

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н. И. Вавилова»**

**Предпринимательская деятельность
краткий курс лекций**

для бакалавров 3 курса

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Саратов 2016

УДК 658.8

Рецензент:

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Организация производства и управление бизнесом в АПК» ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ» *О.В.Власова*

Предпринимательская деятельность: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» / составитель И.В. Петрова // ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 78с.

Краткий курс лекций по дисциплине «Предпринимательская деятельность» составлен в соответствии с программой дисциплины и предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело».

Краткий курс лекций содержит теоретический материал по основным вопросам предпринимательской деятельности. Направлен на формирование у студентов знаний об основных правилах ведения предпринимательской деятельности, на применение этих знаний для эффективного ведения предпринимательской деятельности, для решения предпринимательских проблем. Материал ориентирован на вопросы профессиональной компетенции будущих специалистов сельского хозяйства.

Составитель Петрова И.В., 2016

Лекция 1.

Сущность предпринимательства как социально-экономического явления.

1. Определение предпринимательской деятельности.

В экономике предпринимательство является особым видом деятельности, направленной на создание и обеспечение функционирования каких-либо предприятий с целью получения прибыли (дохода).

Понимание предпринимательства зародилось еще в условиях феодализма. Первоначально «предпринимателями» назывались лица, которые проявляли инициативу в создании промышленных предприятий (кустарных производств, мануфактур).

Развитие современного предпринимательства тесно связано с более ранними формами купеческого и банковского капитала. В период конца 18 начала 19 веков предпринимателями назывались преимущественно фабриканты, т.е. лица, вкладывающие средства в создание и организацию работы фабрик – крупных предприятий по обработке сырья и изготовлению продуктов машинным способом.

Несмотря на длительную историю становления и развития предпринимательства экономическая теория не дает до сих пор его четких критериев и определений.

Так, в Законе РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» предпринимательской деятельности (предпринимательству) дается следующее определение: **это инициативная, самостоятельная деятельность граждан и их объединений, осуществляемая на свой страх и риск и под свою имущественную ответственность, направленную на получение прибыли.**

Под это определение, в принципе, попадает любая спекулятивная деятельность и даже деятельность незаконных групп.

В отдельных работах предпринимательство неправомерно отождествляется со способностями к предпринимательству. **Предпринимательская способность – способность человека использовать определенное сочетание ресурсов для производства товаров, принимать последовательные решения, создавать новшества и идти на риск.**

Однако подобные определения не помогают уяснить сущность предпринимательства. **Предпринимательство – это не только способность, а прежде всего деятельность, а способность к деятельности ещё не означает саму деятельность.** То есть, предпринимательство – это тип экономической деятельности, но не тип людей.

Предпринимательство часто отождествляется с понятием «бизнес». Хотя оба эти понятия тесно связаны, у них разный смысл. **Бизнес – это не только предпринимательство, но и сделки купли продажи, коммерческое или производственное предпринимательство, политика отдельного предпринимательства или целой фирмы.**

Синонимом слова «бизнес» является коммерция, торговля, отрасль, фирма, деловая активность. Поэтому бизнесменом можно назвать не только владельца какого-либо дела, но и менеджера, нанятого для управления той или иной фирмой.

К предпринимателям близки многие бизнесмены, однако далеко не все бизнесмены фактически являются предпринимателями и не могут претендовать на этот «титул». Бизнесменами можно считать посредников в торговых операциях, банкиров, биржевых посредников, дилеров и т.д.

Предпринимательство является частным и особым видом бизнеса, отличающимся постоянством получения дохода из деятельности учрежденного и работающего предприятия, действующего в рамках закона. Это деятельность, которая связана с вложением средств в целях получения прибыли на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

По своей природе предпринимательство – деятельность, сущность которой составляет менеджмент капитала. Поэтому, предприниматель – это субъект данной деятельности. (при

этом не имеет значения, о каком капитале – экономическом, культурном или символическом – идет речь). Объектом управления в этом случае выступает сам капитал.

Существует ли связь между функцией собственности на капитал и функцией управления им? Обычно жесткой связи между ними нет. Капиталист, т.е. собственник капитала не обязан брать на себя функции по управлению им, также как и управление капиталом, т.е. предпринимательская деятельность, не скована неразрывно с собственностью на капитал. В то же время вполне возможным является сочетание функций капиталиста и предпринимателя в одном лице (Альфред Нобель, Билл Гейтс).

2. Признаки предпринимательской деятельности.

Основными критериями, позволяющими отнести тот или иной вид деятельности к предпринимательству, а конкретное лицо – к предпринимателям, являются:

1. **Управление капиталом с целью получения прибыли;** к предпринимательству не может быть отнесена деятельность, не связанная с управлением экономическим, культурным, символическим и др. капиталом, общественная, благотворительная и др. деятельность, не имеющая целей извлечения прибыли.

2. **Активность субъекта предпринимательской деятельности;** данный критерий исключает пассивные формы получения дохода от собственности на капитал, землю, средства производства.

3. **Систематичность предпринимательской деятельности;** критерий позволяет исключить из рассмотрения в качестве предпринимательства случайные, эпизодические акты, принесшие прибыль их субъекту.

4. **Самостоятельность и ответственность субъекта предпринимательской деятельности;** каждый, становясь предпринимателем, самостоятельно решает все вопросы деятельности своего предприятия.

5. **Инновационность,** т.е. наличие в структуре деятельности организационных, экономических, организационно-экономических, социально-психологических и прочих инноваций, обеспечивающих новое сочетание факторов производства или их элементов.

Тем не менее, не всякий новый мелкий бизнес является предпринимательским. Например, открывая еще один китайский ресторан, хозяйствующий субъект определенно рискует. Но то что он делает, делалось раньше, и притом много раз. Он не создает ни нового источника удовлетворения, ни нового потребительского спроса. Поэтому в этом смысле он не является предпринимателем, даже несмотря на то, что он рискует в своем начинании.

Т.е., чтобы предприятие считалось предпринимательским, оно вдобавок к тому, что оно новое, оно еще должно пытаться создать что-то новое и отличное от уже имеющегося, изменяя и преобразуя ценностные установки.

6. **Следование общепринятым в конкретный исторический момент нормам ведения бизнеса.** Данный критерий позволяет решить проблему отнесения к предпринимательству некоторых пограничных видов деятельности по извлечению прибыли.

7. **Исходно заданная потенциальная рискованность деятельности** в условиях неопределенности среды, не гарантированность предпринимательского дохода. Данный критерий учитывает риск предпринимательской деятельности, который не может быть предотвращен средствами страхования и подобными им.

Таким образом, из семи сформулированных критериев можно вывести следующее определение предпринимательства: **это активная систематическая самостоятельная и ответственная инновационная деятельность по управлению капиталом, направленная на извлечение прибыли, осуществляемая в условиях риска и неопределенности, в рамках общепринятых в конкретной исторической ситуации норм ведения бизнеса.**

3. Место предпринимателей в структуре общества.

Предпринимателями (субъектами предпринимательства) в рамках закона могут выступать граждане страны, признанные дееспособными, граждане иностранных государств и лица без гражданства.

Три общественные группы выступают в качестве основной социальной базы формирования отечественного предпринимательства.

Во-первых, это управленцы разного уровня власти. Управляющие – наиболее влиятельная социальная группа, которая распоряжается материальными и другими ресурсами общества, обладает полезными социальными связями.

Вторая группа – это специалисты. Трудности бюджетного финансирования, невозможность реализовать себя привели их в группу предпринимателей. Однако до 30% занятых в частном секторе работают в нем частично (это их вторая работа) – они предпочитают рассматривать государственный сектор как своеобразную форму страхования.

В-третьих, молодежь, те, кто учатся или не так давно завершили обучение. Большинство из них оценивают предпринимательство как открытый канал социальной мобильности и быстрого достижения хорошего материального положения.

Кроме того, в качестве социальной базы современного предпринимательства выступают и криминальные элементы, чьи первоначальные капиталы получены противоправными действиями.

В структуре предпринимателей можно выделить следующие основные слои: крупные и средние предприниматели (с регулярным использованием наемного труда); мелкие предприниматели (собственники и руководители фирм с минимальным использованием наемного труда или основанных на семейном труде); самостоятельные работники; наемные работники.

Между крупным и мелким бизнесом разница не только в размерах принадлежащих им предприятий, а в их доходности и чувстве уверенности в завтрашнем дне.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое предпринимательская деятельность?
2. Назовите отличия предпринимательства от бизнеса.
3. Укажите признаки предпринимательства: базовые и вторичные.
4. Перечислите группы общества, составляющие базу отечественного предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 2

Виды и формы предпринимательской деятельности.

1. Виды предпринимательской деятельности.

Все многообразие предпринимательской деятельности может быть классифицировано по различным признакам: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым формам, степени использования наемного труда и прочим.

По виду или назначению предпринимательскую деятельность делят на **производственную, коммерческую, финансовую, консультативную, инженерное предпринимательство.**

К производственной предпринимательской деятельности относится деятельность, в условиях которой предприниматель непосредственным образом осуществляет производство продукции, товаров, работ, услуг, информации, подлежащих последующей реализации потребителям (покупателям). При этом функция производства является для предпринимателя основной, определяющей, тогда как другие сопровождающие производство функции (например, сбыт продукции) играют вторичную роль.

Коммерческое предпринимательство характеризуется тем, что определяющую роль в нем играют товарно-денежные, торгово-обменные операции. Суть этого вида предпринимательства представляют операции и сделки по купле-продаже, то есть перепродажи товаров и услуг.

К числу особых видов коммерческого предпринимательства относится **финансовое (финансово-кредитное)**, где объектом купли-продажи является весьма специфический товар – деньги, валюта, ценные бумаги. Предприниматель может выступать в роли производителя ценных бумаг, когда он официально в юридически оформленном порядке «выпускает», а точнее, осуществляет эмиссию таких ценных бумаг, как собственные акции, облигации, кредитные билеты, векселя. Эти ценные бумаги предприниматель продает, размещает при определенных условиях и обязательствах в качестве «финансового товара», в чем и заключена суть его предпринимательской деятельности.

Более типичный вид финансовой сделки состоит в том, что предприниматель сам выступает в роли первичного покупателя. Покупая деньги, валюту, ценные бумаги, а затем продавая их другому покупателю по более высокой цене, предприниматель получает выгоду (доход, прибыль).

2. Формы предпринимательской деятельности.

По формам собственности имущество предприятия может быть частным, государственным, муниципальным. При этом государство не вправе устанавливать ограничения или преимущества в осуществлении прав собственности в зависимости от нахождения имущества в частной, государственной, муниципальной собственности или собственности общественных объединений (организаций). Частное предприятие основано на собственности граждан. Государственное предприятие учреждается органами государственной власти. Муниципальное предприятие учреждается местными органами власти.

По формам собственников предпринимательская деятельность может быть индивидуальной и коллективной. При индивидуальном предпринимательстве собственность принадлежит одному физическому лицу. Коллективная собственность – это собственность, принадлежащая одновременно нескольким субъектам, с определением долей каждого из них (долевая стоимость) или без определения людей (совместная собственность). Владение

пользование и распоряжение имуществом, находящегося в коллективной собственности, осуществляется по соглашению всех собственников.

Предпринимательская деятельность в России может осуществляться в различных организационно-правовых формах, определенных ГК РФ вступил в силу: 1 часть - в (январе 1995г., 2- в марте 1996года).

Выбор формы зависит от размеров первоначального капитала, масштабов предполагаемой деятельности, возможностей установления партнерских отношений с другими предпринимателями, особенности налогообложения и многих других обстоятельств.

В соответствии с ГК РФ предпринимательской деятельностью могут заниматься как физические, так и юридические лица.

Физическое лицо – это гражданин, который занимается предпринимательской деятельностью единолично, не принимая статуса юридического лица. Право кредиторской деятельности наступает с момента государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя (ИП). Он несет ответственность по своим обязательствам всем своим имуществом (за исключением того, на которое в соответствии с законом не должно быть обращено взыскание). ИП, который не в состоянии удовлетворить требования кредиторов, связанные с осуществлением им кредиторской деятельности, должен быть признан несостоятельным (банкротом) по решению суда. В целом к предпринимательской деятельности, осуществляемой без образования юридического лица, применяются правила регулирующие деятельность юридических лиц.

Таким образом, индивидуальные формы без образования юридического лица относятся к инициативному предпринимательству. Капитал предпринимателя не выделяется из его личного имущества, и риск распространяется на все его состояние.

В целом, индивидуальное предпринимательство при всех его достоинствах и значении для общественно-экономической жизни, занимает незначительное место в производственном секторе. Оно базируется главным образом на ручном труде и малопродуктивных средствах и в недостаточной степени использует научно-технический прогресс.

Те граждане, которых привлекает самостоятельность и независимость от непосредственных начальников и партнеров, могут зарегистрироваться в качестве ИП. Однако, как правило, крупные участники рынка имеют статус юридических лиц.

Согласно ГК РФ **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, также юридические лица должны иметь собственный баланс и смету.

Юридические лица подлежат государственной регистрации и действуют на основании Устава, либо учредительного договора и Устава, либо только учредительного договора.

Вопросы для самоконтроля:

1. Дайте определение производственного предпринимательства.
2. Дайте определение коммерческого (торгового) предпринимательства.
3. Дайте определение финансового предпринимательства.
4. Кем учреждается государственное предприятие?
5. Дайте признаки юридического лица.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6

2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.**, Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.**, Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 3. Организационно-правовые формы предпринимательства.

1. Хозяйственные товарищества.

Поскольку предпринимательская деятельность направлена главным образом на достижение хороших финансовых результатов, то в дальнейшем речь пойдет о коммерческих организациях. В рыночной экономике наиболее распространенной формой предпринимательства являются хозяйственные товарищества и общества, поэтому именно они открывают перечень коммерческих организаций, установленный новым ГК.

Согласно ГК хозяйственными **товариществами** и **обществами** признаются коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Единственными и единственными собственниками имущества, созданного за счет этих вкладов, а также произведенного и приобретенного в процессе производственно-хозяйственной деятельности, становятся сами юридические лица.

Никакой «долевой собственности» здесь не возникает. Взамен отчуждения части своего имущества в собственность товариществ или обществ их участники получают права требования: части прибыли коммерческой организации (дивиденда), участия в управлении делами и получения необходимой для этого информации, возврата в случае ликвидации организации части имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами.

Как в обществах, так и в товариществах одновременно могут участвовать как физические, так и юридические лица (в любых сочетаниях).

Хозяйственные товарищества и общества близки по своей организационно-правовой форме хозяйствования, что дает возможность преобразования одного вида в другой. Но имеются и существенные различия. Так новый ГК четко разделил товарищества как объединения лиц, требующие непосредственного (личного) участия учредителей в их деятельности, и общества как объединения капиталов (имущества), не требующие такого участия, но предполагающие силу этого обстоятельства наличия специальных органов управления, предусмотренных уставом. Соответственно этому для товариществ не требуется наличия Устава как учредительного документа (достаточно учредительного договора), а их складочный капитал не требует достижения какого-либо минимального размера, поскольку участники товарищества обычно несут и дополнительную ответственность по долгам товарищества иным своим имуществом. Для обществ же необходим Устав, а их уставной капитал должен быть не менее определенного специальными законами минимума, поскольку участники обществ не отвечают по их долгам, а несут лишь риск утраты своих вкладов. В товариществах, участники которых должны заниматься предпринимательской деятельностью, могут участвовать лишь индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Общества могут быть созданы одним лицом, товарищества – нет. Кодексом подробно определен статус товариществ, в нем исчерпывающим образом освещены все вопросы их создания и регулирования, в то же время для обществ установлены лишь общие правила, детализация которых предполагается в специальных законах об акционерных обществах и обществах с ограниченной ответственностью.

В соответствии с ГК хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (иначе командитного, т.е. смешанного товарищества). Кроме того, в ГК РФ предусмотрено простое товарищество, образуемое по договору нескольких лиц о совместной деятельности, в соответствии с которым они соединяют свои вклады и ведут свои дела без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иных целей.

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

Полное товарищество создается и действует на основании учредительного договора, который должен быть подписан всеми его участниками. Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников.

Учредительным договором товарищества могут быть предусмотрены случаи, когда решение принимается большинством голосов участников. Каждый участник полного товарищества имеет один голос, если учредительным договором не предусмотрен иной порядок определения количества голосов его участников.

Каждый участник полного товарищества вправе действовать от имени товарищества, если учредительным договором не установлено, что все его участники ведут дела совместно, либо ведение дел поручено отдельным участникам. При совместном ведении дел товарищества его участниками для совершения каждой сделки требуется согласие всех участников товарищества. Если ведение дел товарищества поручено вести одному или нескольким членам, то остальные члены для совершения сделки от имени товарищества должны иметь доверенность от участника, на которого возложено ведение дел товарищества.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено учредительным договором или иным соглашением участников.

Участники полного товарищества несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Субсидиарная ответственность означает дополнительную ответственность всех «товарищей» пропорционально размеру их вклада. Так, если имущества товарищества недостаточно для погашения долгов, «товарищи» отвечают лично принадлежащим им имуществом, пропорционально сделанным в организацию товарищества вкладам. Возможность столь высокой ответственности одного участника за действия другого требует установления между ними тесных, лично-доверительных отношений, исчезновение которых, как правило влечет и прекращение деятельности самого товарищества. Поэтому обычно такое товарищество основывается близкими родственниками и становится формой семейного предпринимательства.

Характерной особенностью полного товарищества является также то. Что действия от имени товарищества любого из его участников признаются деятельностью самого товарищества как юридического лица.

Преимущества полного товариществасвязаны с простотой организации, поскольку отсутствие в нем специальных органов управления не требует разработки устава, а все вопросы функционирования товарищества решаются в его учредительном договоре. Управление делами осуществляется по общему согласию всех участников, а принятие на себя полными товарищами неограниченной ответственности по долгам товарищества свидетельствует о серьезности и открытости их коммерческих намерений, что существенно повышает их репутацию в глазах контрагентов (одной из сторон договора), а, следовательно, и кредитоспособность.

С другой стороны, **строгая ответственность** участников по долгам товарищества может рассматриваться и как **недостаток** данной формы предпринимательства, сдерживающий ее развитие. В российской практике такие формы встречаются нечасто, и их неразвитость в нашей современной экономике свидетельствует о неуверенности самих предпринимателей в своем деле либо о его возможной коммерческой несостоятельности.

К другим **недостаткам** полного товарищества могут быть отнесены: **невозможность** выпуска акций и облигаций для привлечения дополнительного капитала; **необходимость** особых доверительных отношений между полными товарищами.

Товарищество на вере (коммандитное товарищество) отличается от полного товарищества тем, что в нем наряду с полными товарищами в формировании складочного капитала принимают участие так называемые **участники-вкладчики (коммандитисты)**, которые, не участвуя в предпринимательской деятельности, лишь делают вклады в имущество товарищества, получают прибыль и несут риск убытков только в пределах сумм

сделанного вклада. Разный уровень ответственности влечет и разграничение прав этих двух категорий лиц на ведение такого товарищества. Вкладчики отстранены от управления делами товарищества, не вправе выступать от своего имени, оспаривать действия полных товарищей и могут лишь требовать предоставления необходимой коммерческой информации и рассчитывать на первоочередное получение вкладов из имущества ликвидируемого товарищества после удовлетворения интересов кредиторов.

Поэтому всеми делами такого товарищества управляют полные товарищи, а командитисты вынуждены им верить, доверять. Отсюда и происходит традиционное российское название такой организации – товарищество на вере.

Товарищества на вере имеют в основном те же преимущества и недостатки, что и полные товарищества. Дополнительным преимуществом первых является то, для привлечения дополнительных средств они могут использовать капитал сторонних лиц (вкладчиков), заинтересованных в выгодном помещении своих свободных денежных средств. Полные же товарищества такой возможности не имеют. Вклад может быть сделан не только в денежной форме, но и в виде предоставления помещения, транспортных средств или иным образом. Рассматриваемая форма расширяет экономическую базу товарищества; позволяет аккумулировать средства для крупных предпринимательских действий.

Участниками полных товариществ и полными товарищами в товариществах на вере могут быть только индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации, причем каждый из них может состоять только в одном товариществе. Это связано с тем, что они должны участвовать в производственно-хозяйственной деятельности конкретной организации и отвечать при необходимости своим имуществом именно по ее обязательствам. Имя (наименование) хотя бы одного полного товарища должно содержаться в фирменном наименовании товарищества.

2. Хозяйственные общества.

Хозяйственные общества представляют собой более сложную организацию предпринимательства, связанную с ограничением или даже исключением личной ответственности участников по долгам общества. Поэтому в законодательстве предусмотрено требование об обязательном минимальном уставном капитале общества. Если же в ходе деятельности стоимость чистых активов общества оказывается менее уставного капитала, оно обязано либо перерегистрировать уменьшение этого капитала, либо вообще прекратить деятельность, и, во всяком случае, не вправе распределять доходы между участниками, так как это ущемляет интересы его кредиторов.

Участниками хозяйственных обществ, как и вкладчиками в товариществах на вере, могут быть не только предприниматели, но и любые граждане и юридические лица. Поскольку общества как объединения капиталов не предполагают обязательного участия всех членов в их деятельности, возникает необходимость в создании специальных органов общества и всей структуры управления им, что фиксируется в утверждаемом учредителями уставе. В качестве учредителя общества выступить и одно лицо, что не имеет смысла для товариществ, где обязательным документом для регистрации служит учредительный договор, подписываемый всеми полными товарищами.

Хозяйственные общества могут создаваться в форме общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью либо акционерного общества.

Обществом с ограниченной ответственностью (ООО) признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на вклады участников, которые не несут ответственности по долгам общества своим имуществом, а лишь рискуют утратить свои вклады. Высшим органом ООО является общее собрание его участников. Число участников такого общества не должно превышать предела,

установленного законом об этой форме предпринимательства¹ (не более 50). Участник вправе в любое время выйти из общества и потребовать возвращения ему его доли в уставном капитале в стоимостном или натуральном виде, а остальные участники пользуются преимущественным правом приобретения этой доли. Размер уставного капитала ООО должен быть не менее стократной величины МРОТ.

Преимуществами ООО являются следующие моменты:

1. ООО может быть создано одним лицом.
2. Его члены несут ограниченную ответственность по долгам общества. С точки зрения кредиторов это может рассматриваться и как недостаток данной формы предпринимательства.
3. При продаже доли участника другие участники ООО имеют преимущественное право ее выкупа. Это позволяет сохранять уставный капитал среди лиц, учредивших ООО.
4. Закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» меньше регламентирует деятельность ООО, чем закон «Об акционерных обществах» - деятельность АО. Это позволяет более гибко подходить к созданию управленческой структуры организации.
5. Доли участников ООО закрепляются в уставе и не требуют сложной процедуры оформления в виде приобретения акций.

К отрицательным особенностям ООО (кроме отмеченной выше) можно отнести следующие:

- при выходе из общества участник вправе потребовать выделения доли из активов юридического лица, пропорционально его доле в уставном капитале. Это влечет опасность нарушения производственной структуры и финансовой стабильности общества, если доля в уставном капитале выходящего участника существенна;
- установление законом жестких требований к сумме уставного капитала.

Общество с дополнительной ответственностью, по сути, является разновидностью ООО с распространением на него всех общих правил такого общества. Однако ответственность участников общества с дополнительной ответственностью значительно расширена - они солидарно несут субсидиарную (дополнительную) ответственность по долгам общества. Но размер их ответственности (в отличие от полных товарищей) ограничен, и касается не всего их личного имущества, а лишь его части – в одинаковом для всех кратном размере к стоимости внесенных ими вкладов в уставной капитал (например, трех- или пятикратном – как это зафиксировано в учредительных документах). При банкротстве одного их участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам. Понятно, что на создание таких обществ предприниматели идут неохотно. В остальном такое общество ничем существенно не отличается от ООО, а их преимущества и недостатки во многом совпадают.

Рассмотренные выше организационно-правовые формы предпринимательства используются преимущественно небольшими по размеру предприятиями. Крупные же масштабы производства требуют иных способов привлечения капиталов и их использования, таких, которые обеспечивали бы стабильное функционирование предприятия. Подобная задача предполагает создание акционерного общества.

В ходе реализации программы приватизации акционерные общества (АО) получили, пожалуй, наибольшее распространение. Только в Санкт-Петербурге их было создано свыше 800, при этом не всегда учитывалось, что данная конструкция, выработанная коммерческой практикой для централизации капитала, была и остается формой крупного бизнеса. Иногда в АО преобразовывались совсем небольшие хозяйства, что дискредитировало саму идею акционирования. Мировой опыт свидетельствует об эффективности такой формы предпринимательства в решении крупных технических, организационных, транспортных и других производственных проблем. На долю АО в развитых странах приходится 30-40% производственных фондов, в США в них создается свыше 80% валового национального

¹ Закон РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998г.(в ред. От 31.12.98).

продукта. Акционирование компании – это, по существу, продажа компании определенному кругу владельцев (акционеров). Акционирование в современной России – это не только форма разгосударствления собственности. Любой предприниматель, любая фирма в рыночной экономике постоянно нуждается в капитале. Акции позволяют аккумулировать свободные денежные средства граждан и юридических лиц, использовать их в качестве инвестиций, демократизировать процесс управления. Кроме того, свободное приобретение и отчуждение акций на фондовых биржах создает возможность быстрого перелива большого капитала из одной сферы деятельности в другую в соответствии со складывающейся рыночной конъюнктурой, а в известной мере – и с целями развития отраслей народного хозяйства. При других же формах организации предпринимательства это невозможно.

Вместе с тем, как показывает практика, существует и большая опасность злоупотреблений, возможных при этой организационно-правовой форме. Руководители АО при наличии множества мелких акционеров, обычно некомпетентных в предпринимательстве и заинтересованных лишь в получении дивидендов, имеют почти бесконтрольные возможности распоряжения громадными чужими капиталами. Поэтому эффективное функционирование АО, как свидетельствует вся мировая практика, возможно лишь в условиях развитого и продуманного акционерного законодательства.

Порядок создания и правовое положение АО, права и обязанности акционеров регламентируются Законом Российской Федерации «Об акционерных обществах», введенным в действие с 1 января 1996г. (в ред. от 21.03.2002). Новый закон имеет большое значение для дальнейшего развития акционерной формы хозяйствования и выгодно отличается от предшествующих нормативных документов, регламентировавших деятельность АО, поскольку:

- разработан с учетом критического анализа предшествующего опыта их работы и устранения многих негативных положений, которые мешали дальнейшему развитию данной формы хозяйствования;

- подготовлен на основе ГК РФ и многие положения последнего, касающиеся АО, в законе конкретизированы и получили дальнейшее развитие. Появление этого более совершенного документа можно считать хорошей предпосылкой для повышения эффективности функционирования АО.

В соответствии с данным законом акционерным обществом признается коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу. Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций – и в этом сходство АО с ООО. Принципиальным же отличием АО от ООО является то, что выход из АО возможен только путем продажи или иной передаче права собственности на акции, при этом акционер получает устраивающую его сумму денег или иное имущество от нового владельца акций, а не от общества. При выходе из общества он, как правило, не может написать заявление с требованием выплаты ему обществом стоимости его вклада (акций), что вправе осуществить участник ООО. Поэтому АО исторически возникло как более устойчивая форма организации, финансовое и имущественное положение которой независимо от волеизъявления отдельных акционеров и имущество которой нельзя «растачивать» посредством выхода акционеров из общества.

Правда, для защиты прав акционеров законом предусмотрен выкуп акций по требованию участников, не согласных с реорганизацией общества, изменением устава или совершением особо крупной сделки, могущей ущемить их интересы. Выкуп акций осуществляется по их рыночной стоимости, и на это может быть направлено до 10% стоимости чистых активов общества.

Есть еще одна положительная особенность АО: необходимо проведение ежегодных общих собраний акционеров, на которых представляется подробный отчет о деятельности АО за прошедший год. Это делает управление обществом более прозрачным.

Отличие АО от ООО – и в организации уставного капитала. В уставном капитале АО имеется полное равенство долей и обязательное их оформление акциями.

Учредительным документом АО является его устав, а в роли учредителя выступают граждане и (или) юридические лица, причем общество может быть создано одним лицом и состоять из одного лица.

У АО имеются и отрицательные особенности:

- разделение уставного капитала АО на акции влечет необходимость проведения достаточно сложной процедуры регистрации выпуска акций в Федеральной комиссии по ценным бумагам;

- АО обязано вести реестр акционеров, где регистрируются все действия с акциями, а также начисление и выплата дивидендов;

- в связи с более сложной структурой управление обществом не всегда достаточно оперативно. Необходимость принятия решения по некоторым вопросам общим собранием акционеров сильно замедляет их разрешение.

АО может быть открытым или закрытым, что отражается в его уставе. Открытое АО проводит без ограничений подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу, а его участники могут отчуждать свои акции без согласия акционеров. Согласно ГК Открытое АО обязано ежегодно публиковать для всеобщего обозрения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков, что дает возможность акционерам знакомиться с деятельностью АО и контролировать ее. Как уже отмечалось, именно преобразование государственных предприятий в открытые АО стало приоритетным направлением приватизации в России.

Положительные моменты ОАО:

- максимальное число участников ОАО не ограничено;

- возможны дополнительные выпуски акций для увеличения оборотных средств общества. Это позволяет привлечь значительные финансовые средства, расплывенные среди мелких акционеров.

Организационные особенности:

- минимальный уставной капитал – 1000 МРОТ;

- акционеры ОАО имеют право продать свои акции любым лицам без согласия других акционеров.

Закрытое АО отличается тем, что его акции распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на свои акции, либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц, привлекая тем самым сторонние капиталы, а его участники имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими акционерами. Число учредителей и число акционеров закрытого АО по закону не должно превышать пятидесяти. В противном случае общество подлежит преобразованию в открытое АО в течение года; при невыполнении же этого условия оно может быть ликвидировано в судебном порядке.

Для закрытых АО обнародование сведений о своей деятельности не предполагается.

Положительные моменты ЗАО:

- акционеры ЗАО имеют преимущественное право на выкуп акций у акционера, выходящего из общества;

- подписка на акции в случае их дополнительного выхода закрытая, т.е. только среди его акционеров и иного, заранее определенного круга лиц.

Организационные особенности ЗАО:

- максимальное количество участников ЗАО- 50 физических и юридических лиц;

- минимальный уставной капитал – 100 МРОТ.

Данная организационно-правовая форма предпринимательской деятельности широко распространена в мире, в частности, более 95% американских компаний являются закрытыми.

Уставный капитал ЗАО составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами, причем номинальная стоимость всех обыкновенных акций должна быть одинакова. Для гарантий интересов кредиторов законом установлено, что минимальный уставной капитал открытого АО должен составлять не менее тысячекратной суммы минимального размера оплаты труда, а закрытого АО – не менее стократной суммы этого размера на дату регистрации общества.

Акция – это ценная бумага, свидетельствующая о внесении ее владельцем определенной суммы денег в капитал АО и дающая право на получение ежегодного дохода – дивиденда из прибылей указанного общества. Все акции общества являются именными. Наряду с обыкновенными (или простыми) общество вправе размещать один или несколько типов привилегированных акций. При этом номинальная стоимость последних не должна превышать 25% от уставного капитала общества. Владельцы привилегированных акций не имеют, как правило, права голоса на общем собрании акционеров, но зато независимо от результатов работы АО получают заранее установленный фиксированный дивиденд, определяемый в твердой денежной сумме или в процентах к номинальной стоимости привилегированных акций. Кроме того, эти акции дают преимущества их держателям при распределении стоимости имущества в случае ликвидации общества (первоочередность выплат). Владельцы привилегированных акций получают право голоса на собрании, если решаются вопросы о реорганизации или ликвидации общества, а также в случае неполной выплаты дивидендов по их акциям.

Обыкновенные акции наделяют владельца полномочиями при решении вопросов на собрании акционеров и дают ему число голосов, соответствующее числу его акций.

Акция как оборотная ценная бумага выпускается без ограничения сроков обращения, а не на какой-то заранее оговоренный период. Жизнь акции обрывается лишь с прекращением деятельности АО.

Наряду с акциями АО вправе в соответствии с его уставом выпускать и размещать облигации и иные эмиссионные ценные бумаги в качестве одного из способов привлечения дополнительного заемного капитала.

Облигация – это долговое обязательство общества в виде ценной бумаги, удостоверяющей право ее владельца требовать погашения облигации (выплаты номинальной стоимости) с процентами в установленные сроки. Таким образом, обладатели облигаций – только кредиторы общества, не имеющие, в отличие от акционеров, возможности им управлять и контролировать его деятельность. Облигации могут быть именными или на предъявителя, при этом в первом случае обществом ведется специальный реестр их владельцев.

Эмиссия облигаций, в отличие от выпуска акций, не приводит к увеличению уставного капитала АО. Номинальная стоимость всех выпущенных обществом облигаций не должна превышать размер полностью оплаченного уставного капитала либо величину обеспечения, предоставленного обществу третьими лицами для этих целей. Выпуск облигаций без обеспечения допускается не ранее третьего года существования общества и при условии надлежащего утверждения к этому времени двух годовых балансов. Погашение облигаций может осуществляться в денежной форме или иным имуществом в соответствии с решением об их выпуске. Для дополнительной защиты интересов владельцев облигаций в обществе создается резервный фонд в размере не менее 15% его уставного капитала. Этот фонд предназначен для погашения облигаций АО, покрытия его убытков и выкупа акций в случае отсутствия иных средств.

Высшим органом управления АО является общее собрание акционеров, к исключительной компетенции которого относится изменение устава и уставного капитала, избрание членов совета директоров и ревизионной комиссии, утверждение годовых результатов деятельности и распределение прибылей и убытков, дробление и консолидация акций, заключение особо крупных сделок, участие в холдинговых компаниях, финансово-промышленных группах и иных объединениях коммерческих организаций, реорганизация и

ликвидация общества и некоторые другие вопросы, наиболее существенные и важные для его успешного функционирования. Общество ежегодно обязано проводить общее (годовое) собрание акционеров независимо от других собраний.

Решающее слово в управлении АО имеют владельцы крупных пакетов акций, а обладатель более половины акций имеет в своем распоряжении контрольный пакет. На практике в силу распыленности массы акций среди мелких держателей, которые не участвуют в собраниях акционеров и не управляют делами, достаточно в ряде случаев иметь намного меньшую долю акций (до 20%, а порой даже и 10%) для практически полного контроля над АО. В последнее время руководители некоторых предприятий намеренно ведут управление таким образом, чтобы поставить предприятие почти на грань банкротства, выкупить за бесценок у работников принадлежащие им акции, а затем, уже став полноценным хозяином, начать более эффективно распоряжаться имуществом такого АО.

АО ликвидируется добровольно на основании решения общего собрания, например, на по истечении срока, на который оно было создано, или при достижении конкретной поставленной цели, а также по решению суда в случае неплатежеспособности или нарушения действующего законодательства. АО может быть реорганизовано путем слияния, присоединения, разделения, выделения и преобразования.

По мнению многих специалистов, это является позитивным моментом, т.к. до этого генеральные директора имели, по сути, неограниченные права и зачастую злоупотребляли этим положением в своей деятельности.

Гражданским кодексом (впервые в России) введено понятие дочерних и зависимых обществ. Хозяйственное общество признается дочерним, если другое (основное) хозяйственное общество или товарищество, в силу преобладающего участия в его уставном капитале либо в соответствии с заключенным между ними договором, либо иным образом имеет возможность определять решения, принимаемые таким обществом. Дочернее общество не отвечает по долгам основного общества (товарищества). В то же время основное общество (товарищество) отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение его указаний.

Хозяйственное общество признается зависимым, если другое (преобладающее) общество имеет более 20% голосующих акций зависимого АО или двадцати процентов уставного капитала общества с ограниченной ответственностью. Хозяйственное общество (преобладающее) обязано незамедлительно публиковать сведения о приобретении более 20% акций зависимого общества.

3. Производственные кооперативы.

Согласно ГК производственный кооператив - это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Учредительным документом – уставом- может быть предусмотрено участие в деятельности кооператива юридических лиц. Число членов кооператива не должно быть менее пяти. Члены производственного кооператива несут по его обязательствам субсидиарную (дополнительную) ответственность в размерах и порядке, предусмотренном законом о производственных кооперативах и уставом (хотя и не всем своим имуществом, а в заранее определенном уставом размере – обычно, кратном по отношению к паевому взносу члена).

Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Для кооперативов, традиционно называвшихся в российском праве артелями, характерно личное трудовое участие в них членов-пайщиков, в роли которых обычно выступают не являющиеся профессиональными предпринимателями обычные граждане. При этом участие в управлении делами

кооператива (при принятии решений его высшим органом управления – общим собранием членов кооператива) строится по принципу «один пайщик – один голос», а распределение получаемых доходов происходит с обязательным учетом характера и степени их трудового вклада, а не только и не столько их имущественного вклада (пая). Отсюда и термин «артель». В таком же порядке распределяется имущество, оставшееся после ликвидации кооператива и удовлетворения требований его кредиторов. Это четко отличает кооператив от обществ и товариществ.

К важным преимуществам данной организационно-правовой формы хозяйствования относится распределение прибыли кооператива в соответствии с трудовым участием его членов, что материально заинтересовывает их в более добросовестном отношении к своему труду. Другим преимуществом кооператива является предоставление всем членам равных прав в управлении кооперативом, не зависящих от размера имущественного вклада. Для укрепления материальной базы кооперативов ГК допустил ограниченное участие в них юридических и физических лиц – вкладчиков, не участвующих личным трудом в деятельности артели, но принимающих значительно материальное участие в образовании ее имущества и получающих благодаря этому известный доход (так называемые «финансовые участники»). Они не могут оказывать решающего влияния на управление делами кооператива, независимо от размера имущественного вклада, поскольку, как и другие члены, обладают одним голосом каждый.

К недостаткам кооператива относится регламентирование минимального числа его членов, которое не может быть менее пяти, что существенно ограничивает возможности создания подобных организаций.

Кооператив, как правило, небольшое предприятие, в котором каждый его член является одновременно работником и хозяином (собственником), принимающим активное участие в управлении. Производственные кооперативы, в которых социально значим прежде всего человек, а не капитал, нужны экономике России, так как способны решать многие весьма болезненные проблемы нашего общества, такие, например, как сохранение и создание дополнительных рабочих мест при относительно небольших затратах, в том числе для наименее защищенных слоев населения, расширение ассортимента, увеличение объема и повышение качества отечественных товаров, работ, услуг, быстрое освоение новых технологий, широкое использование местных кадровых, сырьевых и производственных ресурсов и т.п.

4. Унитарные предприятия.

Сегодня ряд организаций продолжает оставаться в государственной или муниципальной собственности. В рыночной экономике им предстоит занять место равноправного субъекта в совокупности различных форм хозяйствования, действующих на коммерческих принципах. В ГК для государственных и муниципальных предприятий предусмотрена форма унитарного предприятия. «Унитарный» означает единый, не разделенный на части. Согласно ГК, **унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.** Это означает, что данное имущество является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками унитарного предприятия. В этом основное отличие унитарного предприятия от хозяйственных обществ, товариществ и производственных кооперативов.

Унитарные предприятия имеют особый имущественный статус, согласно которому право собственности сохраняется за учредителем (т.е. государством), а имущество закрепляется за унитарным предприятием лишь на ограниченном вещном праве (на праве хозяйственного ведения либо на праве оперативного управления).

Существенной особенностью, отличающей унитарное предприятие от других коммерческих организаций, является управление таким предприятием. Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не несет ответственности по обязательствам собственника имущества.

Как уже было сказано, унитарные предприятия подразделяются на две категории в зависимости от прав, предоставляемых учредителем:

1). унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения, - федеральное государственное предприятие и государственное предприятие субъекта РФ, муниципальное предприятие;

2). унитарные предприятия, основанные на праве оперативного управления, - федеральное казенное предприятие, казенное предприятие субъекта РФ, муниципальное казенное предприятие (2).

Такие особые разновидности прав, не известные странам с классической рыночной экономикой, призваны оформить имущественную базу для самостоятельного участия в гражданских правоотношениях юридических лиц – несобственников.

В соответствии с ГК РФ право хозяйственного ведения – это право государственного или муниципального унитарного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом собственника в пределах, установленных законом или иными правовыми актами.

Право оперативного управления в соответствии с ГК РФ представляет собой право учреждения или казенного предприятия владеть, пользоваться и распоряжаться закрепленным за ним имуществом собственника в пределах, установленных законом, в соответствии с целями его деятельности, заданиями собственника и назначением имущества.

Различие прав хозяйственного ведения и оперативного управления состоит в содержании и объеме полномочий, которые предприятия получают от собственника на закрепленное за ними имущество. Право хозяйственного ведения шире права оперативного управления, т.е. предприятие, функционирующее на основе права хозяйственного ведения, имеет большую самостоятельность в управлении, чем предприятие, основанное на праве оперативного управления.

Небольшое количество предприятий (типа объединения «Гознак» или стратегически важного оборонного завода), находящихся в федеральной собственности, может по решению Правительства России быть преобразовано в федеральное казенное предприятие. Это означает, что такое предприятие получает на закрепленное за ним имущество еще более узкое, ограниченное по содержанию, в сравнении с правом хозяйственного ведения право оперативного управления, тождественное праву бюджетных учреждений. Таким образом, казенное предприятие полностью контролируется государством – собственником, хотя и выступает в имущественном обороте как самостоятельный участник. Причем РФ принимает на себя дополнительную (субсидиарную) ответственность по долгам казенного предприятия при недостаточности его имущества, из чего вытекает, что предприятие данной категории в принципе не может быть банкротом. В казенном предприятии уставный фонд не формируется.

Государственное предпринимательство довольно широко представлено в странах с рыночной экономикой, прежде всего в отраслях, имеющих особо важное значение для экономики страны, либо в отраслях, требующих больших капитальных вложений, и в которых предприятия других форм собственности не могут обеспечить для себя достаточную норму прибыли для расширенного воспроизводства. Опыт таких стран позволяет утверждать, что государственные предприятия могут эффективно использоваться в системе государственного предпринимательства. Государственная собственность, создавая объективную возможность концентрации всех видов ресурсов в государственном масштабе, позволяет ускорить решение задач на микроуровне. В то же время, как свидетельствует мировой опыт, эффективность государственных предприятий в целом несколько ниже, чем в частном секторе.

К недостаткам государственных предприятий обычно относят: меньшую мотивацию к труду; большой разрыв интересов менеджеров и собственников; меньшую гибкость,

невосприимчивость к запросам потребителя; зависимость от ведомств в определении стратегии деятельности, в выборе руководителя и др.

Вопросы для самоконтроля:

- 1) Назовите отличия полного товарищества от командитного.
- 2) Определите характерные особенности закрытого акционерного общества.
- 3) Кому принадлежит право собственности на имущество унитарного предприятия?
- 4) Дайте определение понятиям – «акция», «облигация».
- 5) Какие виды акций вы знаете?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг СЗ8 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 4.

Среда функционирования предпринимательской деятельности.

1. Элементы предпринимательской среды.

Осуществление предпринимательской деятельности на эффективном уровне возможно лишь при наличии определенной общественной ситуации – **предпринимательской среды**.

Под предпринимательской средой понимается прежде всего рынок, рыночная система отношений, личная свобода предпринимателей, его личная независимость, позволяющая принять такое предпринимательское решение, которое с его точки зрения, будет более эффективным, действенным и максимально прибыльным.

Среда и предпринимательство две стороны активно взаимодействующие друг с другом, побуждая к изменению и развитию.

Предприниматель – это не обычный покупатель или продавец на рынке, не просто фирма. Последние скорее приспосабливаются к окружающей среде, делая свой индивидуальный выбор. **Предприниматель, наоборот, активен по отношению к среде. Предприниматель преобразует среду, она становится для него объектом деятельности. Он формирует новую среду, реализуя новаторский характер своей деятельности.**

Но, следует отметить одну важную особенность – предприниматель преобразует среду на базе тех тенденций и возможностей, которые в ней явно или неявно присутствуют.

Можно выделить 7 основных элементов среды предпринимательства:

1. **Экономическая обстановка.** Обуславливает большие или меньшие объемы денежных средств, которые могут истратить покупатели, она также определяет виды приобретаемых ими товаров и ту сумму, которую они готовы уплатить. Равным образом экономическая обстановка определяет наличие свободных рабочих мест и, следовательно, избыток или недостаток рабочей силы, что влияет на уровень заработной платы работника при заключении трудового соглашения. Экономическая обстановка определяет наличие и доступность денежных ресурсов и отсюда – доходы на инвестированный капитал или займы.

2. **Политическая ситуация.** Оказывает влияние на экономическую обстановку. В определенной степени способы управления экономикой есть результат политических целей и задач находящегося у власти правительства.

3. **Правовая среда.** Участники предпринимательства действуют в рамках соответствующей правовой среды. Виды законов, которые принимаются, могут явиться следствием политической обстановки и давления лоббистов.

4. **Социально-культурная среда.** Определяет товары, которые люди стремятся покупать, в частности, отвечающие определенным вкусам и моде. Нравственные и религиозные нормы, зависящие от социально-культурной среды, могут оказывать прямое влияние на образ жизни потребителя и посредством этого на его спрос, на товары.

5. **Технологическая среда.** Отражает уровень научно-технического развития, который воздействует на предпринимательство.

6. **Физическая, или географическая среда.** Характеризует природные условия, в которых осуществляется предпринимательство. Здесь имеются в виду доступность сырья, энергоресурсов, климатические, сезонные условия, а также наличие автомобильных магистралей, железных дорог, морских и воздушных путей сообщения.

7. **Институциональная, организационно-техническая среда.** Характеризуется наличием и разнообразием институтов, с помощью которых предприниматель может устанавливать деловые взаимоотношения или вести коммерческие операции (например, банки, учебные заведения, рекламные агентства, фирмы по трудоустройству, транспортные агентства).

Предприниматель объединяет функции собственника, новатора и менеджера.

В отличие от менеджера предприниматель, реализуя функции собственника, может самостоятельно изменять условия хозяйствования, единолично принимать решения и несет ответственность за их последствия.

В отличие от изобретателя и научного работника предприниматель не всегда является создателем новых комбинаций, но его деятельность всегда связана с претворением новых идей в жизнь.

В отличие от собственника инвестиционных ресурсов предприниматель чаще всего обладает необходимыми знаниями и мотивацией для того, чтобы управлять экономическими ресурсами. В то же время, используя собственные ресурсы, предприниматель берет на себя риск, по своему содержанию являющийся риском собственника.

Однако, согласно классической экономической теории **предприниматель – это прежде всего новатор.**

Предприниматель должен обладать более углубленным мышлением, способностью анализировать и подмечать все новое, что появляется в жизни вообще и в отрасли его деятельности, в частности.

То есть, иными словами, предпринимателю **не обязательно изобретать** и не обязательно реализовывать **свои** изобретения.

Важной особенностью предпринимателя выступает его способность предугадать, как новая идея будет воспринята рынком.

Основными качествами предпринимателя можно назвать:

- уверенность в себе и своих способностях;
- умение спланировать свои действия;
- способность создать «нужную команду»;
- наличие культуры труда;
- способность к творчеству;
- способность принять на себя ответственность (готовность и способность к принятию решений)

Иными словами, к предпринимателям можно отнести **человека, сознательно идущего на экономический риск путем самостоятельного принятия инновационного решения, содержание которого сводится к производству (поставке) на рынок такого товара или услуги, который может принести предпринимательский доход.**

Поскольку получение прибыли свойственно не только предпринимательской, но и любой другой форме деловой активности, необходимо уяснить основное отличие этих двух категорий – предпринимательской прибыли и прибыли от обычной хозяйственной деятельности.

Предпринимательская прибыль или предпринимательский доход получаются от инновационной деятельности, от введения новых методов и приемов организации производства.

Предпринимательский доход – дополнительный доход от управления. Излишек, получаемый предпринимателем благодаря его природным качествам или способностям анализировать и по-новому комбинировать факторы производства в зависимости от внешних условий.

Таким образом, прибыль предпринимателя складывается из двух элементов:

- обычная прибыль делового человека
- излишек над обычной прибылью (плата за риск и новые идеи).

Второй элемент и выступает в качестве предпринимательского дохода, т.е. вознаграждения за проявленный инновационный подход, новаторство в производстве.

Значит можно считать, что всякий предприниматель выступает в качестве делового человека, но не всякий деловой человек может быть отнесен к категории предпринимателей.

Среди основных стимулов, мотивов и причин, побуждающих заниматься предпринимательской деятельностью можно выделить:

- материальную заинтересованность

- стремление к независимости
- возможность самореализации, самоутверждения
- неудовлетворенность своим положением (материальным, социальным)
- стремление реализовать свои идеи и изобретения
- желание лидировать

Однако предприниматель не единственный субъект предпринимательской деятельности.

2. Особенности субъектов предпринимательского процесса.

Предпринимательство представляет собой неотъемлемую часть общеэкономических и социально-экономических процессов. И как общие экономические процессы включает в себя одних и тех же субъектов (рисунок 1). При этом, однако, субъекты предпринимательского процесса имеют свои специфические, отличительные характеристики.

Считается, что во взаимоотношениях предпринимателя и потребителя предприниматель относится к категории активного субъекта, а потребителю свойственна прежде всего пассивная роль. Необходимо проанализировать эту связь, чтобы выяснить насколько верно данное утверждение.

С одной стороны **потребитель – индикатор предпринимательского процесса**. Все то, что составляет предмет деятельности предпринимателя, имеет право на реализацию только в случае позитивной экспертной оценки потребителя, т.е. готовности потребителя приобрести тот или иной товар. **Значит предприниматель при организации своей деятельности не может игнорировать настроения, желания, интересы, ожидания, оценки потребителя.**

С другой стороны, это совсем не означает, что предприниматель обязан действовать в строгом соответствии с уже выявленными интересами потребителя. **Сам предприниматель может формировать спрос потребителя, создавать новые покупательские потребности.**

Таким образом предприниматель может организовать свою деятельность одним из двух способов:

- на основе выявленного интереса потребителя;
- на основе «навязывания» нового товара.

Основными средствами воздействия предпринимателя на потребителя выступают следующие:

- ✓ новизна товара и его соответствие интересу потребителя;
- ✓ качество;
- ✓ степень универсальности;
- ✓ внешний вид и упаковка;
- ✓ позитивные отличительные характеристики товара от других;
- ✓ услуги постпродажного сервиса;
- ✓ престижность и привлекательность.

Подводя итог можно сказать, что с точки зрения общественного производства именно предприниматель выступает в роли активного субъекта, а с точки зрения самого предпринимательского процесса активную роль играет потребитель, и предприниматель не может игнорировать этот факт.

Наемный работник как субъект предпринимательской деятельности является реализатором идей предпринимателя. От наемного работника зависит эффективность и качество реализации предпринимательских идей.

Основными проблемами во взаимоотношениях предприниматель – наемный работник считается:

1. Подбор кадров нужной специализации и требуемого уровня квалификации.
2. Необходимость вовлечения наемного работника в интерес предпринимательской структуры.

Любой предприниматель заинтересован в эффективных **партнерских связях**. Идеальным считается, когда все предприниматели образуют относительно изолированную от общего экономического процесса цепочку партнерских связей.

Партнерские связи можно разделить на:

- А) реальные и потенциальные
- Б) долговременные и постоянные
- В) кратковременные и на определенный срок
- Г) случайные и смешанные

Таким образом, при планировании своей деятельности предприниматель рассматривает партнера как субъекта предпринимательского процесса, от формы взаимоотношений с которым зависит уровень эффективности его деятельности.

Вопросы для самоконтроля:

1. Очертите схему взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности.
2. Назовите основные качества и черты предпринимателя.
3. Какие вы знаете мотивы, побуждающие заниматься предпринимательской деятельностью?
4. Как выглядит схема взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности предприниматель-потребитель.?
5. Средства воздействия предпринимателя на потребителя.
6. Роли государства по отношению к предпринимателю: «тормоз», «наблюдатель», «ускоритель».
7. Соотношение интересов предпринимателя и наемного работника.
8. Дайте классификацию партнерских связей.
9. Что такое предпринимательские прибыль и доход? Чем они отличаются от прибыли и дохода обычного хозяйствующего субъекта?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.**, Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.**, Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 5.

Малое предпринимательство как фактор социально-экономического развития общества.

1. Преимущества малого бизнеса.

Рост малого бизнеса определяется рядом его преимуществ по сравнению с крупным бизнесом, например:

- специализация в области производства продукции (5-7 наименований) стимулирует использование высокопроизводительного специализированного оборудования, позволяющего в короткие сроки изменять технологию и интенсифицировать процесс производства;

- возможность более оперативно реагировать на изменение рыночной конъюнктуры, быстрее осуществлять изменения в номенклатуре и ассортименте производимых товаров;

- выше оборачиваемость капитала, т.е. быстрее окупятся затраты. При этом, что сами затраты малых фирм на свое содержание и обслуживание более низкие по сравнению с крупными корпорациями (сравнительно низкий фонд заработной платы, небольшие инвестиции в оборудование, низкие управленческие расходы). Кроме того, соединение собственника и предпринимателя (управленца) в одном лице позволяет сократить управленческий персонал;

- малые предприятия в отличие от крупных корпораций, более восприимчивы к техническим новинкам, способны быстрее осваивать их.;

- малые фирмы в огромной степени содействуют развитию регионов и небольших населенных пунктов, где нет крупных предприятий, полнее используют местные трудовые ресурсы, а также источники сырья и энергии, что имеет большое значение в условиях возрастания цен на энергоносители и перевозки. Кроме того, малые предприятия лучше знают специфический спрос на местных рынках и играют огромную роль в создании конкурентной среды.

2. Недостатки малых форм хозяйствования.

Но у малых предприятий есть и несколько недостатков, которые определяются как раз тем, что этот бизнес является малым.

1, это низкая возможность накопления капитала. Как правило, в расширении своего бизнеса владельцы могут выделить незначительную часть капитала (прибыль) занимая капитал на стороне, возникают трудности с уплатой высокого процента, к тому же с точки зрения кредитора из-за нестабильности малых фирм велик риск кредитования, да и объем каждой такой сделки невелик, то есть кредитование малого бизнеса чаще не выгодно.

2, малый бизнес проигрывает в управленческих возможностях крупным предприятиям. Это означает, что владелец-управленец, как правило, проигрывает в сравнении с менеджером-профессионалом.

3, крупные предприятия располагают более мощными возможностями в конкурентной борьбе. Также в невыгодное положение ставят бизнес относительно масштабов производства и ограниченные ресурсы.

4, слабость стартовых позиций, в частности, отсутствие стартового капитала, привлечение при создании малого предприятия (в том числе) безработных, не всегда обладающих необходимыми навыками и соответствующей квалификацией.

К другим недостаткам малого бизнеса следует отнести и необходимость оплаты консультаций при организации и ведении дела, частую потребность в обучении и самого бизнесмена и проблемы привлечения высококвалифицированных специалистов (ниже престиж и оплата по сравнению с крупными компаниями), и трудности получения крупного заказа, и недогрузка основных фондов и т.д.

Малые предприятия, как правило, относятся к **сфере рискового бизнеса**, т.к. из

каждых 10 выживают 2-3. Так, многочисленные преимущества малого предпринимательства и его проблемы и сложности с учетом чрезвычайно важной роли в национальной экономике требуют мощной государственной поддержки.

Помимо прямых бюджетных дотаций и предоставления льготных займов используются и другие формы государственной поддержки:

- привлечение частного капитала для финансирования инновационной деятельности малых фирм;
- размещение государственных заказов на крупнейших фирмах с установленным обязательного процента заказов, которые фирмы-гиганты обязаны передавать малому бизнесу;
- предоставление налоговых и амортизационных льгот и т.д.

3. Развитие малого бизнеса в России.

Для России особо значимо развитие малого предпринимательства, тем более в период перехода от административно-командной системы к рыночной, сопровождающейся острым социально-экономическим кризисом.

Не требуя большого стартового капитала, оно способно помочь структурной перестройке отечественной экономики, обеспечить выживание отдельных слоев населения и целых регионов страны и создать новые рабочие места для высвобождаемых из государственного сектора работников и незанятого населения, во многом способствуя стабилизации социально-экономической ситуации.

Наша страна отличается от государств Восточной Европы, Китая и Вьетнама тем, что вступила в рынок практически без малого бизнеса, однако, с начала 90-х годов его роль в российской экономике стала возрастать.

Малое предпринимательство, располагая всего 3,4% стоимости основных средств экономики России, производит около 10% ВВП страны. В промышленно развитых странах, однако, эта цифра колеблется в пределах 50-80% (в США – 70%, Японии-78%, Италии-73%).

В настоящее время вопрос развития малых предприятий включен в программу демонополизации народного хозяйства. Здесь предусмотрено как принудительное, так и инициативное разукрупнение монопольных производств:

- выделение самостоятельных производственно-хозяйственных блоков;
- создание небольших дочерних предприятий по инициативе крупных предприятий.

Согласно Закону РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ» от 14.06.95г. к субъектам малого предпринимательства относятся физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица (ИП) и малые предприятия – коммерческие организации. Данное ограничение не позволяет государственному или муниципальному предприятию ни при какой численности работников претендовать на статус малого и стимулирует привлечение в.

Вообще, разброс малых предприятий по регионам очень велик. По количеству действующих в регионе малых предприятий можно судить о качестве работы региональной властей и их усилиях, направленных на развитие рынка создание предпринимательского климата. Как отмечалось, наибольшее количество малых предприятий сосредоточилось в Москве, что объясняется не только особым статусом столицы, но и значительными ежегодными отчислениями из московского бюджета на поддержку малого и среднего бизнеса: малый московский бизнес устойчиво обеспечивает 25% доходной части бюджета Москвы.

Существенными проблемами в развитии малого предпринимательства является недобросовестная конкуренция на локальных рынках и как следствие - незащищенность субъектов малого предпринимательства, неразвитость региональных систем судебно-правовой защиты, проблемы подготовки в регионах квалифицированных кадров, нехватка материально-технических и финансовых ресурсов и т.п.

4. Формы государственной поддержки малого бизнеса в России.

Учитывая исключительно важную социально-экономическую роль малого предпринимательства выявляется необходимость всесторонней Государственной поддержки данного сектора экономики, однако серьезная финансовая, материальная, информационная, правовая и другая помощь, широкое сотрудничество с малым предпринимательством государства и местных администраций в России до последнего времени отсутствовали.

Вопрос о помощи малым предпринимательствам со стороны государства включает в себя два основных направления – организационное и экономическое. Обычно это благоприятное законодательство, а также специальные налоговые режимы, кредитно-финансовые рычаги, система государственных фондов и др. Именно в таких формах существовали государственная поддержка малого бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой.

Основным действующим инструментом реализации государственной политики поддержки малого предпринимательства в настоящее время является Федеральная программа поддержки малого предпринимательства в РФ, предусматривающей:

-предоставление финансовой помощи на возмездной и безвозмездной основе при осуществлении программ демонополизации, перепрофилирования производства в целях развития конкуренции и насыщения рынков товаров и услуг;

-выполнение функций залогодателя, поручителя, гаранта по обязательствам малых предприятий со стороны фондов поддержки малого предпринимательства;

- кредитование субъектов малого предпринимательства на льготных условиях;

-льготные налогообложения, реализуемое через УСН И ЕНВД;

- не менее 15% государственных заказов должно в обязательном порядке размещаться на малых предприятиях.

Вопросы для самоконтроля:

- 1) Назовите преимущества малых форм хозяйствования.
- 2) Какие преференции от государства предоставляются за рубежом малому бизнесу?
- 3) Назовите недостатки малого и среднего бизнеса?
- 4) Какие формы государственной поддержки существуют в России?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 6.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

1. Роль государства при становлении рыночных отношений.

В условиях рыночных отношений под государственным регулированием экономики понимают систему мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации и приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся экономическим условиям

Как показал опыт, рыночная экономика может успешно функционировать только при условии эффективного государственного регулирования социально-экономического процессов.

В западной макроэкономической теории сформировались две альтернативные концепции экономического регулирования – кейнсианство и монетаризм, - которые чаще всего противопоставляют друг другу.

Мировая практика показала, что с ростом масштабов производства и темпов изменения его отраслевой структуры возникают трудности в достижении сбалансированности экономики.

И при ориентации на саморегулирование рынка может привести к возникновению серьезных диспропорций в развитии отраслей и регионов и даже глобальных провалов в социально-экономическом развитии. Рынок неспособен автоматически регулировать все экономические и социальные процессы в интересах всего общества и каждого гражданина и в отдельных случаях неспособен обеспечить достижения максимально возможной эффективности.

Он не обеспечивает социально справедливое распределение по труду, не гарантирует права на труд, не нацеливает на охрану окружающей среды и не поддерживает незащищенные слои населения.

Все это обуславливает необходимость государственного регулирования экономики.

2. Функции государственного регулирования рыночной экономики.

Основные функции государственного регулирования рыночной экономики:

- стабилизационная, призванная обеспечить необходимый уровень занятости населения и относительную стабильность цен, а так же стимулирование экономического роста;

- перераспределение доходов, с целью более справедливого распределение доходов в обществе;

- перераспределение ресурсов(финансовых, материальных, трудовых).

Главной задачей государственного регулирования в развитых странах становится обеспечение конкурентных преимуществ национальной экономики на мировом рынке, ее международной конкурентоспособности - прежде всего на основе, во-первых, обеспечения нормального функционирования рыночного механизма, развития конкурентной среды, формирования наиболее благоприятных условий для предпринимательства, во-вторых, - вмешательство государства в те сферы и области, где не справляется рынок.

Государство осуществляет свои функции через правительство – исполнительный орган государственной власти, т.е. через властные структуры в лице министерств, комитетов, национальных банков и других правительственных органов, посредством которых осуществляется управление и контроль над соблюдением конкурентных правил, законов, нормативов и т.д.

3. Методы государственного регулирования экономики.

Осуществляя регулирование социально – экономических процессов, государство использует систему методов и инструментов. В мировой практике используются экономические, правовые и административные методы государственного регулирования.

Методы государственного экономического регулирования наиболее адекватны во многом самонастраивающейся рыночной системе, при этом предусматривается не прямое директивное решение, а воздействие на интересы объектов управления, которое в свою очередь может осуществляться прямыми и косвенными методами.

Целью прямых методов являются достижение приоритетов развития, защита общественно необходимых секторов экономики и групп населения. Прямое экономическое регулирование включает в себя, как правило, три основных элемента:

- государственные субсидии;
- государственное программирование;
- государственное предпринимательство.

Государственные субсидии – это безвозмездная ссуда, которая полностью или частично покрывает издержки производства производителя. Государственные субсидии необходимы для поддержки и ускоренного развития приоритетных сфер деятельности; новых и конкурентоспособных, определяющих на данном этапе научно – технический процесс отраслей промышленности; новых технологий; малого и среднего предпринимательства и т.п. Как правило, на основе субсидий осуществляются поддержка некоторых научных учреждений, системы образования, подготовки кадров и т.п.

В России в условиях редкого сокращения государственных расходов возможности использования данного регулятора крайне ограничены.

4. Государственное программирование.

По мере усложнения задач, вставшим, перед госрегулированием экономики, государству приходится сталкиваться с проблемами, относящимися не к единым явлениям, а к целым отраслям, регионам или сферам экономики. При этом государственное регулирование деятельности одного объекта все чаще оказывало воздействие на другие объекты, т.е. возникла необходимость комплексного подхода к решению народнохозяйственных проблем. Так, например, чтобы оживить экономику района, находящегося в тяжелом положении, надо вложить капитал в его инфраструктуру, поддержать существующие виды производства и стимулировать развитие новых отношений, для чего нужны средства и переквалификация рабочей силы. Но при этом следует учесть отток рабочей силы и капитала из соседних районов и ухудшение их экономического положения. Таким образом, одни цели и расходы неизбежно влекли за собой другие, а многие цели и инструменты их реализации оказываются несовместными или взаимоисключающими.

Все это вызывало появление государственных программ, направленных на решение конкретных задач.

Государственная экономическая программа – это обеспеченный целевым финансированием и правовой базой комплекс иерархических соподчиненных целей, связанных с решением крупной народнохозяйственной или региональной задачи, а так же средство их достижения и органов, ответственных за их исполнение в установленные сроки и контроль.

Формирование и реализация таких программ называется государственным программированием.

Роль государства как субъекта предпринимательского процесса может быть различной в зависимости от ситуации.

Государство может выступать в роли:

1. Тормоза развития предпринимательства. В этом случае оно создает неблагоприятную обстановку для развития предпринимательства или запрещает его вообще.
2. Постороннего наблюдателя. В этом случае государство прямо не противодействует развитию предпринимательства, но в то же время и не способствует его развитию.
3. Ускорителя предпринимательского процесса. Государство ведет постоянный и активный поиск мер по вовлечению в предпринимательский процесс новых экономических агентов.

5. Государственное предпринимательство.

Государство выступает самостоятельным субъектом хозяйствования, реализуя определенные общественные цели: структурную перестройку производства, смягчение отраслевых и территориальных диспропорций, стимулирование научно – технического прогресса, повышение эффективности экономики.

Государственный сектор служит фактором экономического роста, залогом стабильности и устойчивости развития, гарантией сохранения национального богатства.

Особенно необходимо государственное предпринимательство в малорентабельных отраслях, которые традиционно не представляют интереса для частного предпринимательства, но их развитие имеет огромное значение для отечественной экономики.

Таким образом, госсектор следует рассматривать как дополнение к рыночному механизму, необходимое для быстрого и эффективного решения глобальных и частных народнохозяйственных задач, которые с помощью только рыночного механизма решить не удастся. Масштабы огосударствления зависят от конкретных экономических и исторических условий, состояние общества и других факторов.

Вопросы для самоконтроля:

- 1) Назовите альтернативные концепции экономического регулирования.
- 2) Что является главной задачей государственного регулирования в развитых странах?
- 3) Назовите методы государственного экономического регулирования?
- 4) Дайте определение государственным субсидиям.
- 5) Может ли государство быть субъектом предпринимательского процесса?
- 6) Может ли государство выступать в роли ускорителя предпринимательского процесса?
- 7) В чем сущность государственного программирования?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.**, Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.**, Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 7. Финансовые ресурсы предпринимателя.

1. Источники формирования предпринимательского капитала.

Значимым для предпринимателя является вопрос – где взять требуемый объем первоначального капитала.

В рамках этой проблемы особое внимание обычно обращают на возможные способы формирования первоначального капитала.

К ним относятся:

- 1) финансовые итоги предыдущей предпринимательской деятельности (собственной или наследуемой);
- 2) личные сбережения (не только в денежной, но и вещевой, товарной форме)
- 3) заемные средства. Этот способ формирования капитала в условиях РФ имеет широкое распространение, это так называемый «рост с нуля». В этом случае получить кредит не так-то просто: нужны твердые гарантии.

На этапе реализации предпринимательского проекта носитель идеи, т.е. предприниматель, принимает решение по выбору наиболее приемлемого для него способа формирования первоначального капитала.

Предприниматель не может исходить только из собственных расчетов на основе потребностей для начала реализации предпринимательской идеи.

Для принятия решения ему необходима уверенность в том, что предстоящее вложение капитала будет действительно выгодным для него.

Свое решение предприниматель принимает на основе двух главных критериев:

- своих способностей
- своих возможностей

Финансовые ресурсы - это денежные средства, имеющиеся в распоряжении предпринимателя и предназначенные для обеспечения его эффективной деятельности, для выполнения финансовых обязательств и экономического стимулирования персонала.

Формируются финансовые ресурсы за счет собственных и привлеченных денежных средств. Стартовым источником финансовых ресурсов является в малом предпринимательстве собственный капитал, кредитные средства, для крупных предпринимателей - уставный (акционерный) капитал - имущество, созданное за счет вкладов учредителей (или выручки от продажи акций). Основным источником финансовых ресурсов предпринимателя служат доходы (прибыль) от основной и других видов деятельности, внеоперационных операций. Он также формируется за счет устойчивых пассивов, различных целевых поступлений, паевых и иных взносов членов трудового коллектива. К **устойчивым пассивам** относят уставный, резервный и другие капиталы, долгосрочные займы и постоянно находящуюся в обороте кредиторскую задолженность.

Финансовые ресурсы могут быть мобилизованы на финансовом рынке с помощью продажи акций, облигаций и других видов ценных бумаг, дивидендов по ценным бумагам других предприятий и государства; доходов от финансовых операций; кредитов.

Финансовые ресурсы могут поступать в порядке перераспределения от ассоциаций и концернов, в которые они входят, от вышестоящих организаций при сохранении отраслевых структур, от страховых организаций. В отдельных случаях предпринимателю могут быть предоставлены субсидии (в денежной или натуральной форме) за счет средств государственного или местного бюджетов, а также специальных фондов.

Различают:

- прямые субсидии - государственные капитальные вложения в объекты, особо важные для народного хозяйства, или в малорентабельные, но жизненно необходимые;
- непрямые субсидии, осуществляемые средствами налоговой и денежно-кредитной политики, например, путем предоставления налоговых льгот и льготных кредитов.

Совокупность финансовых средств принято подразделять на оборотные средства и инвестиции.

2. Инвестиции предпринимателя: сущность, виды и направления использования.

Для эффективного ведения своей деятельности предприниматель должен обдуманно размещать свой капитал.

Инвестиции - это долгосрочные вложения капитала в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения дохода (прибыли). Различают внутренние (отечественные) и внешние (иностраннне) инвестиции.

Внутренние инвестиции подразделяются на:

а) финансовые инвестиции - это приобретение акций, облигаций и других ценных бумаг, вложение денег на депозитные счета в банках под проценты и др.;

б) реальные инвестиции (капитальные вложения) - это вложение денег в капитальное строительство, расширение и развитие производства;

в) интеллектуальные инвестиции - подготовка специалистов, передача опыта, лицензий, «ноу-хау».

Внешние инвестиции делятся на:

.. прямые, дающие инвестору полный контроль над деятельностью иностранного предприятия;

.. портфельные, обеспечивающие инвестору право на получение лишь дивидендов на приобретенные акции зарубежных предприятий.

Инвестиционная политика предпринимателя определяет наиболее приоритетные направления вложения капитала, от которых зависит эффективность хозяйственной деятельности, обеспечение наибольшего прироста продукции и дохода на каждый рубль затрат.

При отсутствии проекта капитальных вложений лучший способ – это хранить деньги на депозитах надежного банка или приобрести контрольный пакет акций перспективного предприятия, благодаря чему можно оказывать прямое влияние на работу этого предприятия и направлять его инвестиции с выгодой для себя.

3. Оценка эффективности инвестиционных проектов.

Инвестиционный проект – обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес - план).

Сроком окупаемости инвестиционного проекта является срок со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда фактический объем инвестиций сравняется с суммой накопленной инвестором чистой прибыли и начисленного нарастающим итогом износа по принадлежащему инвестору амортизируемому имуществу, созданному в результате инвестиционной деятельности.

В основе решения предпринимателя об инвестициях лежит расчет текущей стоимости будущих доходов. Предприниматель должен определить, превысят ли будущие прибыли его затраты или нет. Альтернативной стоимостью инвестирования будет сумма банковского процента с капитала, равного объему предполагаемых инвестиций. В этом заключается суть инвестиционного решения предпринимателя. При этом выбор предпринимателя осложняется наличием ситуации неопределенности, возникающей вследствие того, что инвестиции, как правило, долгосрочны.

В финансовых и инвестиционных расчетах процесс приведения будущих доходов к текущей стоимости принято называть дисконтированием. При оценке целесообразности

инвестиций устанавливают ставку дисконта (капитализации), т.е. процентную ставку, характеризующую норму прибыли инвестора (относительный показатель минимального ежегодного дохода).

Любой предприниматель на любом рынке вынужден осуществлять инвестиции из-за снашивания основного капитала в процессе производства в расчете на увеличение своих прибылей. В связи с этим возникает вопрос о целесообразности осуществления инвестиций, принесут ли они предпринимателю дополнительную прибыль или приведут к убытку? Для ответа на этот вопрос необходимо сопоставить объем планируемых капиталовложений с текущей дисконтируемой стоимостью будущих доходов от этих вложений. Когда ожидаемые доходы больше величины инвестиций, предприниматель может осуществлять капиталовложения. При обратном соотношении этих величин лучше воздержаться от инвестирования во избежание убытков. Когда внутренний коэффициент эффективности равен или больше требуемой инвесторам нормы дохода на капитал, инвестиции в данный проект оправданы. В противном случае – они нецелесообразны.

Вопросы для самоконтроля:

- 1) Назовите источники формирования финансовых ресурсов предпринимателя?
- 2) В каких случаях предпринимателю могут быть предоставлены субсидии?
- 3) Какие факторы определяют инвестиционную политику предпринимателя?
- 4) Как определяется срок окупаемости инвестиционного проекта?
- 5) Как предпринимателю определить целесообразность осуществления инвестиций?
- 6) Как определяется чистый дисконтируемый доход?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 8

Прогнозирование бизнес - процессов.

1. Прогнозирование и планирование предпринимательской деятельности

Термин "прогноз" (от греч. prognosis) традиционно обозначает предвидение, предсказание о развитии чего-либо, основанное на определенных данных.

Прогнозирование - это оценка, предвидение, предсказание будущего развития для каждого конкретного объекта управления. Оно должно предшествовать планированию. Главная цель прогнозирования - это формирование научных предпосылок принятия управленческих решений. Данные предпосылки включают:

о анализ тенденций и закономерностей изменения объекта управления;

о альтернативное предвидение его будущего развития;

о оценку последствий активного воздействия на предвидимые процессы в объекте управления.

В условиях ускоренного развития научно-технического прогресса и нарастающих тенденций глобализации резко возрастает неопределенность в будущем поведении объектов управления, увеличивается цена ошибок управленческих решений. Поэтому роль прогнозирования в XXI в. принципиально возрастает.

Главными задачи предпринимателя при прогнозировании -

1. Научный анализ социально-экономических процессов и явлений, оценка сложившейся ситуации и выявление узловых проблем развития.
2. Оценка действия этих тенденций в будущем, предвидение новых экономических ситуаций, новых проблем, требующих своего разрешения.
3. Выявление возможных альтернатив развития в перспективе.

Прогноз представляет собой систему аргументированных научных представлений предпринимателя о будущем состоянии объекта управления, носящих вероятностный, но достаточно достоверный характер. Одна из разновидностей прогнозов - сценарии развития, которые разрабатываются с учетом тех или иных предполагаемых действий конкретных субъектов прогнозируемой ситуации.

Прогнозирование - процесс вероятного предвидения будущих состояний объектов управления, и элементов во внешней среде. Процессы во внешней среде, которые оказывают наиболее существенное влияние на деятельность предприятия, называется прогнозный фон.

Планирование служит основой для принятия управленческих решений. **Планирование** - управленческая деятельность, предусматривающая выработку целей и задач управления производством, а также определение путей реализации планов для достижения поставленных целей. Планирование — это процесс прогнозирования желаемого будущего. Конечным результатом такого процесса являются плановые решения — основа целенаправленной последующей деятельности.

Прогнозирование связано с планированием, на основе прогнозов составляется программа (указываются мероприятия, ответственные, сроки выполнения), и на ее основе формируются планы предприятия (рис.1).



Планирование и прогнозирование — это род предвидения, так как связаны с получением информации о будущем. В предвидении будущего предприятия прогнозирование, с одной стороны предшествует планированию, а с другой — является его составной частью, используется на разных стадиях осуществления деятельности по планированию.

2. Классификация прогнозов

Для предсказания будущего предприятия используются следующие типы прогнозирования.

1. Прогнозирование, основанное на **творческом видении** будущего, использует субъективное знание прогнозиста, его интуицию.

2. **Поисковое прогнозирование** — способ научного прогнозирования от настоящего к будущему. Прогнозирование начинается от сегодняшнего дня, опирается на имеющуюся информацию и постепенно проникает в будущее. Поисковое прогнозирование может быть двух видов: традиционным (экстраполятивным) и новаторским (альтернативным).

Экстраполятивный подход в планировании предполагает, что экономическое и прочее развитие предприятия происходит гладко и непрерывно, поэтому прогноз, может являться простой проекцией (экстраполяцией) прошлого в будущее.

Альтернативный подход исходит из того, что внешняя и внутренняя среда бизнеса подвержена постоянным изменениям.

Виды прогнозов можно классифицировать по нескольким признакам.

1. Прогнозы разделяют в зависимости от их **временного охвата**. Различная длительность прогнозов определяется существованием различных горизонтов планирования: краткосрочного, среднесрочного и долгосрочного.

2. Прогнозы делятся по **типам прогнозирования** на поисковые, нормативные и, основанные на творческом видении.

3. В связи с **возможностью воздействия** фирмы на свое будущее прогнозы делятся на пассивные и активные.

Пассивный прогноз исходит из того, что фирма в силу ряда причин (отсутствие необходимых средств, наличие благоприятных тенденций развития и т.д.) не намерена воздействовать на внешнюю среду, и предполагает возможность самостоятельного, независимого от действий предприятия развития внешних процессов.

Активный прогноз предусматривает возможность активных действий предприятия по проектированию собственного будущего, ее реальное воздействие на внешнюю среду.

4. Прогнозы подразделяются по **способу представления результатов** на точечные и интервальные.

Точечный прогноз предполагает, что данный вариант включает единственное значение прогнозируемого показателя.

Интервальный прогноз показывает диапазон изменения прогнозируемого показателя.

Прогнозы различаются по срокам, на которые они рассчитаны. В настоящее время сложилась практика разработки прогнозов различной продолжительности:

краткосрочного (текущего) - как правило, на 1 год, среднесрочного - на 3-5 лет, долгосрочного - на 10-15 (а иногда и более) лет.

Любой прогноз имеет целью учесть перемены в обществе, а они протекают с разной скоростью и имеют различную длительность. Рыночная конъюнктура - цены, курс акций, валютные курсы и т.п. - может существенно измениться в течение дня, недели или месяца. Предвидеть эти изменения, чтобы быстро реагировать на них, - предмет текущего, краткосрочного прогнозирования как важнейшей составной части оперативного управления. Краткосрочный прогноз - это, прежде всего, прогноз текущих хозяйственных процессов, связанных сдвижением финансовых потоков и цен, изменениями в объеме и структуре спроса населения, колебаниями в сельскохозяйственном производстве, конъюнктурой мирового рынка.

Другие перемены требуют более длительного времени, занимают несколько лет (инвестиции в основной капитал, создание и освоение новых видов продукции, реализация инновационных проектов, динамика и структура денежных доходов и накоплений населения, динамика внешнеэкономических связей). Это объект среднесрочного прогнозирования и основанных на нем среднесрочных (на 3-5 лет, а иногда и более) программ социально-экономического развития.

Долгосрочное прогнозирование, в отличие от среднесрочного и особенно краткосрочного, меньше связано с инерцией социально-экономического развития, сложившимися тенденциями, свободнее в выборе вариантов будущей динамики. За 15-20 лет происходит смена двух поколений техники и одного поколения работников. Долгосрочное прогнозирование дает возможность более обоснованно определить альтернативные сценарии структурных сдвигов в экономике и обществе, изменения ряда качественных характеристик. В то же время долгосрочный прогноз менее детализирован, опирается на сравнительно небольшой круг обобщающих показателей. Он служит основой для определения концепции социально-экономического развития на долгосрочный период, выбора долгосрочной стратегии предпринимателя.

3. Сущность бизнес-планирования .

На основании прогнозов при создании нового производства, реализации мероприятий по повышению эффективности действующего (например, выпуска новой продукции, внедрения новой техники, других нововведений), а также в случае необходимости привлечения внешних финансовых ресурсов (кредитов, иностранных инвестиций и т.п.) возникает потребность в подробном анализе перспектив коммерческой деятельности предприятия, основой для которого не могут служить рассмотренные выше виды планов. Перспективные и текущие планы направлены на равномерное выполнение производственной программы в намеченные сроки и получение планируемого эффекта.

Документ, содержащий экономическое обоснование действий, которые намечается осуществить для реализации какого-либо коммерческого мероприятия или проекта, называется *бизнес-планом*. В бизнес-плане анализируются проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и способы их решения. Его назначение: помочь предпринимателю оценить свои возможности и перспективы, необходимые затраты и предполагаемые результаты, убедить возможного инвестора в привлекательности и конкурентоспособности выбранной деятельности. Разработка бизнес-плана позволяет получить ответы на вопросы: как начать свое дело, как эффективно организовать производство, когда будут получены первые доходы, как скоро можно будет расплатиться с инвесторами, как уменьшить возможный риск, и, в конечном счете - стоит ли вообще браться за тот или иной проект.

Составление бизнес-плана требует личного участия предпринимателя с привлечением консультантов со стороны. Готовых решений для его составления не существует. Каждый план

имеет свои особенности в зависимости от сферы деятельности предпринимателя, рынков сбыта, организационных характеристик и т.д.

Примерная структура бизнес-плана выглядит так:

1. Резюме.
2. Фирма (краткие сведения о предприятии (бизнесе)).
3. Товар (характеристика производимого продукта (услуги)).
4. Рынок (анализ и оценка рынка).
5. Стратегия маркетинга.
6. План производства.
7. Организация менеджмента.
8. Финансовый план.

Каждое предприятие в процессе своей деятельности встречается с определенными рисками, которые могут помешать осуществлению намеченных планов. Поэтому очень важно уже на начальном этапе определить возможные преграды и наметить меры по их преодолению. Многие фирмы включают в качестве одного из разделов своего бизнес-плана раздел, посвященный оценке, прогнозированию и управлению рисками (т.е. тому, что нужно сделать, чтобы эти риски свести к минимуму), анализу источников их покрытия. Спектр рисков очень обширный, но им нельзя пренебрегать.

В приложении к бизнес-плану могут быть приведены любые документы, на которые в тексте плана имеются ссылки и которые могут представлять интерес для потенциального инвестора (уже заключенные договоры, фотографии и рисунки предлагаемого продукта, деловые письма, документы и т.п.).

Вопросы для самоконтроля:

- 1) Что понимается под прогнозированием бизнес-процессов?
- 2) В чем состоит основная цель стратегического прогнозирования?
- 3) На какой срок разрабатывается тактический прогноз?
- 4) В чем состоит различие миссии и целей предпринимателя?
- 5) Опишите примерную структуру бизнес-плана.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг СЗ8 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 9. Понятие и сущность бизнес-идеи.

1. Источники предпринимательских идей.

В основе предпринимательской деятельности всегда лежит предпринимательская идея. Удачно сформулированная идея может определить деятельность предпринимателя на всю жизнь.

Однако чаще всего для успешного предпринимательства постоянно требуются новые идеи.

Разработка идей не является основной профессиональной деятельностью предпринимателя. Но предпринимателем может быть лишь тот, кто способен на новые идеи или по крайней мере чуток к их восприятию.

Под источником предпринимательских идей понимают объективное условие, развитие которого в определенном направлении приведет к производству новых (в целом для предпринимательства) товаров, продуктов или услуг.

Источниками формирования предпринимательских идей обычно считают:

1. Товарный рынок. Предприниматель выявляет на рынке дефицит какого либо товара, пользующегося спросом, и по возможности стремится этот дефицит устранить. К этому источнику обычно прибегают начинающие предприниматели.

2. Географический или структурный «разрывы» в системе общественного производства. В задачу предпринимателя входит обнаружение «разрывы» в производстве (этот товар производится, а этот почему то нет) и в географии (этот товар производится в нашей стране, а этот импортируется). Как результат – предприниматель формирует идею как эти разрывы сократить.

3. Достижения науки и техники. Планирование производства новых товаров осуществляется на основе внедрения научных достижений. Объектом внимания может быть не только собственный товар, но и технология его производства, сам производственный процесс.

4. Новые возможности применения уже производимого товара. Это специфический источник идей. Появление идей на базе этого источника, как правило, носит случайный характер.

5. Не осознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы. Основан на том, что любая удовлетворенная потребность порождает новую. Идеи, основанные на данном источнике, приводят к проектам с повышенным риском.

Если предприниматель останавливает свой выбор на какой-то идее, это не значит ,что он отбрасывает все другие. Они переходят в банк предпринимательских идей.

Новые идеи, отбираемые для реализации, должны быть обоснованы экономически. Выбор должен осуществляться на базе сравнительного анализа нескольких возможных для реализации идей. На этом этапе некоторые идеи могут быть отвергнуты. Элементами сравнения идей могут стать экономическая эффективность, срок окупаемости, цель предпринимателя, имеющиеся возможности.

2. Технология принятия предпринимательского решения.

Технология принятия предпринимательских решений представляет последовательность действий, обеспечивающих анализ альтернативных вариантов и выявление наиболее эффективного, с точки зрения поставленной цели, с учетом имеющихся возможностей предприятия.

Решение может приниматься интуитивно или с использованием реального метода принятия решений. Чаще всего используются оба способа вместе.

Теоретически схема принятия предпринимательского решения состоит из 8 этапов.

1 этап. Предприниматель принимает к рассмотрению несколько возможных проектов (альтернатив).

2 этап. Предприниматель выявляет существенные черты и содержание (начинку) каждого проекта.

3 этап. Каждый проект оценивается с точки зрения необходимых ресурсов, технологий, финансирования.

4 этап. Проекты оцениваются с точки зрения конкретных действий, необходимых для реализации проекта (форма привлечения средств, порядок реализации производства и т.д.). Здесь же проводится стоимостная оценка этих действий.

5 этап. Производится расчет вероятного экономического эффекта каждого проекта с учетом «худшей» и «лучшей» возможности развития событий.

6 этап. Сравняются варианты пессимистического и оптимистического расчетов экономического эффекта. Это необходимо для определения диапазона возможного эффекта.

7 этап. Проводится сравнение всех выбранных проектов.

8 этап. Выбор одного из проектов.

3. Экономические методы принятия предпринимательских решений.

Основой экономических методов принятия предпринимательских решений является анализ таких категорий, как цена, издержки производства, финансы, и умение оперировать ими в практической деятельности.

Формирование цены товара. В данном случае имеется в виду рыночная цена.

Целесообразность выступления предпринимателя на рынке определяется тем, что ему удастся сформировать минимально допустимую цену на уровне ниже рыночной цены.

Предприниматель имеет возможность управлять процессом ценообразования, если речь идет о ее минимально допустимом уровне. В этом случае управление ценообразованием связано с поиском путей минимизации издержек производства.

Второй метод воздействия на процесс ценообразования сопряжен с анализом рыночной цены. В этом случае предприниматель выявляет, какие товарные характеристики лежат в основе ценообразования, и как может измениться цена при каком-либо изменении товарных характеристик. В результате товару придаются, по возможности, характеристики, увеличивающие рыночную цену в большей степени, чем издержки.

Управление издержками производства. Здесь в первую очередь следует различать экономические и бухгалтерские издержки. Предприниматель в основном имеет дело с экономическими издержками. Они связаны с возможной реализацией того или иного проекта. Под бухгалтерскими понимаются фактически понесенные издержки.

При рассмотрении экономических издержек обычно оперируют понятием «валовые издержки». Это совокупность постоянных и переменных издержек. С увеличением объемов производства валовые издержки на единицу товара уменьшаются, и наоборот.

Следовательно, увеличение объема производства, при прочих равных условиях, влечет увеличение прибыльности производства. Этот эффект может быть использован как средство увеличения прибыли или в качестве резерва снижения цены на дополнительный товар.

В условиях рискованной поставки товара на рынок, когда уровень спроса точно не известен (например, товар сезонный), предприниматель принимает за расчетный объем 75% фактического объема производства. Остальные 25% планируются в качестве дополнительно производимого товара. В случае нереализации их в сезон они могут быть проданы в ходе сезонной распродажи по более низкой цене, вплоть до уровня переменных издержек.

Разница между ценой товара и размером издержек называется величиной покрытия товара. Она составляет сумму средств, часть которых идет на покрытие постоянных издержек, а оставшаяся часть – на прибыль.

Определение границ объема производства. Минимально допустимый объем производства есть уровень безубыточного производства. Т.е. это такая программа производства, при которой издержки покрываются доходами.

Предпринимателю важно определить для себя приемлемые границы производства – минимально допустимую и максимально возможную. **Максимально возможный объем** зависит от используемых в производстве ресурсов и капитала.

Но также предпринимателю важно определить не только возможные пределы производства, но и его **оптимальный объем**. Под оптимальным понимается такой объем производства, при котором разница между получаемым доходом и суммарными издержками минимальна.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое предпринимательская идея?
2. Дайте определение источнику предпринимательских идей.
3. Назовите основные источники предпринимательских идей.
4. Что включает в себя концепция технологии накопления, отбора и сравнительного анализа идей?
5. Что такое банк предпринимательских идей?
6. Этапы принятия предпринимательского решения и их характеристика.
7. В чем заключается экономическая оценка предпринимательского решения?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг СЗ8 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 10

Внутрифирменное предпринимательство.

1. Сущность внутрифирменного предпринимательства.

Появление внутрифирменного предпринимательства или интрапренерства связано с тем фактором, что многие крупные производственные структуры переходят на предпринимательскую форму организации производства. Поскольку предпринимательство предполагает обязательное наличие свободы творчества, то подразделения целостных производственных структур получают право на свободу действий, что подразумевает и наличие интракапитала -- капитала, необходимого для реализации идей, лежащих в основе внутрифирменного предпринимательства.

Эта идея нашла отражение в организации внутрифирменных рискованных предприятий, или интрапренерства. Это образование от двух слов: "антрепренерство" -- предпринимательство и "интра" -- внутренний.

Под внутрифирменным предпринимательством понимается развитие духа предпринимательства и его осуществление внутри существующего предприятия.

Внутрифирменное предпринимательство заключается в том, что на действующем предприятии, выпускающем определенную продукцию (работу или услуги), создаются условия для выдвижения новаторских предпринимательских идей: - выделяются ресурсы - интракапитал - для их реализации; - оказывается всесторонняя помощь для реализации идеи и ее практического использования.

2. Субъекты внутрифирменного предпринимательства.

Внутрифирменное предпринимательство можно рассматривать как деятельность по производству и реализации товаров и услуг на основе взаимного проникновения предпринимательских возможностей личности и предприятия.

Главным в управлении внутрифирменным предпринимательством является ставка на интрапренера.

Интрапренер - человек, проявивший инициативу для ведения предпринимательской деятельности в рамках сложившегося, действующего предприятия.

Это предприниматель, действующий внутри своей корпорации как владелец собственной фирмы. Он ориентирован на реализацию своей идеи, на достижение конкретного конечного результата. Ему даны полномочия по подбору своей команды - группы единомышленников, которые доведут идею до коммерциализации.

Целью интрапренерства является повышение эффективности предприятия за счет: - активизации и использования творческого потенциала сотрудников; - повышения эффективности использования ресурсов предприятия; - быстрой реакции на изменения потребностей рынка; - быстрой реализации всевозможных нововведений (технических, организационных); - создание основы для дальнейшего развития производства.

3. Факторы, способствующие развитию внутрифирменного предпринимательства на предприятии.

Факторы, способствующие развитию внутрифирменного предпринимательства, делятся на четыре группы:

Первая группа содержит факторы мотивации, касающиеся желания освоить новые сегменты рынка, подчеркнуть существующее конкурентное преимущество или развить новые. Последнее полностью зависит от желания руководителя противостоять внешней среде фирмы и конкурентной среде, в которой она функционирует. Вторая группа объединяет факторы мотивации, связанные с восприятием служащего, как человека, обладающего всеми характеристиками, необходимыми для интрапренерства, и способного создавать новшества в рамках действующей организации. Третья группа включает в себя факторы, связанные с целями роста фирмы. Четвертая группа включает факторы мотивации,

связанные с управлением, производством или маркетинговыми проблемами предприятия, с которыми сталкиваются руководители. При создании интрапренерской организации следует обращать внимание на так называемые категории "интрапренерских трудностей", среди которых наиболее важными являются недостаточно устойчивая политика менеджеров в области инноваций или неосведомленность работников о возможной поддержке интрапренерских идей руководством, а также отсутствие вознаграждения интрапренеров и их команд.

4. Внедрение интрапренерства в организацию.

Организация, желающая создать климат интрапренерства, должна выполнить ряд процедур. Эти процедуры могут выполняться самими работниками, но гораздо эффективнее привлечь внешних консультантов. Последнее особенно важно для организаций традиционного толка, не подвергавшихся значительной перестройке.

Прежде всего необходимо убедиться в том, что высшее и среднее управленческие звенья проявляют заинтересованность в развитии интрапренерства. Без вовлечения этих звеньев, особенно высшего, организации никогда не удастся изменить культуру внутри компании и обеспечить условия для развития интрапренерства.

После того как высшее руководство компании подтвердит свою решимость опробовать концепцию в течение достаточного испытательного периода, необходимо, чтобы с этой концепцией познакомились на всех уровнях организации. Лучше всего это сделать с помощью семинаров, на которых рассматриваются различные аспекты интрапренерства, а также разрабатываются стратегии по преобразованию корпоративной культуры в духе интрапренерства. Готовятся общие направления и принципы развития нового предприятия, ориентированного на интрапренерство.

После того как очерчены предварительные рамки новой структуры и одобрена ее концепция, возникает вопрос об интрапренере: кто им может стать, кому надо отдать предпочтение и какой должна быть его подготовка. Эта подготовка предполагает сосредоточение усилий на мобилизации ресурсов внутри организации, выборе жизнеспособных направлений деятельности и рынков для них, а также разработку соответствующего бизнес-плана.

Необходимо выделить идеи и в общем виде обозначить сферы деятельности, которые высшее руководство берется поддерживать, а также определить величину рискованного капитала, который потребует на начальном этапе реализации замысла. Кроме того, необходимо наметить программные цели и результаты, которые ожидаются от каждого нового предприятия.

Становление и развитие интрапренерства в организации дает ей финансовые (увеличение прибыли, введение в экономический оборот ранее не использовавшихся ресурсов базовых предприятий), стратегические (расширение клиентуры, освоение новых рынков) и технологические (разработка инноваций) преимущества.

5. Интрапренерство как метод стимулирования инновационной активности предприятий.

Внутрифирменное предпринимательство, в научном аспекте выступает в качестве эффективного метода стимулирования инновационной активности крупных диверсифицированных корпораций.

Развитие внутрифирменного предпринимательства определяется интенсификацией инновационного предпринимательства и его осуществлением внутри существующей организации. Внутрифирменное предпринимательство заключается в том, что на действующем предприятии, выпускающем определенную продукцию или предлагающем услуги, создаются условия для выдвижения новаторских идей, выделяются ресурсы для их реализации и оказывается всесторонняя помощь для реализации этой идеи, и её практического использования.

Так как инновационная активность есть суть внутреннего состояния предприятия, которым можно управлять, целенаправленно используя возможности организации, а конкурентоспособность предприятия, напротив, является отражением внешней среды, то интрапренерство будет положительно сказываться на росте и прибыльности тех организаций, где разработана своя интрапренерская модель предпринимательства с учетом её внутренних и внешних характеристик, где создаются необходимые условия экономического и организационного характера, и осуществляется поддержка предпринимательской среды в организации. Тогда, благодаря интрапренерству можно будет более эффективно использовать творческий потенциал сотрудников и увеличить скорость реализации необходимых нововведений в корпоративной структуре.

Интрапренерство является именно тем механизмом, который способен активизировать инновационную деятельность на предприятии любой сферы деятельности.

Интрапренерство позволяет синтезировать предприимчивость, инновационное поведение и передовые технологии малой фирмы с финансовой, маркетинговой мощью и каналами распределения продукции крупного предприятия, что порождает значительное конкурентное преимущество.

Вопросы для самоконтроля:

- 1) В чем сущность внутрифирменного предпринимательства?
- 2) От наличия каких факторов зависит развитие в организациях внутрифирменного предпринимательства?
- 3) На каких принципах основано внутрифирменное предпринимательство?
- 4) Какие задачи, стоящие перед российскими предприятиями позволяет решить внутрифирменное предпринимательство?
- 5) Назовите способы внедрения интрапренерства в организацию.
- 6) Как развитие интрапренерства влияет на интенсификацию инновационного предпринимательства?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 11. Сущность и функции предпринимательского риска.

1. Сущность предпринимательского риска.

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

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

Многие решения в предпринимательской деятельности приходится принимать в условиях неопределенности, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать.

Следует разграничивать понятия «риск» и «неопределенность».

Риск характеризует такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий весьма вероятно и может быть оценено количественно. Неопределенность – когда вероятность наступления таких событий оценить заранее невозможно (например, форс-мажор, наступление которого непредсказуемо и поэтому всегда неожиданно).

Поскольку рынок, прежде всего, это свобода (экономическая), то над предпринимателем могут возвышаться только закон и установленные им самим ограничения. А свободе одного предпринимателя сопутствует свобода других предпринимателей. И наличие предпринимательского риска – это, по сути дела, обратная сторона экономической свободы.

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

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

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

Так, любая предпринимательская деятельность неизбежно связана с расходами.

Убытки имеют место при неблагоприятном стечении обстоятельств, просчетах.

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

1. Материальные (дополнительные затраты, потери имущества, сырья)
2. Трудовые (потери рабочего времени в человеко-часах, человеко-днях)
3. Финансовые (не предусмотренные платежи, штрафы, дополнительные налоги, инфляция, валютные изменения)
4. Потери времени (процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем намечено)
5. Специальные виды потерь (нанесение ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя).

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

2. Классификация предпринимательских рисков.

Существует три основных вида риска.

Во-первых, это риск предпринимателя, или заемщика, который возникает ввиду сомнения насчет того, удастся ли действительно получить ту перспективную выгоду, на которую он рассчитывает.

Во-вторых, это риск кредитора. Он возникает там, где практикуются кредитные операции. Этот риск может быть связан с сомнением насчет обоснованности оказанного доверия, т.е. с опасностью намеренного банкротства или других попыток должника уклониться от выполнения обязательств, а также с возможной недостаточностью размеров обеспечения.

В-третьих, риск связан с возможным уменьшением ценности денежной единицы в связи с инфляцией.

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

Кроме того, риски принято делить на чистые и спекулятивные.

Следует выделить еще две большие группы рисков: статические и динамические. Особенность статических рисков заключается в том, что они практически всегда несут в себе потери для предпринимательской деятельности. При этом потери для фирмы, как правило, означают и потери для общества. В отличие от статического риска динамический риск несет в себе либо потери, либо прибыль для фирмы. Кроме того, динамические риски, ведущие к убыткам для отдельной фирмы, могут одновременно принести выигрыш для общества в целом. Поэтому динамические риски являются трудноуправляемыми.

3. Виды потерь.

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

Потери в производственном предпринимательстве.

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

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

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

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

Потери в коммерческом предпринимательстве.

1. Неблагоприятное изменение (повышение) закупочной цены товара приводит к вероятным потерям.

2. Непредвиденное снижение объема закупки в сравнении с намеченным вызывает уменьшение объема реализации

3. Потери товара в процессе обращения (транспортировки, хранения) или потери качества, потребительской ценности, приводящие к снижению его стоимости.

4. Снижение цены, по которой реализуется товар, снижение объема реализации, увеличение издержек обращения.

Потери в финансовом предпринимательстве.

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

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

Для борьбы с рисками, т.е. для уменьшения возможного ущерба, практически все крупные зарубежные предприниматели имеют специальные подразделения (отделы,

службы), которые разрабатывают комплексные программы, направленные на минимизацию возможного ущерба.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое предпринимательский риск?
2. Назовите отличие понятий «риск» и «неопределенность».
3. Чем характеризуются следующие виды потерь в предпринимательстве: материальные, трудовые, финансовые, потери времени, специальные виды потерь.
4. Виды предпринимательских рисков.
5. Расчет предельной цены риска.
6. Расчет вероятных потерь в производственном предпринимательстве.
7. Расчет вероятных потерь в коммерческом предпринимательстве.
8. Расчет вероятных потерь в финансовом предпринимательстве.
9. Схематическое отобразите зоны риска: безрисковой, допустимого риска, критического риска, катастрофического риска.
10. Опишите процесс управления рисками.
11. Назовите показатели риска и методы его оценки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 12.

Сущность и принципы современной системы налогообложения.

1. Понятие налоговой системы.

В условиях рыночной экономики любое государство широко использует налоговую политику в качестве определенного регулятора воздействия на негативные явления рынка. Налоги, как и вся налоговая система, являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка. Являясь инструментом перераспределения, налоги призваны гасить возникающие сбои в системе распределения и стимулировать людей в развитии той или иной формы деятельности.

Государство подходит ко всем налогоплательщикам с точки зрения единства и всеобщности правил. Порядок налогообложения устанавливается заранее законом, так что размер и срок уплаты налога известен заблаговременно.

С самого начала введения новой налоговой системы вопросам налогообложения малого предпринимательства уделяется большое внимание. Развитие этого направления эффективно по всем параметрам: оно решает социальные вопросы, связанные с занятостью населения, позволяет быстро переналаживать производство и тем самым оперативно реагировать на потребности рынка, делает продукцию экономически конкурентоспособной и т.д.

2. Сущность и функции налогов.

Экономическая сущность налогов непосредственно вытекает из их функций.

Функция налога – это проявление его сущности в действии, способ выражения его свойств, функция показывает, каким образом реализуется общественное назначение данной экономической категории как инструмента стоимостного распределения и перераспределения доходов.

В условиях развитых рыночных отношений налогам присущи следующие функции: фискальная, регулирующая, стимулирующая, распределительная, контрольная.

Фискальная функция (лат. *fiscus* – государственная казна) проявляется в обеспечении государства финансовыми ресурсами, необходимыми для осуществления его деятельности. Это основная функция, характерная для всех государств на различных этапах развития. Посредством ее образуется центральный денежный фонд государства. С развитием рыночных отношений значение фискальной функции возрастает.

Фискальная функция налогов, формируя государственные финансовые ресурсы, создает объективные условия для вмешательства государства в экономику и этим обуславливает регулируемую функцию налогов.

Регулирующая функция. Государственное регулирование осуществляется в двух основных направлениях:

регулирование рыночных, товарно-денежных отношений. Оно состоит главным образом в определении «правил игры», т.е. разработке законов, нормативных актов, определяющих взаимоотношения действующих на рынке лиц, прежде всего предпринимателей, работодателей и наемных рабочих. К ним относятся законы, постановления, инструкции государственных органов, регулирующие взаимоотношения товаропроизводителей, продавца и покупателей, деятельность банков, товарных и фондовых бирж, а также бирж труда, торговых домов, устанавливающие порядок проведения аукционов, ярмарок, правила обращения ценных бумаг и т.п. Это направление государственного регулирования рынка непосредственно с налогами не связано;

регулирование развития народного хозяйства, общественного производства в условиях, когда основным объективным экономическим законом, действующим в обществе, является закон стоимости. Здесь речь идет главным образом о финансово-экономических методах воздействия государства на интересы людей, предпринимателей с целью направления их деятельности в нужном, выгодном обществу направлении. Таким образом, развитие рыночной экономики регулируется финансово-экономическими методами – путем

применения отлаженной системы налогообложения, маневрирования ссудным капиталом и процентными ставками, выделения из бюджета капитальных вложений и дотаций, государственных закупок и осуществления народно-хозяйственных программ и т.п. Центральное место в этом комплексе экономических методов занимают налоги. Маневрируя налоговыми ставками, льготами и штрафами, изменяя условия налогообложения, вводя одни и отменяя другие налоги, государство создает условия для ускоренного развития определенных отраслей и производств, способствует решению актуальных для общества проблем.

Стимулирующая функция. С помощью налогов, льгот и санкций государство стимулирует технический прогресс и социально-экономическую деятельность приоритетных для него направлений, увеличивает число рабочих мест.

Эта функция проявляется в изменении объекта обложения, уменьшении налогооблагаемой базы, понижении налоговой ставки и др.

Распределительная функция, или, вернее, перераспределительная. Посредством налогов в государственном бюджете концентрируются средства, направляемые затем на решение народнохозяйственных проблем, как производственных, так и социальных, финансирование крупных межотраслевых, комплексных целевых программ – научно-технических, экономических и др. С помощью налогов государство перераспределяет часть прибыли предприятий и предпринимателей, доходов граждан, направляя ее на развитие производственной и социальной инфраструктуры, на инвестиции и капиталоемкие и фондоемкие отрасли с длительными сроками окупаемости затрат: железные дороги и автострады, добывающие отрасли, электростанции и др. Перераспределительная функция налоговой системы носит ярко выраженный социальный характер, соответствующим образом построенная налоговая система позволяет придать рыночной экономике социальную направленность, как это сделано в Германии, Швеции и многих других странах. Это достигается путем установления прогрессивных ставок налогообложения, направления значительной части бюджетных средств на социальные нужды населения, полного или частичного освобождения от налогов граждан, нуждающихся в социальной защите.

Осуществляя налоговое регулирование, государство проводит всесторонний экономический анализ экономических систем и осуществляет налоговый контроль.

Поэтому налогам присуща контрольная функция, которая способствует количественному и качественному отражению хода распределительного процесса, позволяет контролировать полноту и своевременность налоговых поступлений в бюджет и в конечном счете позволяет определить необходимость налоговой системы.

3. Принципы налогообложения.

При формировании налоговой системы необходимо руководствоваться следующими принципами:

принципом справедливости, утверждающим всеобщность обложения налогом и равномерность распределения его между гражданами соразмерно их доходам. А.Смит считал справедливыми такие налоги, которые являются всеобщими и учитывают платежеспособность плательщиков. На современном этапе развития налоговой системы юридические и физические лица должны принимать материальное участие в финансировании потребностей государства соизмеримо доходам, полученным ими под покровительством и при поддержке государства;

принципом определенности, требующим, чтобы сумма, способ и время платежа были точно заранее известны плательщику. Неопределенность налогообложения, с одной стороны, приводит к тому, что плательщик может попасть под власть сборщика налогов, а с другой – создает условия уклонения от налогообложения. Кроме того, в условиях неопределенности системы налогообложения в целом, ее нестабильности и непредсказуемости трудно принимать решения, строить стратегию бизнеса;

принципом удобства, который предполагает, что налог должен взиматься в такое время и таким способом, которые наиболее удобны для плательщика. При формировании налоговой системы и введении любого налога должны быть ликвидированы все формальности, акт уплаты налогов должен быть максимально упрощен: уплата налога должна производиться не получателем дохода, а источником выплаты, налоговый платеж приурочивается ко времени получения дохода. С точки зрения этого принципа наилучшими являются налоги на потребление, когда уплата осуществляется одновременно с покупкой товара;

принципом экономии, заключающимся в сокращении издержек взимания налога, в рационализации системы налогообложения. Сегодня он рассматривается как чисто технический принцип построения налога: расходы по взиманию налога должны быть минимальными по сравнению с доходом, который приносит данный налог.

Со временем перечень был дополнен принципами обеспечения достаточности налогов (налогообложение должно строиться таким образом, чтобы обеспечить объем средств для бюджета) и подвижности налогов (налог может быть увеличен или сокращен в соответствии с объективными нуждами и возможностями государства).

Исключительно важным, особенно в условиях федерального государства, является соблюдение принципа четкого разделения налогов по уровням государственного управления. Этот принцип имеет в виду, что каждый орган власти (федеральный, региональный, местный) наделен конкретными полномочиями в области введения, отмены налогов, установления льгот, ставок налогов и иных его элементов.

Суть принципа научного подхода состоит в том, что величина налоговой нагрузки на плательщика должна позволять ему после уплаты налогов иметь доход, обеспечивающий удовлетворение жизненных потребностей.

Вопросы для самоконтроля:

- 1) Кем устанавливается порядок налогообложения?
- 2) Назовите функции налогов.
- 3) Как регулируется развитие рыночной экономики.
- 4) Как проявляется фискальная функция налогов?
- 5) Назовите принципы налогообложения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 13.

Понятие и состав трудовых ресурсов.

1. Понятие трудовых ресурсов.

В процессе ведения своей деятельности при производстве товаров и услуг предприниматель приходит к осознанию того, что эффективность его работы напрямую зависит от квалификации и личностных характеристик персонала.

Трудовые ресурсы – часть населения страны, обладающее необходимым физическим развитием, умственными способностями и знаниями для работы на производстве. Занятое население — население, вовлеченное в производственную и непроизводственную сферы деятельности. К занятому населению относят: работающих по найму, постоянных, временных, сезонных работников; предпринимателей; учеников, осваивающих специальность и получающих заработную плату; частично занятых на производстве студентов и домохозяйек; лиц свободных профессий; военнослужащих.

Персонал предприятий по видам деятельности подразделяют на следующие категории:

1. руководители.
2. специалисты.
3. служащие.
4. младший обслуживающий персонал.
5. рабочие.

По длительности пребывания на предприятии рабочих подразделяют на:

- постоянных,
- сезонных,
- временных.

2. Состав трудовых ресурсов

Все работники по степени участия в производственной деятельности разделяются на промышленно-производственный и непромышленный персонал.

Промышленно-производственный персонал непосредственно участвует в создании материальных ценностей: в производстве и его обслуживании (это работники основных цехов, вспомогательных и обслуживающих труд подразделений, аппарата заводоуправления, научно-исследовательских и опытно-конструкторских отделов и служб предприятия).

Непромышленный (непроизводственный) персонал занят в обслуживании бытовой, социально-культурной сферах (медицинские, санитарные, жилищно-коммунальные службы), школах, детских садах, подсобных хозяйствах.

По характеру выполняемых функций выделяют следующие категории ППП: рабочие, руководители, специалисты, служащие, прочие.

Рабочие непосредственно участвуют в производственном процессе.

Руководители выполняют функцию управления. К руководителям высшего уровня относятся генеральные директора и их заместители; среднего — начальники смены, участка, цеха; низового — мастера, бригадиры.

Специалисты (работают в службах заводоуправления, цехах) заняты инженерной подготовкой, ведут исследования, разрабатывают

Технологию, организацию производства и труда. Специалистами высшего уровня являются главный специалист, начальник управления, отдела, сектора, их заместители;

среднего — инженеры, экономисты, юристы и др.; низового — младшие специалисты, техники, хронометристы, распределители работ.

Служащие выполняют техническое обслуживание производства (копировальщики, чертежники, счетоводы, делопроизводители). Старшими служащими выступают бухгалтеры, статистики; младшими — секретари, курьеры, делопроизводители.

К прочим относятся работники охраны, ученики и др.

Разделение труда по характеру участия в производственном процессе классифицирует рабочих на основных и вспомогательных.

Основные рабочие участвуют в основных технологических процессах. Вспомогательные выделены из категории рабочих в целях:

1. повышения производительности труда основных рабочих путем их освобождения от вспомогательных функций;
2. улучшения условий труда основных рабочих путем поддержания нормальной трудовой обстановки;
3. более полного использования оборудования (ремонт и уход за ним);
4. обеспечения сохранности и экономного расходования средств труда;
5. повышения качества выпускаемой продукции путем организации технического контроля.

3. Профессиональное разделение труда.

Профессиональное разделение труда применяется для руководящих, специалистов, служащих, рабочих. **Профессия** — род трудовой деятельности работающего, связанный с выполнением комплекса работ, характеризующегося определенным методом воздействия на предмет труда путем применения соответствующих орудий труда. **Специальность** — вид трудовой деятельности, отличающейся от профессии более четко ограниченным кругом работ (слесарь-инструментальщик).

Различают два понятия: «профессия» и «должность».

Под **должностью** понимают определенное служебное место в системе предприятия, связанное с выполнением соответствующих работ, характеризующееся определенными правами, обязанностями, ответственностью, полномочиями. **Профессии** различаются по характеру исполняемых работ, характеризуются комплексом теоретических знаний и практических навыков, необходимых для выполнения определенной работы.

Под *квалификацией рабочих* понимают степень овладения профессией, выражающуюся в умении выполнять работы определенной сложности и зависящую от специальной подготовки, приобретенных трудовых навыков и способностей работать. Уровень квалификации выражается *тарифными разрядами*, каждый из которых характеризует степень квалификации. Требования к знаниям и умениям рабочих отражены в Едином тарифно-квалификационном справочнике работ и профессий рабочих (ЕТКС), а требования к знаниям и умениям руководителей, специалистов, служащих — в тарифно-квалификацион-

ном справочнике должностей служащих, руководителей, специалистов (разделы «Должностные обязанности», «Квалификационные требования»).

Под влиянием научно-технического прогресса происходят следующие изменения в структуре персонала: появляются новые профессии; растет удельный вес рабочих, занятых наладкой оборудования, содержанием техники; сокращается удельный вес ручного труда; повышается квалификация.

Вопросы для самоконтроля:

1. Раскройте понятие «занятое население».
2. Какие категории персонала Вы знаете.
3. Как классифицируются работники по длительности пребывания на предприятии?
4. Для чего на предприятии нужны вспомогательные рабочие?
5. Как выражается уровень квалификации работников?
6. Как влияет научно-технический прогресс на изменения в структуре персонала?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 14

Организация оплаты труда.

1. Формы оплаты труда.

В современном предпринимательстве единоличный труд практически изжил себя. При производстве товаров и услуг предприниматель использует наемную рабочую силу, совокупность которой составляет персонал предприятия.

Заработная плата для наемного работника является основной частью личного дохода, а для предпринимателя – это часть издержек производства, плата за использование трудового ресурса.

Организация оплаты труда на предприятии включает следующие основные элементы: формирование фонда заработной платы; нормирование труда; тарификация заработной платы; определение формы и системы заработной платы.

Тарификация заработной платы является основой для ее расчета и представляет собой совокупность нормативов, с помощью которых регулируется заработная плата рабочих и служащих в зависимости от видов производств, квалификационных признаков, характера и условий труда, различных категорий работников. Она включает следующие элементы: тарифные сетки, тарифные ставки и тарифно-квалификационные справочники.

В настоящее время на применяются следующие формы оплаты труда: сдельная; повременная; от валового дохода; на основе КТУ.

1. Сдельная форма оплаты труда начисляется по заранее установленным расценкам за каждую единицу выполненной работы или изготовленной продукции.

2. Повременная форма оплаты труда. Заработок рабочих при этом зависит прежде всего от количества отработанного времени и рассчитывается по установленной тарифной ставке или окладу за фактически отработанное время.

3. Оплата труда от валового дохода встречается в стабильно работающих хозяйствах, где достаточно хорошо поставлен учет выхода продукции и затрат на ее производство по подразделениям и где рабочие регулярно получают доплату за продукцию.

5. Оплата труда с учетом КТУ. Коэффициенты трудового участия представляют собой обобщенную количественную оценку трудового вклада каждого в зависимости от производительности его труда и качества работы.

Премирование. Сотрудники премируются за основные результаты работы по определенным показателям.

2. Сущность заработной платы.

Оплата труда — система отношений, связанных с обеспечением установления и осуществления работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, иными нормативными правовыми актами, коллективными договорами, соглашениями, трудовыми договорами.

Заработная плата — вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера. Минимальная заработная плата (минимальный размер оплаты труда, МРОТ) - устанавливаемый федеральным законом размер месячной

заработной платы за труд неквалифицированного работника, полностью отработавшего норму рабочего времени при выполнении простых работ в нормальных условиях труда.

ТК РФ предусмотрены стимулирующие и компенсирующие выплаты работникам, занятым на тяжелых работах, работах с вредными, опасными и иными особыми условиями труда, а также определены условия оплаты за пределами нормальной продолжительности рабочего времени, в выходные и нерабочие праздничные дни, при изготовлении продукции, оказавшейся браком. Заработная плата каждого работника зависит от его квалификации, сложности выполняемой работы, количества и качества затраченного труда и максимальным размером не ограничивается.

3. Основные системы оплаты труда.

В основе организации оплаты труда лежат следующие системы; тарифная система; система должностных окладов (штатно-окладная система); бестарифная система оплаты; контрактная система. Рассмотрим соотношение тарифной и других систем оплаты.

Тарифная система — совокупность нормативов, с помощью которых дифференцируют и регулируют уровень заработной платы различных групп и категорий работающих в зависимости от квалификационного уровня, условий, тяжести, интенсивности и ответственности выполняемых ими работ.

Система должностных окладов применяется для руководителей, специалистов и служащих. *Должностной оклад* — это абсолютный размер заработной платы, устанавливаемый в соответствии с занимаемой должностью. Он может составлять определенный диапазон — от минимального до максимального значения.

Бестарифная система оплаты состоит в том, что заработная плата работников (от рабочего до директора) представляет долю в фонде оплаты труда и зависит от квалификационного уровня, коэффициента трудового участия, фактически отработанного времени.

Контрактная система основывается на том, что между работодателем и работником заключается договор (контракт) на определенный срок, в котором оговариваются условия труда, обязанности сторон, режим работ, срок действия контракта и уровень оплаты труда (в случае расторжения договора — последствия досрочного расторжения). Для руководителей, специалистов и служащих в контракте может быть установлен порядок определения размера оплаты труда, например в процентах от выручки, доли в прибыли, а также стимулирование труда в форме участия в акционерном капитале.

4. Условия применения форм оплаты труда.

Основными формами оплаты труда являются сдельная и повременная.

Сдельную оплату труда не рекомендуется применять в том случае, если ее применение ведет: к ухудшению качества продукции, нарушению технологических режимов, ухудшению обслуживания оборудования, нарушению требований техники безопасности, перерасходу сырья и материалов.

К условиям применения *повременной оплаты труда* относят:

- отсутствие возможности увеличения выпуска продукции;
- строгое регламентирование производственного процесса;
- сведение функции рабочего к наблюдению за ходом технологического процесса;

■ функционирование поточных и конвейерных типов производства со строго заданным ритмом;

■ возможное приведение к браку или ухудшение качества продукции при увеличении ее выпуска.

При сдельной форме оплаты труда заработок начисляют по заранее установленной расценке за каждую единицу качественно произведенной продукции (выполненной работы).

Сдельная расценка устанавливается за каждую определенную работу (операцию) исходя из тарифной ставки, соответствующей разряду работы, и нормы выработки или нормы времени на данную работу.

Сдельно-премиальная система заключается в том, что рабочему- сдельщику сверх заработка по прямым сдельным расценкам начисляется и выплачивается премия за выполнение и перевыполнение установленных конкретных количественных и качественных показателей работы (рост производительности труда, объемов производства, повышение качества продукции, экономию сырья, материалов, топлива, отсутствие рекламаций).

При *аккордной оплате* размер оплаты труда устанавливается не за каждую производственную операцию в отдельности, а на весь комплекс работ, взятых в целом. Размер оплаты труда определяют по калькуляции, в которой указывают полный перечень всех работ (операций), включаемых в общее задание, их объем, расценку на одну операцию и общую стоимость выполнения всех операций, общий размер оплаты за выполнение задания. Рабочих премируют за сокращение сроков выполнения работ. Окончательный расчет по наряду за работу осуществляют после окончания и приемки всех работ по наряду.

Косвенная сдельная форма оплаты позволяет для обслуживающих рабочих размер оплаты ставить в зависимость от результатов труда обслуживаемых или рабочих-сдельщиков.

Сдельно-прогрессивная форма предусматривает оплату выработанной продукции в пределах установленных норм по прямым расценкам, а изделия сверх нормы оплачиваются по повышенным расценкам согласно установленной шкале.

Повременной называют такую форму оплаты труда, которая определяется по установленной тарифной ставке или окладу за фактически отработанное работниками рабочее время. При *простой повременной форме оплаты труда* заработная плата находится в прямой зависимости от присвоенной работнику тарифной ставки или оклада за фактически отработанное время. По способу начисления заработной платы данная форма оплаты труда подразделяется на почасовую, поденную, помесечную.

Простая повременная оплата труда, дополненная премированием за выполнение конкретных количественных и качественных показателей работы, называется *повременно-премиальной*.

Вопросы для самоконтроля:

1. Как осуществляется оплата труда работников?
2. Назовите элементы оплаты труда.
3. Назовите особенность оплаты труда на основе КТУ.
4. Обязан ли предприниматель ежемесячно выплачивать премию сотрудникам?
5. Какие существуют условия применения повременной оплаты труда.
6. За выполнение каких работ предусмотрены стимулирующие и компенсирующие выплаты?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 15

Сотрудничество партнеров в предпринимательстве.

1. Понятие о предпринимательском договоре.

Партнерские отношения предполагают осуществление определенных прав и обязанностей, которые предприниматель дает своим партнерам при установлении с ними сотрудничества.

Эти права и обязательства закрепляются в договоре, подписываемом предпринимателем и его партнером.

Договор (контракт, соглашение) – письменная форма закрепления партнерских связей.

В договоре фиксируются: предмет договора; взаимные права и обязанности; последствия нарушения договоренности.

В предпринимательстве необходимо различать учредительный договор и предпринимательский договор.

Учредительный договор – это письменный документ, свидетельствующий о волеизъявлении физических или юридических лиц по образованию, учреждению новой организационно-правовой структуры для реализации какой-либо конкретной предпринимательской идеи.

Предпринимательский договор – это волеизъявление сторон по поводу не организации, а осуществления самого предпринимательского процесса, не предполагающего объединения договаривающихся сторон в какую-либо единую организационно-правовую структуру.

Поскольку договор представляет собой компромисс сторон, то и форма, в которой он заключается, носит произвольный характер, хотя существует и почти повсеместно применяются типовые формы договоров. Однако такие типовые формы не носят обязательного характера, они служат лишь основой для заключения какого-либо конкретного договора.

2. Структура предпринимательского договора.

Прежде всего, это относится к структуре самого документа. Любой договор состоит из:

Преамбулы

Основной части

Заключительной части.

Преамбула – это своеобразное введение в договор, которое включает:

название (наименование) договора – купли-продажи, поставки, бартерных поставок и т.д.

указание места и времени заключения договора

фиксирование факта заключения договора в соответствии с теми условиями, которые указываются в тексте договора

наименование сторон; при этом продавец, или передающая сторона, называется первой, а покупатель, или принимающая сторона – второй.

В заключительной части договора указываются:

юридические адреса сторон

все приложения, которые являются неотъемлемыми частями договора

подписи сторон

указание места и даты заключения договора (если это не было сделано в преамбуле).

Основная часть договора содержит в себе три группы условий:

Обычные

Существенные

Случайные

Обычные условия договора это те положения, которые вытекают из нормы закона, регулирующей данные отношения; они включаются во все договоры, независимо от их содержания. Если стороны по какой-то причине не включили в договор обычные условия, то при возникновении спорных вопросов опираются на норму закона.

К существенным условиям относятся лишь те условия, которые характерны для данной сделки, но к другим сделкам они будут вряд ли применимы (например, цена товара за единицу). Именно существенные условия договора составляют тему и содержание обсуждения при переговорах партнеров о заключении сделки.

Случайные условия, в принципе не вытекают из нормы закона и не являются обязательными для включения, но если они включаются в договор по обоюдному согласию сторон, то становятся обязательными для исполнения.

Заключения договора предшествуют переговоры сторон, которые могут вестись в устной форме (например по телефону), путем непосредственной встречи или в письменной форме.

3. Понятие и сущность оферты.

Одна из сторон, являясь инициатором заключения договора, готовит письменное предложение другой стороне в форме проекта договора. Это коммерческое предложение получило название **оферты (оферты)**.

Предлагающая сторона – **оферент**, сторона, которой адресовано предложение – **акцептант**.

Целью любой оферты является быстрое, с первого взгляда, привлечение внимания и вызов интереса у потенциального партнера к предложению.

В оферте важно выделить несколько уровней информации:

1) Что предлагается.

Здесь может быть две концепции:

а) для товаров, предназначенных широкому кругу потребителей, следует применить общепринятое и понятное наименование, избегая сложной тех. и спец. терминологии

б) товары узкопрофессионального или спец. назначения, должны называться точно, с применением тех. терминологии

Эти приёмы позволяют выделить среди общего потока покупателей более вероятных партнёров и определить границы рынка сбыта.

2) Кто предлагает.

Покупатель в общем случае подготовлен: он знает рынок и производителей данного товара, имеет информацию об уровне цен и характерных типах товаров и услуг. Массовый покупатель ищет хороший товар в известной фирме.

3) Важнейшие характеристики товаров и услуг.

Покупатель, имея общее представление о товаре, и при условии, что два предыдущих уровня информации его удовлетворили, начинает изучать показатели товара, приведённые в оферте.

Важно, чтобы эти характеристики детально отражали свойства товара, более важные покупателю.

Необходимо указать характеристики в ЕИ, привычных данной территории (например, не следует указывать баррели и фунты на рынке с метрической системой мер). Перевод вызовет раздражение и потерю интереса к оферте.

4) Условия поставки.

Они значительно повлияют на уровень цены. Где и каким образом можно приобрести и как доставить – актуальнейший вопрос.

5) Оптовые поставки.

Для оптовых поставок должна быть указана ёмкость минимальной поставки (партии); скидки на большие партии и виды упаковок.

6) Цена.

При принятии всех предыдущих условий обсуждается уровень цен и валюта цены. Рекомендуются приводить сравнение цен на продукцию не конкурентов, а на собственную ранее выпущенную продукцию.

В этом же пункте указываются возможные скидки, например скидки для агентов.

7) Сервис и гарантии.

Важно предоставить покупателю информацию о сервисном обслуживании товара, о возможности покупки запчастей и расходных материалов; о гарантийном сроке; обслуживании и ремонте.

8) Срок действия оферты.

Указывается, до какого срока оферент принимает акцепт оферты.

9) Адрес оферента.

При согласии со всеми условиями потенциальным партнёром даётся акцепт.

Акцепт – согласие на заключение контракта в соответствии с предложением, выраженное в конкретной форме (например, в гарантийном письме с указанием полных и точных реквизитов, иногда с приложением банковской гарантии).

Оферта и акцепт должны совпадать по всем важнейшим признакам.

Возможны случаи, когда *оферта и акцепт не совпадают*.

а) Отказ и встречная оферта.

Потенциально приобретающая сторона не согласна с предлагаемым условием оферты. Она делает своё встречное предложение (контроферту) о заключении контракта на своих условиях.

б) Изменение условий.

Акцепт оферты может содержать выставление встречных условий, не указанных в данной первичной оферте.

Обязанностей заключения контракта нет.

в) Акцепт неопределённый.

Такой акцепт содержит дополнительные условия и вопросы. Предлагается согласование или устранение вопросов при встрече или иным способом.

Обязанностей заключения контракта нет.

Умолчание акцептанта является отказом. Если имеется факт получения товаров и услуг с оформлением приёмо-сдаточной документации, это означает акцепт по умолчанию.

г) Отзыв оферты.

По правилам Венской конвенции: отозвать можно ту оферту, которая получена адресатом.

Отзыв будет действителен, если адресат не совершил акцепт. Оферент может отменить оферту (в т.ч. и безотзывную), если адресат получил информацию об её отмене до получения самой оферты.

Различают :

Твёрдую оферту – письменное предложение о продаже определённой партии товара, направленное конкретному покупателю.

На её основе возникают у оферента определённые обязательства.

Свободную (публичную) оферту – предложение о продаже определённой партии товара, направление неопределённому кругу лиц.

Она не порождает для оферента каких-либо обязательств.

Все разнообразие партнёрских связей в предпринимательстве можно сгруппировать по трем основным сферам (направлениям предпринимательского сотрудничества):

- 1) сотрудничество в сфере производства;
- 2) сотрудничество в сфере товарообмена
- 3) сотрудничество в сфере финансовых отношений.

Вопросы для самоконтроля:

1. Дайте определение понятия «учредительный договор».

2. Объясните различия предпринимательского и учредительного договора.
3. В чем заключается сущность оферты?
4. Назовите виды оферты.
5. В каких случаях производится отзыв оферты?
6. Что такое «акцепт»?
7. Назовите направления предпринимательского сотрудничества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.**, Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.**, Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Факторинг как форма финансирования бизнеса.

1. Сущность факторинга.

Факторинг – продажа дебиторской задолженности специализированному финансовому институту, факторинговой компании, обычно без права обратного требования. Один из методов финансирования.

Факторинг представляет собой операцию по приобретению факторской компанией или банком права на взыскание долга. Тем самым поставщик освобождается от кредитного риска, связанного с возможной неуплатой долга. Факторинговые операции впервые стали применяться американскими банками. Компания, покупающая денежные требования, называется фактор фирмой, или факторинговой компанией. Факторинг (Factoring – посредник).

Факторинг – финансовая комиссионная операция, при которой клиент переуступает дебиторскую задолженность факторинговой компании с целью:

- незамедлительного получения большей части платежа;
- и гарантии полного погашения задолженности;
- и снижения расходов по ведению счетов.

Обычно клиентом является поставщик, уступающий факторинговой компании право получения платежа за поставленные товары или оказанные услуги. Факторинговая компания сразу оплачивает клиенту от 70 до 90% требований в виде кредита, а остаток (за вычетом процента за кредит и факторинговой комиссии за услуги) предоставляется после взыскания всего долга.

2. Экономическое содержание факторинга.

Первоначально *факторинг* возник как операция торговых посредников, а затем приобрел форму кредитования. При цессии дебиторской задолженности фирма сохраняет право собственника на дебиторскую задолженность. Когда фирма осуществляет факторинг своей дебиторской задолженности, это означает, что она продает свои счета факторинговой компании. Продажа эта может происходить или с правом или без права обратного требования в зависимости от типа соглашения. Факторинговая компания имеет кредитный отдел и проводит кредитные операции по счетам. Основываясь на своих данных кредитного анализа, факторинговая компания может отказаться от покупки счетов, которые она сочтет слишком ненадежными. Хотя при факторинге часто предусматривается уведомление клиентов фирмы о продаже их счетов и том, что оплата по этим счетам теперь должна пересылаться прямо в факторинговую компанию, во многих случаях уведомление не делают. Клиенты продолжают пересылать средства фирме, которая в свою очередь индоссирует их в пользу факторинговой компании. Эти индоссаменты фирма обычно скрывает, чтобы клиент не узнал о продаже счетов.

3. Затраты факторинга.

За нанесение риска и обсуждении дебиторской задолженности факторинговая компания получает комиссионные, которые обычно составляют около 1% номинальной стоимости дебиторской задолженности. Величина комиссии варьируется в зависимости от размера отдельных счетов, объема задолженности по ним и их качества. Так как

задолженность, проданная факторинговой компании, инкассирована на протяжении определенного периода, фирма может захотеть получить оплату за продажу дебиторских счетов до того, как будет выплачена задолженность. По этому авансу она должна выплачивать определенный процент. Авансовый платеж является кредитной составляющей функции факторинговой компании в дополнение к риску и обслуживанию дебиторских счетов. За выполнение этой дополнительной функции компания требует компенсацию.

4. Механизм факторинга как формы кредитования.

Обычно факторинговые соглашения заключают на длительный срок. По мере того как, появляются новые дебиторские счета, их продают факторинговые компании, а счет фирмы кредитуются. Затем фирма использует по мере возникновения потребности в них. Иногда факторинговая компания разрешает фирме в период острой потребности в средствах осуществлять овердрафт с ее счета и, таким образом брать необеспеченную ссуду. В других случаях факторинговая компания может снять часть средств со счета для образования резерва защиты и потерь. Основные источники факторинга – коммерческие банки, факторинговые филиалы банковских холдинговых компаний и факторинговые компании со стажем. Некоторые люди критикуют компании, оказывающие факторинговые услуги, большинство же считает это вполне приемлемым методом финансирования. Основным недостатком этого метода состоит в том, что он может оказаться дорогим. Однако мы должны учитывать, что факторинговая компания зачастую освобождает фирму от учетных операций, связанных с коммерческим кредитом, издержек по обслуживанию дебиторской задолженности и расходов по инкассированию. Для небольшой фирмы экономия на этих расходах может иметь большое значение.

Факторинговое кредитование отличается от коммерческого кредитования кредитора. В случае факторинговых операций кредитор получает за проданный товар платеж наличными, а в случае коммерческого кредита - вексель, который затем учитывается в банке, где обслуживается кредитор. При этом сумма, полученная кредитором при учете векселя, будет меньше, чем при продаже счета-фактуры.

5. Виды факторинга.

Различают два вида факторинга: скрытый и открытый.

При *открытом факторинге*, покупая требования, фактор-фирма применяет открытую цессию, т. е. Сообщает покупателю (дебитору) об уступке требований кредитором. В случае использования *скрытого факторинга* покупатель не информируется о продаже обязательств фактор фирме, не сообщается также никому из контрагентов кредитора о кредитовании его продаж факторной компанией.

Использование факторинга наиболее эффективно для небольших, и средних предприятий, расширяющих объемы продаж или входящих на новые рынки, а также для вновь создаваемых компаний, испытывающих недостаток денежных средств из-за несвоевременности поступления платежей от дебиторов, наличия чрезмерных запасов, трудностей в организации производственного процесса. Факторинг дает возможность кредитору ускорить оборот капитала. Часто указанные фирмы имеют неблагоприятную структуру баланса, из-за чего их кредитный статус не позволяет получать доступ к банковскому кредиту. Посредничество фактор фирм в этом случае позволяет решить проблему краткосрочного кредитования. Помимо этого, посредничество факторинговой компании позволяет сократить управленческие расходы, повысить эффективность коммерческой работы, так как наряду с бухгалтерским обслуживанием фактор фирма

осуществляет кредитный контроль по сделкам клиента, проводит общий анализ хозяйственной деятельности фирмы, ее сбытовой стратегии, конъюнктуры рынка.

Из всего многообразия форм сотрудничества производственную кооперацию. Под производственной кооперацией понимается такая форма сотрудничества, когда каждый из партнеров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного процесса. Доход же, получаемый по окончании данного производственного цикла и реализации произведенного товара, делится между партнерами в точном соответствии с долей каждого партнера в общем объеме работ. Выделяют производственную кооперацию, сбытовую кооперацию и производственно-сбытовую кооперацию.

Вопросы для самоконтроля:

1. Дайте определение факторинга.
2. Назовите виды факторинга.
3. В чем отличие факторингового кредитования от коммерческого?
4. Для каких предприятий наиболее эффективно использование факторинга?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

1. Франчайзинг – форма предпринимательства.

Франчайзинг – система передачи или продажи лицензий на технологию и товарный знак. Сущность франчайзинга заключается в том, что фирма франчайзер, имеющая высокий имидж на рынке, передает неизвестной потребителям фирме франчайзи право, т.е. лицензию (франшизу), на деятельность по своей технологии и под своим товарным знаком и получает за это определенный доход. Основным принцип франчайзинга – сочетание франчайзера с капиталом франчайзи.

Преимущества франчайзинга в следующем: во-первых, это готовая ниша рынка, во-вторых, полный пакет четких инструкций о материалах, сырье, оборудовании, поставщиках, системе сбыта, методах и приемах работы, в-третьих, работа под известной и уважаемой торговой маркой, в-четвертых, получение относительно дешевой и качественной рекламы различного масштаба – от местной до международной, и наконец, это возможность покупки у франчайзера необходимого оборудования и материалов со скидками.

Различают несколько видов франчайзинга. **1. Товарный.** крупный производитель продает дилеру-франчайзи право на продажу и сервисное обслуживание товаров соответствующей марки; реализация продукции конечным потребителям осуществляется от имени франчайзера (например, система фирменных бензоколонок). **2. Производственный.** Продажа франчайзи технологий и сырья для изготовления определенного продукта (например, производство безалкогольных напитков из концентратов по технологии «Кока-Кола»). **3. Деловой.** Приобретение лицензии на так называемый «бизнес-формат», охватывающий практически все элементы хозяйственного цикла крупного предприятия (например, сеть общественного питания «Макдональдс»).

Основу взаимоотношений франшизодателя и франшизополучателя определяет договор франшизы (который нередко называют договором коммерческой концессии). Поскольку отношения франчайзинга связаны с передачей целого ряда преимущественных прав договор франшизы подлежит обязательной государственной регистрации органами, уполномоченными осуществлять регистрацию юридических лиц.

Обычно договор заключается на срок от 3 до 15 лет (средний срок – 7 лет).

Договор может определять территорию, на которой будут производиться или реализовываться товары. Размер территории, объемы операции и место их проведения (торговая сеть) четко оговариваются, исходя из стремления франшизодателя не допустить перенасыщения рынка данными товарами и услугами, и тем самым не понизить конкурентоспособность торговой марки или фирменного знака обслуживания. Поэтому нередко могут указываться размеры квот (допустимые объемы производства), ограничение мест проведения операций, рекламные ограничения и т.п.

2. Права и обязанности участников сделки.

Договор определяет обязанности франшизодателя, выделяя обязательства до начала реализации франшизы и в процессе хозяйственной деятельности франшизополучателя. Эти обязанности носят характер продолжающихся консультаций и помощи в процессе поиска и развития новых видов товаров, в проведении рекламных компаний и маркетинговых исследований, торговой и ценовой политики. Франшизодатель имеет право осуществлять постоянный контроль действий франшизополучателя, а также качества производимой продукции.

Франшизополучатель должен производить товары ли оказывать услуги, качество которых не должно быть ниже, чем у франшизодателя. Он должен неукоснительно проводить политику франшизодателя в области ценообразования, рекламы, сбыта, управления и т.д. он может производить или продавать товары только своего франшизодателя. Наконец, франшизополучатель обязан уплачивать определенную долю

прибыли франшизодателю, а также осуществлять платежи за предоставленную технологию, лицензии, оборудование и т.д. Это могут быть платежи по типу паушальных (единовременной выплатой), по типу роялти (периодические) или их комбинации. Оплата на базе паушального платежа предпочтительна в тех случаях, когда франшизополучатель имеет достаточные стартовые денежные средства (собственные накопления или заемные средства в виде банковских или коммерческих кредитов), при отсутствии таковых целесообразен выбор платежей на базе роялти, когда платежи начинают осуществляться после начала производственной деятельности.

3. Типы договорных отношений.

В экономической литературе различают два типа договорных отношений.

Первый получил наибольшее применение в сфере торговли. Суть его состоит в том, что фирма – франчайзи узко специализирована на реализации одного вида товаров и услуг и получении фиксированной доли от общего объема продаж. По такой форме договора работает большинство фирм – франчайзи по торговле автомобилями, автосервисов, бензоколонок.

Другой тип договорных отношений значительно сложнее. Мелкая фирма – франчайзи работает не просто под торговой маркой франчайзера, а включается в полный производственно – хозяйственный цикл крупной корпорации, выполняя с ней требования технологического процесса, качества, обучение персонала, выполнение плана продаж, оперативной отчетности. Все это приводит к особо ответственности мелкой фирмы.

Франчайзинг пока мало практикуется в России, хотя в новом Гражданском кодексе РФ он рассматривается как типичный договор современного рынка, требующий законодательного урегулирования. Одним из оснований введения законодательного регулирования франчайзинга является необходимость защиты прав потребителей.

Продажа другим предприятиям права на использование своего товарного знака под разносторонним контролем и под защитой закона позволяла владельцу расширить границы своего бизнеса без больших капитальных и текущих затрат.

Деловой франчайзинг является наиболее популярным способом франчайзинга. При этом способе франчайзер продает лицензию частным лицам или другим компаниям на право открытия магазинов, киосков или целых групп магазинов для продажи покупателям набора продуктов и услуг под именем франчайзера.

4. Преимущества франчайзинга.

Смысл и ориентация *франчайзинга* на успех для его участников – факторы, которые отличают его от других концепций бизнеса. Их можно выразить лишь одним всеобъемлющим словом: система, которая предполагает наличие разнообразных дополнительных услуг и льгот. Отличительной чертой франшизы является не продукт или услуга сами по себе, а качество системы.

Франчайзинг открывает широкие возможности для бизнесмена. Эта система позволяет осуществлять успешный бизнес, даже если он не велик, дает ему большие возможности для развития, не принося в жертву прав собственности.

Используя франчайзинг, франчайзер стремится получить выгоды от широкого и быстрого расширения своего бизнеса, не прибегая к кредитам и не беря на себя серьезные финансовые обязательства. Франчайзинг позволяет производителям осуществлять большой контроль над условиями реализации своей продукции по сравнению с тем, который они могли бы осуществлять, если бы использовали один из каналов реализации, где отсутствует такая тесная взаимосвязь с агентами или представителями.

Франчайзинг дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь опытом, знаниями и поддержкой со стороны того, кто предоставляет франшизу. Создавая новое предприятие, предприниматель часто не уверен, что ему будет сопутствовать успех. С помощью франшизы предприниматель (бизнесмен) получает соответствующую поддержку и

при реализации продукции, а, кроме того, имеет право воспользоваться именем компании (часто и торговой маркой), обладающей хорошей репутацией на рынке. Однако не следует думать, что желание иметь свое собственное дело и вступление в отношения франчайзинга, - это простое решение проблемы. Здесь следует учитывать возможные факторы риска, которые рассматриваются ниже.

С самого начала франчайзингового предприятия деловые и юридические аспекты тесно связаны. Например, сразу после того, как сделано предложение о франчайзинге, название и торговая марка, которые будут использоваться, должны быть зарегистрированы. Эти действия будут только началом постоянного внимания за незаконным использованием торговой марки.

Одним из основных преимуществ покупки франшизы является то, что предприниматель получает возможность избавиться от головной боли, связанной с началом нового бизнеса на пустом месте. Франчайзер, как правило, представляет план с четкими инструкциями по поводу организации предприятия. При этом ему даются рекомендации по размещению предприятия, если эти вопросы не определены заранее. При предоставлении франшиз на розничную торговлю во многих случаях, как, например, это делает компания МакДональдс, проводятся маркетинговые исследования, главной целью которых получение уверенности в том, что новое предприятие достигнет поставленных перед ним целей. Оценка интенсивности спроса, особенностей городской инфраструктуры, демографических тенденций, график роста деловой активности в регионе, уровня конкуренции и т.п. Является важной составляющей при принятии решения о том, где разместить предприятие. Часто франшиза предполагает наличие определенного имени, которое дает предпринимателю достаточно быстрое признание в определенном рыночном пространстве. Это, естественно, не гарантирует успеха, но обеспечивает условия для начала предпринимательской деятельности с положительной репутацией.

Соглашаясь на контроль со стороны франчайзера по многим вопросам организации ведения бизнеса, предприниматель получает определенные преимущества, поскольку благодаря этому у него появляется возможность извлечь пользу из чужой многолетней практики проб и ошибок, приобрести готовый опыт в этих важнейших сферах.

Большое значение в ведении и успехе дел имеет *реклама*. При обычных условиях организация широкой рекламы в прессе и на телевидении по каждой отдельной франшизе представляется делом довольно дорогостоящим. Однако в системе франчайзинга вполне возможно объединение предпринимателей, и при внесении доли каждым из них в соответствии с объемом деятельности такая организация в целом в состоянии проводить широкую рекламу в прессе для упрочнения репутации фирмы. Вместе с тем каждый франчайзи может впоследствии направить усилия на продвижение товаров на своей территории в пределах, очерченных соглашением о франшизе.

При государственном регулировании хозяйственной деятельности путем лицензирования и налогообложения серьезное значение имеет организация управления бизнесом. При заключении франчайзингового соглашения даются советы по управлению, предоставляется информация о налогах и других аспектах деятельности компании. Так, предпринимателю франчайзи передаются хорошие зарекомендовавшие себя управленческие решения, ориентированные на успех и обеспечивающее его процветание.

Ключ к успешному развитию франчайзинговой системы – хорошие отношения сотрудничества между франчайзером и франчайзи. Франшиза, которая была продана только с целью получения платы, потерпит неудачу. Франчайзеры, которые не оставят для франчайзи надежды на получение достаточного дохода, также потерпят неудачу. Во франчайзинге нет места проходимцам и жуликам, и их не должно быть. И действительно, большинство известных в мире франчайзеров в настоящее время создают надежные бизнесы для себя и своих франчайзи. Правильная рабочая философия – это не «Сколько капитала я могу получить от франчайзи для расширения своего бизнеса», а «Как мне сделать

франчайзинг таким, чтобы он представлял собой хорошую возможность для бизнеса и чтобы его хотели получить высокопрофессиональные потенциальные франчайзи».

Франчайзинг позволяет бизнесменам развиваться более быстро, чем любая другая система, в этом его огромное достоинство. *Франчайзинг* – проверенная система развития, и никакая другая система не может с ней соперничать по эффективности.

В то же время франчайзинг позволяет использовать энергию, таланты и амбиции людей, которые не выполняли бы работу в традиционных условиях найма, и работу в чужом бизнесе.

5. Формы партнерских связей.

Проектное финансирование это форма партнерских связей в случаях:

А) когда одна из сторон берет на себя обязательство финансировать реализацию предпринимательского проекта другой стороны, а другая сторона обязуется реализовать такой проект в надлежащей форме;

Б) когда одна сторона, имеющая разработанный проект, предлагает другой взяться за его практическую реализацию и обязуется финансировать все работы, связанные с реализацией данного проекта. В обоих случаях вторая сторона обязуется возратить предоставленный кредит обычно в товарной форме, как и при лизинге.

Лицензирование. Основными субъектами данных отношений выступают лицензиар (обладатель каких-либо определенных прав) и лицензиат (тот, кому такие права передаются на постоянной или временной основе). Лицензиар заключает соглашение с лицензиатом, по которому последнему могут предоставляться права на использование технологии производственного процесса, товарного знака, патента и т.п. в обмен на гонорар или лицензионный платеж.

Концессия. Концессия представляет собой договорную форму взаимоотношений предпринимателя с государственным или муниципальным органом власти об аренде хозяйственных объектов, находящихся в монопольной собственности государства или муниципалитета. Объектом такого договора могут быть месторождения полезных ископаемых, природные богатства (лесные массивы, озера и т.д.), а также заводы, фабрики. Предмет договора – эксплуатация объекта договора на условиях, содержащихся в соглашении.

Управление по контракту. Это форма отношений сводится к тому, что один из предпринимателей передает другому ноу-хау в области управления, а второй предприниматель обеспечивает необходимый капитал. Этот метод широко применяется американской фирмой «Хилтон» при организации работы отелей в других странах.

Бартер. Это простой обмен товаров определенной стоимости на другие товары равной стоимости.

Бартерные операции не предполагают никаких денежных расчетов между контрагентами. Особенности бартера заключаются в следующем: 1) в сделке всегда участвуют два контрагента; 2) контракт составляется один; 3) операции не предполагают денежных расчетов; 4) первым этапом бартерных сделок всегда является согласование стоимости. Это необходимо, чтобы обеспечить эквивалентность обмена, определить сумму страхования товара, рассчитать штрафы при невыполнении обязательств, рассчитать величину уценки при поставке недоброкачественных товаров и т.д.

Все бартерные сделки можно разделить на две группы: *вынужденный бартер* – обмен, когда предприятие получает такой продукт, который оно не приобретало бы совсем, либо покупало его или его заменитель у других поставщиков, если располагало бы достаточными финансовыми ресурсами; *добровольный бартер* – обмен, когда предприятие получает продукт, который оно все равно купило бы (при наличии необходимых финансовых ресурсов) у тех же поставщиков.

Встречная поставка. Предприниматель имеет товар, и сбыть его на обычных условиях не может. Но он знает, что в данном товаре нуждается другой предприниматель,

который не может оплатить поставку наличными, но позже может поставить другой товар, который необходим первому предпринимателю. Если разрыв во взаимных поставках при этом будет превышать 6 месяцев, то такую операцию можно отнести к встречным поставкам.

Коммерческая триангуляция. В осуществлении бартерной операции могут принимать участие не две, а три (и более) стороны, когда того требует поиск необходимого товара. Предприниматель может поставить товар партнеру А, но у него есть товар, в котором предприниматель не заинтересован. Партнер Б имеет нужный товар для предпринимателя и заинтересован в товаре, которым обладает партнер А. в этом случае можно вести переговоры о совершении сделки коммерческой триангуляции.

Коммерческая триангуляция может выступать и в качестве операции, не являющейся, по сути, бартером. Это может происходить на таких условиях: предприниматель поставит товар партнеру, а оплату товара в пользу предпринимателя произведет партнер В, с которым у него нет никаких связей.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какова сущность франчайзинга?
2. Кратко охарактеризуйте все формы сотрудничества в сфере производства: производственная кооперация, лизинг, франчайзинг, проектное финансирование, концессия, лицензирование, управление по контракту.
3. Кратко охарактеризуйте все формы сотрудничества в сфере товарообмена: бартер, встречная торговля, коммерческая триангуляция.
4. Какие виды бартерных сделок вы знаете?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5
3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.,** Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.,** Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 19.

Роль инноваций в предпринимательской деятельности.

1. Инновационная политика предприятия.

Инновационная деятельность предприятия – деятельность, связанная с трансформацией научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новой или усовершенствованный продукт (товар, работа, услуга, технология), потенциально востребованный рынком.

Инновация – конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке.

Инновационная деятельность по разработке, внедрению, освоению и коммерциализацией новшеств включает:

- проведение научно-исследовательских и конструкторских работ по разработке идеи новшества, проведению лабораторных исследований, изготовлению лабораторных образцов новой продукции, видов новой техники, новых конструкций и изделий;

- подбор необходимых видов сырья и материалов для изготовления новых видов продукции;

- разработку технологического процесса изготовления новой продукции;

- проектирование, изготовление, испытание и освоение образцов новой техники, необходимой для изготовления продукции;

- разработку и внедрение новых организационно-управленческих решений, направленных на реализацию новшеств;

- исследование, разработку или приобретение необходимых информационных ресурсов и информационного обеспечения инноваций;

- подготовку, обучение, переквалификацию и специальные методы подбора персонала, необходимого для проведения НИОКР;

- проведение работ или приобретение необходимой документации по лицензированию, патентованию, приобретению ноу-хау;

- организацию и проведение маркетинговых исследований по продвижению инновации и т.д.

Наиболее характерными показателями нововведений являются такие показатели, как абсолютная и относительная новизна, приоритетность и прогрессивность, уровень унификации и стандартизации, конкурентоспособность, адаптивность к новым условиям хозяйствования, способность к модернизации, а также показатели экономической эффективности, экологической безопасности и пр. Все эти показатели новшества являются, по сути, возложением показателей технико-организационного уровня нововведения и его конкурентоспособности.

Доходная составляющая инновационного процесса формируется в виде поступлений от продажи технологии, производства «под ключ», «готова» действующего бизнеса, самой продукции, а также доходов от торговли объектами промышленной собственности и существует в условиях практического отсутствия конкуренции на соответствующих рынках. Дохода от инновационной деятельности и являются стимулирующим фактором при принятии решения об участии в этой деятельности и ее поддержки.

2. Венчурное предпринимательство.

В последнее время наиболее интенсивное развитие в развитых странах получило так называемое венчурное предпринимательство.

На сегодня единого определения венчурного предпринимательства пока не существует. В целом *понятие венчурный* означает рисковый. *Венчурный капитал* – это долгосрочный, рисковый капитал, инвестируемый в акции новых и быстрорастущих компаний с целью получения высокой прибыли после регистрации акций этих компаний на фондовой бирже.

Венчурные предприниматели предоставляют новым фирмам следующие услуги:

- финансовые консультации;
- консультации по вопросам корпоративной и маркетинговой стратегии;
- новые идеи относительно развития фирмы и противодействие застою;
- контакты и информация о рынке;
- подбор управленческого персонала для фирмы.

Предприятия венчурного типа выработали для себя критерии, соответствие которым обеспечивает большую доступность к капиталам инновационных фирм. Эти критерии включают следующие рекомендации малым фирмам:

1. Создавать компании, опираясь на опытного управляющего, хорошо знающего рынок и потребителей.

2. Разработку новой технологии тесно увязывать с исследованиями рынка. Фирма должна заранее знать, где и каким образом новый продукт займет место на рынке, каков возможный объем реализации и по какой цене.

3. Учитывать капиталоемкости новой технологии или продукта, отдавая предпочтение менее капиталоемким.

4. Наличие прочной системы распределения, которая ускорит связь с потребителем.

5. Способность осуществлять эффективную деятельность в первый период финансирования (не только разработать опытный образец, но, например, наладить его производство).

6. Комплексная и глубокая оценка преимуществ разрабатываемой технологии, которая должна быть не только выгоднее потребителю по стоимости, но быть экономически эффективной.

3. Роль венчурного предпринимательства в современной экономике.

Опыт развитых стран свидетельствует о том, что венчурный бизнес стал самостоятельной частью рынка и важной с точки зрения поддержки научно-технического прогресса.

По мнению специалистов, *венчурный капитал* стал механизмом, который позволяет реализовать нововведения на самых критических этапах их освоения и коммерциализации, т. е. там, где другие механизмы не всегда срабатывают.

В целом анализ практики функционирования венчурных компаний показывает, что такая форма экономической деятельности на сегодня является наиболее адекватной современным тенденциям научно-технического развития и эффективной для развития высокотехнологического инновационного предпринимательства и технологической модернизации экономики.

Повышение технико-организационного уровня производства в конечном итоге проявляется в уровне использования основных элементов производственного процесса: труда, средств труда и предметов труда. Вот почему такие экономические показатели, как производительность труда, фондоотдача, материалоемкость, оборачиваемость оборотных средств, отражающие интенсивности использования производственных ресурсов, являются показателями экономической эффективности повышения уровня применяемой новой

техники и технологии. Это частные показатели интенсификации наряду с ними используются обобщающие.

Все обобщающие показатели, - характеризующие повышение экономической эффективности мероприятий по техническому и организационному развитию, объединяется в следующие группы:

- приращение производительности труда, относительное отклонение численности работающих и фонда оплаты труда;

- приращение материалоотдачи (снижение материалоемкости) относительное отклонение в затратах материальных ресурсов;

- приращение фондоотдачи (снижение фондоемкости) – основных производственных фондов, относительное отклонение основных производственных фондов;

- приращение скорости оборота оборотных средств, относительное отклонение (высвобождение или связывание) оборотных средств;

- приращение объема выпуска продукции за счет интенсификации использования трудовых, материальных и финансовых ресурсов;

- приращение прибыли или себестоимости продукции;

- приращение показателей финансового состояния и платежеспособность предприятия.

Таким образом, инновационная деятельность является видом предпринимательской деятельности, поэтому способствовать и развивать инновационную деятельность необходимо не с помощью государственного контроля над инновационным процессом, а созданием благоприятного климата для его активизации.

С введением Налогового кодекса РФ затраты на НИОКР разрешено относить на себестоимость, однако проблема привлечения стартовых финансовых ресурсов на проведение таких работ в России не решена. Сегодня суммы, направленные на погашение заимствований по договорам кредита и займа, не относятся к расходам, учитываемым при налогообложении, а в себестоимость может входить лишь уплата процентов по таким займам. Кроме того, расходами признаются лишь те затраты, которые являются экономически оправданными, а механизма отнесения затрат к экономически обоснованным или необоснованным до сих пор нет. Эти все ограничения делают не выгодным для предприятий привлечение заемных финансовых ресурсов, и сужает круг потенциальных участников инновационного процесса.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое инновации?
2. Какие элементы включает инновационная предпринимательская деятельность?
3. Какие услуги предоставляют фирмам венчурные предприниматели?
4. Определите влияние венчурного бизнеса на развитие экономики.
5. Возможно ли в РФ затраты на НИОКР относить на себестоимость продукции?

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5

3. **Земляк, С. В.** Маркетинг С38 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.**, Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.**, Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Лекция 20

Культура предпринимательства.

1. Этические нормы ведения предпринимательской деятельности.

Этика – в переводе с греческого языка означает философское учение о морали, ее принципах, нормах и роли в обществе (Э.Гегель).

Мораль – это совокупность принципов и норм поведения людей по отношению друг к другу и к обществу (Современный толковый словарь русского языка. М., 2004).

В предпринимательской деятельности этика и мораль выражаются в высоконравственном поведении бизнесменов в процессе проведения различных бизнес-операций.

Предпринимателю следует создать себе имидж порядочного и честного человека, следуя принципам высокой морали. Чаще всего многие начинающие предприниматели недостаточно осознают, что соблюдение принципов морали и этики и создание имиджа порядочного человека являются залогом успешной предпринимательской деятельности.

Нормы морали, прежде всего, опираются на честь и совесть человека. Нельзя заставить бизнесмена быть высокоморальным человеком. Он должен почувствовать эти качества в себе, иметь собственные убеждения на этот счет.

Бизнес – это предпринимательская деятельность, приносящая доход. В процессе предпринимательской деятельности происходит обмен между людьми деньгами, товарами, ресурсами, услугами, различными результатами деятельности. Для обеих сторон, занимающихся обменом, первым неотложным принципом честного бизнеса должны быть правила эквивалентности и равноценности.

В результате соблюдения этих правил происходит справедливый обмен между участниками бизнес-операции, вследствие которого каждый участник остается в выигрышном положении.

В бизнесе не должно быть обмана, нечестного поведения, несоблюдения принципов человеческой морали и этики, так как деятельность предпринимателя связана с риском.

Чаще всего к обману и воровству прибегают начинающие предприниматели, которым нужно приобрести первоначальный капитал для того, чтобы начать предпринимательскую деятельность. Люди, не имеющие моральных устоев, прибегают к аморальным способам ведения бизнеса, оправдывая это тем, что для достижения целей любые средства хороши. Аморальный бизнес является острой проблемой в социальном обществе.

Сложность в решении этой проблемы заключается в том, что нечестных и аморальных предпринимателей трудно привлечь к ответственности за несоблюдение норм морали и этики в бизнесе. Привлечение к уголовной или гражданской ответственности возможно лишь в тех случаях, когда происходит нарушение юридических законов.

В современном мире, в условиях строгой конкуренции в предпринимательской деятельности необходимо развитие высокой морали и нравственности у бизнесмена, иначе его бизнес не будет иметь будущего.

2. Личностные характеристики успешного предпринимателя.

Для того, чтобы стать успешным бизнесменом, человеку необходимо иметь такие качества, как:

- 1) активность, инициативность, деятельность;

- 2) умение извлечь выгоду из неудачи и использовать это для дальнейшего успеха;
- 3) умение, в случае потери всего, начать все сначала;
- 4) прямолинейность;
- 5) творчество;
- 6) настойчивость;
- 7) умение управлять ситуацией;
- 8) гибкость;
- 9) аналитический склад ума;
- 10) оптимизм.

Предприниматель или бизнесмен должен уметь рисковать. Но риск должен быть не безрассудным, а точно рассчитанным. Умение рисковать – это умение просчитывать все возможные варианты, а также способность объяснить все обстоятельства сотрудникам своей организации.

Обязательным качеством предпринимателя является умение внимательно относиться ко всем деталям бизнеса, включая технические, финансовые и маркетинговые вопросы.

Если бизнесмен будет относиться к бизнесу не только как к источнику прибыли, но и как к интересному делу, смыслу жизни, жизненным ценностям, стремясь к собственному совершенствованию, это может помочь ему достичь высоких результатов в процессе предпринимательской деятельности.

Бизнесмен должен ценить и не забывать своих наставников, уметь заключать честные и взаимовыгодные сделки, обладать умением вести переговоры.

3. Морально-этический кодекс цивилизованного предпринимателя.

Морально-этический кодекс цивилизованного бизнесмена включает в себя принципы, которыми должен руководствоваться каждый предприниматель, который стремится к сохранению успешного бизнеса и взаимоуважению с другими предпринимателями.

Каждый уважающий себя бизнесмен должен чувствовать ту границу дозволенного поведения, преступать которую нельзя. Малограмотные и невоспитанные люди нарушают законы морально-этического кодекса в силу своей неосведомленности в этом вопросе. У них есть шанс изменить свое поведение, изучив элементарные нормы предпринимательского поведения. Но существуют бизнесмены, которые прекрасно осознают свое аморальное поведение и действуют так намеренно, ради собственной выгоды.

В начале XX века российскими предпринимателями были выделены основные принципы поведения в процессе предпринимательской деятельности.

1. Будь честен и правдив. Основой успешного предпринимательства, а также залогом устойчивых и гармоничных отношений в бизнесе являются честность и правдивость.

2. Люби и уважай человека. Уважая своих подчиненных, предприниматель обеспечивает себе ответное уважение и авторитет. Люди чувствуют доверие со стороны своего руководителя и стараются приложить все свои способности и знания для достижения отличных результатов.

3. Уважай власть. Уважение к власти дисциплинирует бизнесмена и обеспечивает порядок и соблюдение юридических и административных законов.

4. Будь верен слову. Слово делового человека ценится очень высоко, если оно никогда не расходится с делом. Часто сделки совершаются устно, без составления

документов. В таких случаях успех предприятия напрямую зависит от взаимного доверия участников сделки.

5. Уважай право частной собственности. Уверенность в соблюдении права частной собственности обеспечивает свободному предпринимателю возможность успешно и благотворно трудиться на благо своего государства.

6. Будь целеустремленным. Начиная свою деятельность, предприниматель должен поставить перед собой ясную цель, которую нужно достичь. На пути достижения этой цели нельзя отвлекаться на другие, второстепенные цели.

7. Живи по средствам. Перед началом любой бизнес-операции предприниматель обязан правильно оценить свои возможности и размер своих денежных средств.

Соблюдая эти нехитрые правила ведения предпринимательской деятельности, бизнесмен обеспечивает себе уверенность не только в успешном будущем своего дела, но и создает себе стойкую репутацию порядочного человека.

К сожалению, чаще всего приходится наблюдать неуважение к власти, уклонение от уплаты налогов, несоблюдение законов этики и морали в предпринимательской деятельности.

Бизнесмены, отличающиеся невежеством в вопросах морали, видят в своих клиентах не полноценных участников товарообмена, а лишь источник получения прибыли.

Учебное пособие, названное «Благородным бизнесом», описывает моральный и этический облик современного предпринимателя следующим образом: современный предприниматель должен обладать таким комплексом качеств, как:

- 1) гуманизм;
- 2) доверие и уважение по отношению к другим людям, уважение их профессионализма и компетенции;
- 3) стремление видеть и ценить личностные качества не только в себе, но и в окружающих людях;
- 4) быть убежденным в том, что результаты его труда принесут пользу не только самому бизнесмену, но и государству;
- 5) воспринимать бизнес как творческий процесс;
верить в способности окружающих людей и в их желание развиваться во имя продвижения бизнеса;
- 6) стремиться к самосовершенствованию, умножению своих знаний, изучению новых технологий;
- 7) быть настоящим ценителем науки, культуры, образования;
- 8) соблюдать законы, социальный порядок, уважать государственную власть, любые формы собственности;
- 9) не наносить вреда экологии;
- 10) признавать конкуренцию как необходимую составляющую в предпринимательской деятельности, стремиться к честному сотрудничеству с другими бизнесменами.

Проведя анализ исторически выработанных принципов морали, можно отметить стремление выделить в современных представителях предпринимательства как необходимые деловые качества, так и качества высокоморального и высокоинтеллектуального человека.

4. Внутренняя и внешняя культура предпринимательства.

Культура – это высокий уровень развития какой-либо сферы человеческой деятельности или условий его жизни. Культура предпринимательства представляет собой образ поведения предпринимателей и представление об их ценностях. Культура характеризует уровень воспитания, образования, общения людей, их духовный мир.

Культура предпринимательства включает в себя взаимодействие и общение между участниками предпринимательской деятельности, веру в свое дело, соблюдение высокого качества продуктов своей деятельности.

Культура предпринимательства состоит из внутренней и внешней культуры предпринимательских фирм. Внутренняя культура отображает взаимоотношения участников бизнеса внутри фирмы. Внешняя культура воплощает в себе соблюдение правил культурного поведения предпринимателей по отношению к своим поставщикам, потребителям, покупателям и другим участникам бизнес-операции, с которыми контактирует предприниматель в процессе своей деятельности.

Существуют открытая и закрытая культура поведения предпринимателя. Открытой называется культура, выставленная напоказ, на всеобщее обозрение. А закрытая – является истинным, негласным образом поведения предпринимателя.

Культура предпринимательства, как и мораль, является важным правилом ведения предпринимательского дела, несмотря на то, что правила эти не имеют официального письменного подтверждения.

Имеются две составляющих стороны культуры предпринимательства.

1. Представление предпринимателя о ценностях бизнеса. У каждого предпринимателя существует своя шкала ценностей, свои цели, своя точка зрения на потребителей, спрос на товар, качество товара, способы расчетов затрат и прибыли.

2. Правила и нормы поведения во время проведения бизнес-операций. Каждый предприниматель устанавливает для себя определенные правила и нормы поведения, необходимые для успешного сотрудничества с участниками операций.

Конкретное поведение – поведение предпринимателя в процессе проведения какой-либо бизнес-операции, где он воплощает в жизнь усвоенные им правила и нормы культурного поведения.

Культура предпринимательства включает в себя несколько отраслей, в которых наиболее часто происходит ее проявление: культуру обслуживания, культуру торговли, административно-управленческую культуру.

Культура предпринимательства не является самостоятельным процессом, она объединяет как культуру предпринимателя, так и культуру других участников бизнес-операции, культуру работников, культуру потребителей и покупателей.

Недостаток культуры предпринимательства у современных бизнесменов приводит к образованию посреднического предпринимательства, в котором получение небольшой, но быстрой прибыли ценится бизнесменами выше, чем планирование и проведение крупных бизнес-операций.

5. Социальная политика предпринимателя.

Укреплению авторитета фирмы и ее репутации способствует правильная социальная политика ее руководства.

Предприниматель или бизнесмен должен уметь общаться и работать с людьми. Необходимо помнить о том, что каждый человек является личностью, которая имеет слабые

и сильные стороны. Хвалить сотрудников нужно на людях, а критиковать лучше наедине. Внимание к людям должно являться обязательным качеством любого руководителя.

Тон приказа руководителя должен быть вежливым. Если руководитель дает сотрудникам поручения, которые не входят в их обязанности, они должны быть выражены в форме просьбы. Руководителю необходимо сохранять самообладание при общении с персоналом в любых производственных ситуациях. Поощрения воздействуют на людей больше, нежели наказания.

При необходимости подвергнуть сотрудника критике, руководитель должен быть тактичным и справедливым, учитывая полую принадлежность сотрудника, его возраст и особенности темперамента.

Для того, чтобы удерживать авторитет на нужных позициях, руководителю следует соблюдать некоторые правила общения:

- 1) быть самокритичным;
- 2) не унижать достоинство сотрудников несправедливыми действиями и словами;
- 3) не подвергать преследованию критику сотрудников в адрес руководителя, а принимать ее к сведению для определения стратегии поведения, которая обеспечит укрепление авторитета и изменит отношение сотрудников в лучшую сторону.

Создание для подчиненных комфортных морально-психических условий и благоприятной атмосферы взаимопонимания способствует успешному существованию и производственному развитию фирмы. Руководителю важно уметь управлять своим поведением: соблюдать вежливость, приветливость, улыбаться и поддерживать хорошее настроение у себя и у своих работников.

Бизнесмен должен научиться воздействовать на своих сотрудников, не оскорбляя их достоинства.

Для этого необходимо соблюдать ряд правил:

- 1) выражать людям свою признательность, хвалить их за хорошую работу;
- 2) критиковать не только ошибки других людей, но и свои ошибки и промахи;
- 3) приказы отдавать в форме просьбы;
- 4) отмечать даже мелкие удачи сотрудников своим одобрением;
- 5) выражать людям доверие;
- 6) давать возможность людям высказать свое мнение и предложения;
- 7) создавать такие условия для работы и общения, в которых человек будет чувствовать себя комфортно.

Таким образом, в процессе предпринимательской деятельности бизнесмену или предпринимателю необходимо приобрести навыки межличностного общения и поведения в деловых кругах. От этого зависит успешное существование его фирмы и развитие деловых контактов с партнерами по бизнесу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

а) основная литература (библиотека СГАУ)

1. **Веретенникова, И.И.** Экономика организации (предприятия)/ И.И. Веретенникова, И.В. Сергеев. - М.: Юрайт, 2013. – 268 с. - ISBN 978-5-9916-1175-6
2. **Синяева, И.М.** Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы. Учебное пособие./ И.М. Синяева.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 268 с. - ISBN 978-5-394-01278-5

3. **Земляк, С. В.** Маркетинг СЗ8 в предпринимательской деятельности : Учебник под ред проф. Л. П. Дашкова / С.В.Земляк, В.В.Синяев. - М.: Дашков и К, 2013. — 268 с.- ISBN 978-5 91131 594-8

б) дополнительная литература

1. **Забелин, П.В.**, Предпринимательский менеджмент./ П.В. Забелин, В. Нестеров, В.Г. Федцов. – М.: ПРИОР, 2005. – 222с. ISBN 5799003748
2. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса. Учебник для вузов. / Н.Ю. Круглова. – М.: РДЛ, 2009. – 560с.- ISBN 5799003748
3. **Малачихина, Н.Н.**, Риск-менеджмент: Учебное пособие./ Н.Н. Малачихина, О.С. Белокрылова. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с. - ISBN 5-222-03806-8

Библиографический список:

1. Алейников А.Н. Предпринимательская деятельность. – М.: Новое знание, 2013. – 304с.
2. Анискин Ю.П. Организация и управление малым бизнесом. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 160с.
3. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс. – М.: Интерпракс, 2014. – 256с.
4. Буянов В.П., Кирсанов К.А., Михайлов Л.М. Рискология (управление рисками): Учеб.пособие. – М.: «Экзамен», 2013. – 384 с.
5. Валигурский Д.И. Предпринимательство: развитие, государственное регулирование, перспективы.: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 332с.
6. Забелин П.В., Нестеров П.В., Федцов В.Г. Предпринимательский менеджмент. – М.: «Издательство «ПРИОР», 2012. – 224с.
7. Кирьянов А.Г., Максимов В.А. Основы инновационного предпринимательства. – Ростов н/Д: Феникс, 2012. – 160с.
8. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса. Учебник для вузов. – М.: Издательство РДЛ, 2012. – 528с.
9. Малачихина Н.Н., Белокрылова О.С. Риск-менеджмент: Учебное пособие. – Ростов н/Д: «Феникс», 2014. – 320 с.
10. Организация предпринимательской деятельности.: Учебное пособие/Под ред. А.С. Пелиха. Ростов н/Д : Издательский центр «МарТ», 2012. – 336 с.
11. Особенности предпринимательства в переходной экономике//Экономист, 2011. - №1.
12. Основы предпринимательства. Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 512с.
13. Оценка рисков в предпринимательской деятельности//Маркетинг в России и за рубежом, 2012. - №4.
14. Пелих А.С. Бизнес-план или как организовать собственный бизнес. – М.: «Ось-89», 2014. – 96 с.
15. Помпеев Ю.А. История и философия отечественного предпринимательства. – СПб, 2002. – 272 с.
16. Предпринимательство и нововведения//МэиМО, 2013. - №9.
17. Сметанин С.И. История предпринимательства в России. – М.: Палеолит; Логос, 2012. – 196 с.
18. Тэпман Л.Н. Предпринимательское управление. Зарубежный опыт. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 220с.
19. Экономика предпринимательства: курс лекций: Учебное пособие. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2011. – 240 с.