несостоятельности (банкротстве) предприятий».

В соответствии с действующим в России законодательством основанием для признания предприятия, организации банкротом служит невыполнение им своих обязательств по оплате товаров, работ и услуг по истечении трех месяцев со дня наступления сроков оплаты. Эти установленные условия и сроки дают основание поставщикам, исполнителям работ (услуг), кредиторам предъявлять через суд иски предприятиям-неплательщикам всех форм собственности. В отношении государственных предприятий, кроме того, действует порядок, утвержденный Постановлением Правительства РФ «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятия», в соответствии с которым они подпадают под действие Закона о банкротстве, если у них имеется неудовлетворительная структура баланса.

Неудовлетворительное финансовое состояние предприятия, признаки приближения банкротства необходимо постоянно держать под контролем финансовому менеджеру предприятия.

Финансовый менеджер должен обратить внимание на следующие моменты, свидетельствующие о неблагоприятном финансовом состоянии предприятия:

- убытки от основной хозяйственной деятельности; недостаток оборотных средств;

- затруднения в получении коммерческих кредитов;
- уменьшение поступления денежных средств от хозяйственных операций;
- падение рыночной цены ценных бумаг, выпущенных этим предприятием;
- неспособность погасить срочные обязательства и др.

В международной практике для определения признаков банкротства предприятий используется формула «Z-счета» Э. Альтмана:

$$Z\text{-счет} = [(\text{оборотный капитал} * 1,2) + (\text{нераспространенная прибыль} * 1,4) + (\text{доход от основной деятельности} * 3,3) + (\text{рыночная стоимость обычных и привилегированных акций} * 0,6) + (\text{объем продаж} * 1)] / \text{все активы}$$

Если после произведенных расчетов окажется, что «Z-счет» равен или меньше 1,8, то вероятность банкротства этого предприятия очень высока, при значении «Z-счета» от 1,8 до 2,7 — вероятность высокая; от 2,8 до 2,9 — банкротство возможно; от 3,0 и выше — вероятность банкротства очень низкая.

В Российской Федерации для выявления государственных предприятий с неудовлетворительным финансовым состоянием и для выявления признаков их банкротства используется методика, утвержденная Постановлением Правительства РФ № 498 «О некоторых мерах по реализации законодательства о несостоятельности (банкротстве) предприятий». К этому постановлению имеется Приложение № 1 «Система критериев для определения неудовлетворительной структуры баланса неплатежеспособных предприятий». В соответствии с этим приложением определяются следующие три финансовых коэффициента и устанавливаются их критерии (нормативы).

1. *Коэффициент текущей ликвидности* $K_{т.л.}$ — отношение оборотных активов (за вычетом расходов будущих периодов) к сумме срочных обязательств:

$$K_{т.л.} = A_0 / H + M \geq 2,$$

где A_0 — оборотные активы;

H — кредиторская задолженность;

M — краткосрочные кредиты и займы.

2. *Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами* K_0 — отношение величины собственных оборотных средств к общей величине оборотных средств:

$$K_0 = E_c / A_0 \geq 0,1$$

где E_c — величина собственных оборотных средств;

Дэ — общая величина оборотных средств.

3. Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности $K_{вп}$:

$$K_{в.п.} = [K_{т.л.t2} + Y / t (K_{т.л.t2} - K_{т.л.t1})] / 2 \geq 2$$

Где $K_{т.л.t2}$, $K_{т.л.t1}$ - коэффициент текущей ликвидности соответственно на конец и на начало отчетного периода;

Y — период восстановления (утраты) платежеспособности;

T — продолжительность отчетного периода.

Если у государственного предприятия после составления бухгалтерского баланса значения указанных расчетных коэффициентов ниже установленных, то это предприятие попадает под действие Закона о банкротстве со всеми вытекающими последствиями.

Тема 11 «Налогообложение предпринимательского предприятия»

Вопросы:

1. Сущность налогообложения и принципы построения налоговой системы
2. Налогообложение индивидуальной предпринимательской деятельности
3. Основные налоги, уплачиваемые субъектами предпринимательства

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. Региональные налоги
2. Местные налоги

1. Сущность налогообложения и принципы построения налоговой системы

Налог имеет одновременно экономическую и правовую природу. Первопричина существования налоговых отношений выражается в необходимости перераспределения части доходов для удовлетворения общенациональных потребностей.

Налогообложение - это определенная совокупность экономических (финансовых) и правовых отношений, складывающихся на базе объективного процесса перераспределения денежной формы стоимости и выражающая собой одностороннее, безэквивалентное, принудительно-властное изъятие части доходов корпоративных и индивидуальных собственников в общегосударственное пользование.

В Налоговом кодексе РФ содержатся определения налога и сбора (ст. 8).

Налог - это обязательный, индивидуально-безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Под **сбором** понимается обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в интересах плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав и выдачу разрешений (лицензий).

Как следует из вышеприведенных определений, важнейшим признаком налога и сбора является их обязательный (принудительный) характер. Установление налогов и сборов относится к компетенции представительных органов государства или местного самоуправления.

Экономическая сущность налогов и сборов проявляется в их функциях. Налоги выполняют две основные **функции**:

1) **фискальную** (от лат. слова *fiscus* - государственная казна) - являются основным источником формирования государственных финансовых ресурсов - бюджетов и внебюджетных фондов;

2) **экономическую (регулирующую)** - позволяют стимулировать или иным образом воздействовать на экономические интересы хозяйствующих субъектов с целью регулирования качественных и количественных параметров воспроизводства.

Соотношение названных функций при взимании налогов зависит от конкретных социально-экономических и политических условий развития общества.

Налоговая система определяется не только совокупностью налогов и сборов, но и принципами ее построения, закрепленными в существенных условиях налогообложения. **Налоговая система** - это порядок установления, введения, изменения, отмены налогов и сборов, порядок распределения налогов и сборов между бюджетами различных уровней, права и обязанности налогоплательщиков (плательщиков сборов), организация отчетности и налогового контроля, ответственность субъектов налоговых отношений.

Принципы построения налоговой системы:

- сочетание прямых и косвенных налогов;
- универсальность налогообложения;
- равнонапряженность налогового бремени для всех субъектов налоговых правоотношений;
- однократность налогообложения;
- использование системы налоговых льгот;
- стремление к стабильности условий налогообложения;
- запрет обратной силы налоговых законов.

2. Налогообложение индивидуальной предпринимательской деятельности

Индивидуальные предприниматели по традиционной системе налогообложения уплачивают следующие основные виды налогов:

- налог на доходы с физических лиц;
- страховые взносы;
- налог на имущество, используемое в предпринимательской деятельности;
- а также все другие налоги и сборы, предусмотренные налоговым законодательством.

Налоговый кодекс РФ предоставляет возможность использования специальных налоговых режимов, или так называемой упрощенной системы налогообложения для субъектов малого предпринимательства, к которым относятся и индивидуальные предприниматели, если:

- средняя численность наемных работников предприятия не превышает 100 человек;
- валовый доход предпринимателя не превышает 15 млн. руб. в год;
- предприниматель не занимается производством подакцизных товаров;
- предприниматель не организует игорный бизнес;
- предприниматель не использует другие специальные налоговые режимы и т. д.

Первая схема специального налогового режима, упрощенная система налогообложения, может применяться по желанию налогоплательщика, для чего в налоговые органы необходимо подать соответствующее заявление в определенный период времени (с 1 октября до 20 ноября), предшествующий году, начиная с которого налогоплательщики переходят на упрощенную систему. По срокам исключение делается только для тех предпринимателей, которые вновь регистрируются и выбирают упрощенную схему налогообложения на момент регистрации.

При этом заменяются уплатой единого налога:

- налог на доходы с физических лиц (если они получены от предпринимательской деятельности);
- налог на прибыль;
- налог на добавленную стоимость;
- налог на имущество (если это имущество пользовалось для осуществления предпринимательской деятельности).

Размер единого налога определяется 6% от дохода, уменьшенного на величину расходов. Предпринимателю предлагается при этом самому определить базу налогообложения.

Оплата страховых взносов в ПФР и других налогов при этом осуществляется по общему режиму налогообложения, но сумма этих платежей является налоговым вычетом из единого налога.

Вторая схема специального налогового режима — вмененный налог.

Для этого режима характерно, что вместо реальной базы налогообложения (доход или прибыль в рамках упрощенной системы) вводится условная база налогообложения в виде вмененного дохода. Размер вмененного дохода определяется в соответствии с характером предпринимательской деятельности и ее масштабом.

Ставка налога устанавливается в размере 15% от вмененного дохода. Большинство положений упрощенной системы налогообложения сохраняется (перечень заменяемых налогов, порядок платежей в бюджет, ПФР и т.д.).

Виды деятельности, которые потенциально могут подпасть под режим обложения этим налогом:

- бытовые услуги;
- розничная торговля и т. д.

Субъектам РФ предоставлено право решать вопрос о введении фактически этого режима налогообложения на своих территориях и определять конкретный перечень видов деятельности (только в сторону его сужения), на которые распространяется действие этого режима.

Налоговым периодом для этого режима налогообложения является квартал, по итогам которого (до 25 числа первого месяца следующего квартала) должны быть завершены уплата налога и его декларирование.

Один и тот же гражданин может выступать и как индивидуальный предприниматель, и как физическое частное лицо. Соответственно, принадлежащее ему имущество может использоваться для осуществления предпринимательской деятельности и осуществления прав, предоставляемых гражданским законодательством каждому физическому лицу.

Например, если гражданин зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя, ведет розничную торговлю, при этом сдает внаем принадлежащую ему квартиру и соответствующие доходы от сдачи квартиры отражает в декларации по налогу с физических лиц, налоговая инспекция не вправе требовать, чтобы гражданин как индивидуальный предприниматель платил со сдачи квартиры НДС.

При этом необходимо обратиться к свидетельству о регистрации предпринимателя без образования юридического лица. Если такой вид деятельности, как сдача внаем жилых помещений в нем не указан, оснований говорить о том, что квартира сдается в рамках предпринимательской деятельности, не имеется. Тем более, если квартира приобретена до начала предпринимательской деятельности.

3. Основные налоги, уплачиваемые субъектами предпринимательства

Основными налогами, уплачиваемыми субъектами предпринимательской деятельности являются:

- НДС;
- налог на прибыль;

- акцизы;
- транспортный налог;
- иные налоги, установленные законодательством.

В налоговой системе Российской Федерации **налог на добавленную стоимость (НДС)** - основной. Являясь косвенным налогом, он выступает в форме надбавки к цене товара (работ, услуг) и непосредственно не затрагивает доходности предпринимателя.

Плательщиками НДС в соответствии с Налоговым кодексом РФ (Частью второй) № 117-ФЗ от 05.08.2000 (ред. от 29.07.2004) являются:

- юридические лица;
- индивидуальные предприниматели;
- лица, признанные плательщиками НДС в связи с перемещением товаров через таможенную границу РФ.

Фактически этот налог платят потребители товаров и услуг.

Организации и индивидуальные предприниматели могут быть освобождены от НДС, если в течение предшествующих 3 последовательных налоговых периодов их налоговая база без учета НДС не превысила 1 млн. рублей (при отсутствии реализации подакцизных товаров).

Не являются плательщиками НДС те предприятия, которые перешли на уплату единого налога на вмененный доход, либо на упрощенную систему налогообложения.

Объектами обложения НДС считаются следующие операции:

- реализация товара (работ, услуг) на территории РФ, в том числе реализация предметов залога и передача товаров по соглашению о предоставлении отступного;
- передача на территории РФ товаров (работ, услуг) для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету при исчислении налога на доходы организации;
- выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления;
- ввоз товаров на таможенную территорию РФ.

Налоговая база при реализации товаров (работ, услуг) определяется налогоплательщиком как стоимость этих товаров (работ, услуг):

- исчисляемых из свободных цен, определяемых в соответствии с договором с учетом акцизов (для подакцизных товаров) и без включения в них НДС;
- исходя из государственных регулируемых цен без включения в них НДС;
- при определении налоговой базы выручка от реализации товаров (работ, услуг) определяется исходя из всех доходов, связанных с расчетами по оплате товаров (работ, услуг), полученных в денежной и (или) натуральной формах, включая оплату ценными бумагами.

При определении облагаемого оборота предприниматель должен обратить особое внимание на место реализации работ и услуг. Местом реализации признается территория РФ, если:

- товар находится на ее территории и не отгружается;
- работы (услуги) связаны с недвижимым имуществом, расположенным непосредственно в Российской Федерации;
- продавец и покупатель находятся в разных государствах. В этом случае местом экономической деятельности считается место покупателя услуг.

Ставки НДС:

- 1) Налогообложение по ставке 0% производится при реализации:
 - товаров (за исключением нефти, включая стабильный газовый конденсат, природного газа, которые экспортируются на территории государств - участников СНГ), вывезенных в таможенном режиме экспорта;
 - работ (услуг), непосредственно связанных с транспортировкой через таможенную территорию РФ товаров, помещенных под таможенный режим транзита;
 - услуг по перевозке (когда пункт отправления или назначения расположены за пределами территории РФ, при оформлении перевозок на основании единых международных перевозочных документов);
 - иных работ (услуг), предусмотренных НК РФ;

2) 10%-я налоговая ставка применяется при реализации некоторых продовольственных, иных товаров для детей в соответствии с НК РФ;

3) 18%-я налоговая ставка применяется при реализации остальных товаров. Как процентное отношение налоговой ставки (10 или 18%) к налоговой базе, принятой за 100% и увеличенной на соответствующий размер налоговой ставки - при получении денежных средств, связанных с оплатой товаров (работ, услуг), при удержании налога налоговыми агентами, при реализации имущества, приобретенного на стороне и учитываемого с НДС, при реализации сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки, а также в иных случаях, когда сумма НДС должна определяться расчетным методом.

Налоговые вычеты — это уменьшение общей суммы исчисленного налога на сумму НДС, предъявленную к оплате поставщиками товаров, услуг.

Предприятия имеют право на вычеты при выполнении следующих условий:

- приобретенные товары (работы, услуги) оплачены поставщиком;
- при наличии счет-фактур;
- в случае принятия приобретенных товаров (работ, услуг) на учет по товарам, ввезенным на таможенную территорию РФ, если НДС оплачен фактически при ввозе.

Оплата НДС в бюджет происходит по итогам каждого налогового периода (месяца), при этом он уменьшается на сумму налоговых вычетов.

Заключение

Дисциплина «Основы предпринимательской деятельности» входит в вариативную часть профессионального цикла БЗ. ФГОС подготовки бакалавров направления 38.03.01 «Экономика».

Изучение дисциплины «Основы предпринимательской деятельности» опирается на ряд компетенций, выработанных в процессе освоения курсов «Экономика предприятий», «Микроэкономика», «Теория организации». Содержательно-методическая связь с данными дисциплинами устанавливается на базе закономерностей функционирования современной экономики на макро- и микроуровне.

Назначение дисциплины - помочь в подготовке квалифицированных специалистов владеющих основами предпринимательской деятельности, что повысит конкурентоспособность выпускника на рынке труда и позволит эффективно управлять хозяйственной деятельностью.

В результате освоения дисциплины и формирования соответствующих компетенций обучающийся должен знать:

- теоретические основы развития предпринимательства;
 - механизм функционирования предприятий различных организационно-правовых форм;
 - алгоритм возникновения и реализации предпринимательской идеи;
 - основные способы снижения предпринимательского риска.
 - алгоритм создания предприятия и организации его деятельности;
- А также:
- рассмотреть методы ценообразования на предприятии;
 - рассмотреть методы оценки эффективности предпринимательской деятельности;
 - ознакомиться с методом оценки потенциального банкротства предприятия;
 - ознакомиться с наиболее важными для предприятия налогами.

Список использованных источников

1 Основная литература

1. Виноходова, А.Ф. Финансовая среда предпринимательства: учебное пособие / А.Ф. Виноходова, Е.Г. Дмитрик. - Старый Оскол: ТНТ, 2012. – 328 с.
2. Горфинкеля, В.Я. Организация предпринимательской деятельности: Учебник пособие для вузов / В.Я. Горфинкеля. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 525 с.
3. Самарина, В.П. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.П. Самарина. – Старый Оскол: ТНТ, 2013. – 292 с.

2 Дополнительная литература

4. Аксенов, К. В. Основы предпринимательской деятельности и организация собственного дела [Электронный ресурс] : учеб. пособие для высш. проф. образования / К. В. Аксенов, Т. К. Смородинова, В. В. Смородинов . - Орел : Изд-во ФГБОУ ВПО "Госуниверситет - УНПК" , 2012. – 342 с. - Режим доступа: <http://elib.ostu.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
5. Боков, В.В. Предпринимательские риски и хеджирование в отечественной и зарубежной экономике / В.В. Боков. - М.: Приор, 2013. – 218 с.
6. Вавулин, Д. А. Рынок ценных бумаг [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / Д. А. Вавулин, С. В. Симонов . - Орел : Изд-во ОрелГТУ , 2010. – 432 с. - Режим доступа: <http://elib.ostu.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
7. Давыдова, Л. В. Оптимизация налогообложения в малом бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. для вузов / Л.В.Давыдова ; Л. А. Будовская . - Орел : Изд-во ОрелГТУ , 2011. – 358 с. - Режим доступа: <http://elib.ostu.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
8. Зайцева, Т. В. Управление персоналом: учебник / Т. В.Зайцева, А. Т. Зуб. – ФОРУМ – ИНФРА-М, 2012. – 362 с.
9. Зомитева, Г. М. Маркетинг. Предпринимательская и маркетинговая деятельность предприятия [Электронный ресурс] : учеб. пособие для высшего проф. образования / Г. М. Зомитева, О. В. Прокопина . - Орел : Изд-во ФГБОУ ВПО "Госуниверситет - УНПК" , 2011. – 368 с. - Режим доступа: <http://elib.ostu.ru>, свободный. - Загл. с экрана.
10. Измалкова, С. А. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С. А. Измалкова ,С. А. Никитин, Д. Н.Торгачев . - Орел : Изд-во ОрелГТУ , 2011. – 346 с. - Режим доступа: <http://elib.ostu.ru>, свободный. – Загл. с экрана.
11. Князева, Н. В. Организация предпринимательской деятельности современного промышленного предприятия [Электронный ресурс]: учеб. пособие для вузов / Н. В. Князева . - Орел : Изд-во ОрелГТУ , 2010. – 286 с. - Режим доступа: <http://elib.ostu.ru>, свободный. – Загл. с экрана.

12. Колтынюк, Б. А. Рынок ценных бумаг: учебник для вузов / Б. А. Колтынюк. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2011. – 482 с.
13. Лапушта М. Г. Предпринимательство: учебник для вузов / М. Г. Лапушта. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 452 с.
14. Миляков, Н. В. Налоги и налогообложение: учебник / Н. В. Миляков. - М.: ИНФРА-М, 2011. – 364 с.
15. Осипов, Л. В. Основы коммерческой деятельности: учебник / Л. В. Осипова, И. М. Синаева. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2011. – 268 с.
16. Пелих, А. С. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие для вузов / А. С. Пелиха. – Ростов-н/Д: МарТ, 2012. – 488 с.
17. Прудников, В. М. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: учеб. пособие / В. М. Прудников. - М.: РИОР, 2012. – 248 с.
18. Савицкая, Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: метод. аспекты / Г. В. Савицкая. - М.: ИНФРА-М, 2013. – 682 с.

3 Информационно-справочные и поисковые системы

<http://library/gu-unpk/ru>

<http://e/lanbook.com/>

<http://elibrary.ru/defaultx.asp>

<http://elib.ostu.ru>

4 Периодические издания

Журналы: «Менеджмент в России и за рубежом», «Финансовый менеджмент», «Экономические и гуманитарные науки», «Экономический анализ: теория и практика».