

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОУ ВПО ЛНР «ЛУГАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА**

И.А. Денисенко, Л.В. Куделя, В.И. Сулейманова

**ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Учебное пособие
для студентов очной и заочной форм обучения
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»


КНИТА
Луганск
2020

УДК 338.22(075.8)

ББК 65.290я73

ДЗЗ

Рецензенты:

- Гончаров В. Н.** – профессор кафедры государственного управления и таможенного дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко», доктор экономических наук, Заслуженный деятель науки и техники Украины, академик Международной академии науки и практики организации производства (Российская Федерация), профессор;
- Иванюк И. В.** – и. о. заведующего кафедрой финансов, учёта и банковского дела ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко», кандидат экономических наук, доцент;
- Припотень В. Ю.** – заведующий кафедрой менеджмента ГОУ ВПО ЛНР «Донбасский государственный технический университет», доктор экономических наук, доцент.

ДЗЗ **Организация предпринимательской деятельности** : учебное пособие / И.А. Денисенко, Л.В. Куделя, В.И. Сулейманова; под редакцией И.А. Денисенко. – ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко». – Луганск : Книта, 2020. – 263 с.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) и представляет собой углублённый учебный курс по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности». Материал издания направлен на приобретение студентами теоретических знаний в части комплексного представления об организации предпринимательской деятельности, в частности рассмотрено непосредственно содержание предпринимательской деятельности, формы и виды предпринимательской деятельности, предпринимательская среда, предпринимательские риски, основы бизнес-планирования, выделены необходимые качества для предпринимателя. Материалы содержат вопросы для проверки усвоения знаний. Предназначено для студентов направления подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата). Учебное пособие содержит развёрнутый материал и может быть использовано магистрантами, аспирантами и преподавателями высших учебных заведений, сотрудниками научных организаций. Может быть полезно предпринимателям и руководителям предприятий.

УДК 338.22(075.8)

ББК 65.290я73

Рекомендовано Учёным советом Луганского национального университета имени Тараса Шевченко в качестве учебного пособия для студентов очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (протокол № 9 от 29 апреля 2020)

© Денисенко И.А., Куделя Л.В., Сулейманова В.И., 2020
© ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко», 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
РАЗДЕЛ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	11
1.1. Понятие, функции, принципы, цели предпринимательства	11
1.2. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности, личностные качества предпринимателя	18
1.3. Классификация предпринимательства	25
1.4. Виды предпринимательства по роду деятельности	27
РАЗДЕЛ 2 ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	37
2.1. Сущность, социально-экономические и организационные формы предпринимательства и предприятия	37
2.2. Коммерческие и некоммерческие организации	57
2.3. Малые предприятия и их роль в экономическом развитии	59
2.4. Предпринимательство в ЛНР	65
РАЗДЕЛ 3 ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА	69
3.1. Предпринимательская идея и цель	69
3.2. Учредительные документы нового предприятия и их подготовка	74
3.3. Формирование уставного фонда предприятия	79
3.4. Государственная регистрация в ЛНР субъектов предпринимательской деятельности	82
3.5. Управление предприятием	84
РАЗДЕЛ 4 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СРЕДА И РЫНОК	90
4.1. Сущность, виды, субъекты экономической активности ..	90
4.2. Предпринимательская среда	94
4.3. Предприниматель и рынок	104

РАЗДЕЛ 5 НАЗНАЧЕНИЕ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА.....	108
РАЗДЕЛ 6 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ	124
6.1. Суть предпринимательского риска	124
6.2. Классификация рисков в предпринимательстве	130
6.3. Факторы, оказывающие влияние на уровень риска.....	134
6.4. Потенциальная угроза потерь в связи с рисками предпринимательской деятельности.....	136
6.5. Управление предпринимательскими рисками и их минимизация.....	140
РАЗДЕЛ 7 ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	150
РАЗДЕЛ 8 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	157
8.2. Оценка финансовой устойчивости	163
8.3. Оценка деловой активности.....	164
8.4. Определение экономической стоимости предприятия .	167
8.5. Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия	169
РАЗДЕЛ 9 КУЛЬТУРА И ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	178
9.1. Культура предпринимательства	178
9.2. Этика предпринимательства	184
РАЗДЕЛ 10 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ И КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНЫ.....	190
РАЗДЕЛ 11 ПАРТНЁРСТВО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ.....	203
11.1. Виды партнёрства в предпринимательстве	203
11.2. Экономико-правовые формы предпринимательства на основе зарубежного опыта сотрудничества	210

РАЗДЕЛ 12 ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ.....	215
12.1. Ответственность предпринимателей	215
12.2. Налоги и сборы, взимаемые с предпринимателей в ЛНР	217
РАЗДЕЛ 13 ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	228
ГЛОССАРИЙ	249
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	257
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	259

ВВЕДЕНИЕ

Предпринимательство как одна из форм проявления общественных отношений способствует повышению материального и духовного потенциала общества, создаёт почву для практической реализации способностей каждого индивида общества.

Предпринимательство оказывает влияние на развитие народного хозяйства, увеличение занятости населения, решение социально-экономических проблем; как вид хозяйственной деятельности наиболее полно раскрывается через характеристику его субъектов, а успех предпринимательской деятельности во многом зависит от способностей и уровня профессионализма руководителей.

Предприниматель – всегда новатор, внедряющий новые технологии, прогрессивные формы организации, менеджмента и маркетинга, также он должен хорошо ориентироваться и разбираться в изменяющейся рыночной и финансовой обстановке, прогнозировать, рассчитывать вероятность возможных потерь, уметь принимать решения, которые обеспечат минимальные затраты и максимально возможную прибыль.

В развитой рыночной экономике предпринимательство как интегрированная совокупность предпринимательских организаций (компаний, предприятий), индивидуальных предпринимателей, а также сложных объединений предпринимательских организаций выполняет следующие функции: общеэкономическую, творческо-поисковую (инновационную), ресурсную, социальную, организаторскую. Некоторые учёные считают, что предпринимательству свойственна и политическая функция, которую осуществляют, как правило, ассоциации (союзы) предпринимателей.

Определяющей в развитой рыночной экономике является общеэкономическая функция, которая объективно

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

Развитие частного предпринимательства создаёт благоприятные условия для экономики: развивается конкуренция, создаются рабочие места, идёт насыщение рынка товарами и услугами. Предприниматель должен рационально и эффективно управлять процессом, экономить ресурсы, применять с умом инновации, мыслить масштабно, неординарно, многовариантно.

Социальные и экономические функции предпринимательства ставят его развитие в ранг первостепенных государственных задач, делают его неотъемлемой составляющей национальной экономики.

Пример Российской Федерации для Луганской Народной Республики как в вопросах развития предпринимательства, так и во всех процессах управления хозяйственным комплексом является весьма показательным. Все современные направления эффективного развития производительных сил и производственных отношений в Российской Федерации (внедрение цифровых технологий, использование стратегического планирования во всех отраслях производства и сферах хозяйствования, меры борьбы с «теневой экономикой» и коррупцией) позволяют существенно повысить экономический, научный, технический, энергетический и

трудовой потенциалы огромной страны и создать для населения комфортную жизнь во всех отношениях. Таким образом, ЛНР и ДНР, бесспорно, должны ориентироваться на такой положительный пример и максимально адаптировать его к сложившимся условиям.

Одним из наиболее актуальных направлений современного развития экономики молодых республик является создание реальных условий для эффективного и динамичного функционирования хозяйствующих субъектов в условиях современных рыночных отношений. Особую остроту приобретает вопрос о повышении предпринимательской активности не только предприятий и отдельных хозяйств, но и всей активной части трудоспособного населения. Практическое решение обозначенных проблем, связанных с необходимостью обеспечения надлежащей работы субъектов хозяйствования, зависит от степени освоения учащимися высших учебных заведений профессиональных знаний и овладения ими соответствующими навыками и опытом.

Учебное пособие «Организация предпринимательской деятельности» представляет собой углублённый учебный курс по одноимённой дисциплине для студентов очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» подготовлено в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата).

Курс дисциплины «Организация предпринимательской деятельности» предусматривает приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков, необходимых для осуществления эффективной предпринимательской деятельности в рыночных условиях хозяйствования.

Целью издания учебного пособия является формирование практических умений и навыков по

организации и эффективному управлению предпринимательской деятельностью.

Задача учебного пособия состоит, прежде всего, в том, чтобы ознакомить будущих специалистов с основами предпринимательства в Луганской Народной Республике, Российской Федерации, Республике Беларусь, и других государствах.

В результате освоения программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» выпускник должен обладать следующими компетенциями, в том числе:

общекультурными:

– способностью использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач (ОК-9);

– способностью занимать активную гражданскую позицию на основе ценностей гражданского демократического общества (ОК-10);

общепрофессиональными:

– способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений (ОПК-2);

– способностью проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учётом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3);

– способностью собирать, анализировать и интерпретировать бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчётах предприятий и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (ОПК-10);

профессиональными, в том числе:

организационно-управленческая деятельность:

– способностью анализировать взаимосвязи между стратегиями с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-5);

информационно-аналитическая деятельность:

– способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли (ПК-10);

– умением применять основные принципы и стандарты финансового учёта для формирования учётной политики и финансовой отчётности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учёта (ПК-15);

– умением проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании (ПК-16);

предпринимательская деятельность:

– способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-18);

– владением навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) (ПК-19).

РАЗДЕЛ 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1. Понятие, функции, принципы, цели предпринимательства

Теория предпринимательства развивалась с развитием хозяйственной деятельности человека. Первым теоретиком в сфере предпринимательства был Ричард Кантильон, работы которого относятся к началу XVIII века. Он первый обратил внимание на расхождения спроса и предложения, на нарушения рыночного равновесия, которые позволяют отдельным людям извлекать спекулятивный доход. Он отмечал рисковую деятельность таких людей, гибкость их хозяйственного поведения, нестандартность принимаемых решений. По Кантильону, *предприниматель* – это человек с непостоянными доходами: фермер, ремесленник, сапожник, портной. Предпринимателем он считал любого, кто покупает по твёрдым ценам, а продаёт по ценам неопределённости. Риск – главная черта предпринимателя. Около 1800 года Жан Батист Сэй следующим образом охарактеризовал предпринимателя: «Предприниматель перемещает экономические ресурсы из сферы с более низкой в сферу с более высокой производительностью и результативностью». Адам Смит считал предпринимателем человека, который использует капитал собственника для извлечения дохода.

В конце XIX века произошло разделение понятий «предприниматель» и «собственник на капитал». В этот период большой вклад в развитие теории предпринимательства внёс Йозеф Алоиз Шумпетер. В своей работе «Теория экономического развития» он рассмотрел экономическую систему не как пассивный процесс обращения фондов, а как постоянно развивающуюся динамическую

систему. В основе такого развития лежат новые комбинации факторов производства. Осуществлять эти комбинации и должен предприниматель. В понятие «осуществление новых комбинаций» Шумпетер вкладывает следующие элементы:

1. Создание новых благ или новых их качеств.
2. Внедрение новых технологий или использование имеющихся технологий, но новым образом.
3. Освоение новых рынков.
4. Получение новых источников сырья и материалов. Эти источники могли существовать и ранее, но не быть вовлечёнными в процесс производства.
5. Осуществление соответственной реорганизации производства.

Следующий этап развития теории предпринимательства – работы Фрэнка Хейнемана Найта и Генриха фон Тюнена. Их заслуга заключается в подробной характеристике самого предпринимателя, как обладателя особых качеств. Кроме того, они проанализировали предпринимательский риск и предпринимательский доход. Эти же вопросы рассматривались Мизесом, Хайеком и Кришнером. В современных трактовках предпринимательства выделяются следующие моменты:

- умение организовать и управлять производством;
- инициативная, новаторская деятельность;
- рискованная деятельность;

Наиболее полное современное определение предпринимательства дают Хизрич и Питерс в своей книге «Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха» – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение от достигнутого [27, с. 19].

Английский профессор Алан Хоскинг утверждает: «Индивидуальным предпринимателем является лицо, которое ведёт дело за свой счёт, лично занимается управлением бизнесом и несёт личную ответственность за обеспечение необходимыми средствами, самостоятельно принимает решение. Его вознаграждением является полученная в результате предпринимательской деятельности прибыль и чувство удовлетворения, что он испытывает от занятия свободным предпринимательством. Но наряду с этим он должен принять на себя весь риск потерь в случае банкротства его предприятия».

Предпринимательство – это особенный вид экономической активности (под которой мы понимаем целесообразную деятельность, направленную на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Исследователи выделяют четыре направления в развитии теории предпринимательства:

1-е направление возникло в XVIII в. и связано с концентрацией внимания на такой черте предпринимателя, как способности рисковать;

2-е направление связано с выделением такой отличительной черты предпринимателя, как инновационность;

3-е направление связано со сосредоточением внимания на личных качествах предпринимателя (способности реагировать на изменения ситуации, самостоятельности в выборе решения, наличии управленческих способностей). Представителями данного направления являются Мизес и Хайек. Они считали, что делом предпринимателя являются не просто эксперименты с новыми технологическими методами, а отбор наиболее эффективных методов, пригодных для потребителей в настоящий момент времени;

4-е направление связано с переносом акцента в предпринимательской деятельности на управленческий акцент и в частности на внутрифирменное предпринимательство или интрапрёнёрство.

В настоящее время в теоретических исследованиях уделяется внимание не только предпринимательству как способу ведения дел на самостоятельной, независимой основе, но и внутрифирменному предпринимательству, или интрапренерству. Термин «интрапренер» был введен в оборот американским исследователем Гиффордом Пиншо. Он же впервые использовал и другой термин, производный от первого, – «интракапитал».

Появление 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.

Предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица [29, с.137–138].

Многими авторами осуществляется отождествление понятий «бизнес» и «предпринимательство», что с практической точки зрения оправдано, однако с точки зрения научной концепции между этими понятиями существует различие: «бизнес» – это среда предпринимательской деятельности, сфера, в которой действуют предприниматели.

Бизнес не организывает, не управляет, не принимает решений.

Предпринимательство же, прежде всего, – это деятельность субъектов. Кто такие предприниматели? Первым предпринимателем считается Марко Поло, взявший в долг товары для реализации.

В средние века предпринимателями называли людей, которые устраивали парады, шествия, руководили общественными работами и государственными программами. В современном понятии даётся следующее определение предпринимателя: «Субъективный (личный) фактор воспроизводства, который способен, не боясь ответственности и риска, на инновационную, инициативную деятельность путём особого соединения факторов производства».

Таким образом, основными чертами предпринимательства являются:

1. Инициативная деятельность.
2. Новаторская деятельность.
3. Деятельность по организации и управлению производством.
4. Рисковая деятельность.
5. Получение предпринимательского дохода.

Какими чертами, качествами должен обладать предприниматель?

1. Умением принимать новаторские решения в стандартных и нестандартных ситуациях.
2. Умением генерировать идеи, превращать их в новые технологии с целью получения дохода.
3. Оперативно оценивать все формы инноваций.
4. Не бояться рисковать, уметь управлять риском, быть готовым принять ответственность.

Данные способности предпринимателя должны обеспечивать ему выполнение основных предпринимательских функций:

1. Своевременное и правильное определение потребностей покупателей и их платёжеспособности.
2. Определение нужного типа товара, объёма его производства, рынка и способа сбыта.
3. Определение оптимальных потребностей в сырье, материалах, основном и оборотном капитале и поиск лучших их источников.
4. Определение и реализация оптимальной технологии производства, позволяющей минимизировать издержки и максимизировать прибыль.
5. Определение оптимальной, для выполнения производственных функций, организационной структуры управления предприятия.

Можно выделить такие важнейшие функции предпринимательства, как: новаторская, организационная, хозяйственная, социальная и личностная.

Новаторская функция – содействие процессу создания новых идей (технических, организационных, управленческих и др.), осуществление опытно-конструкторских разработок, создание новых товаров и новых услуг и так прочее

Организационная функция – внедрение новых методов и форм организации производства, новых форм заработной платы и их оптимальная интеграция с традиционными; рациональное объединение форм разделения труда и основных элементов производственной системы, контроль за ними.

Хозяйственная функция – наиболее эффективное использование трудовых, материальных, финансовых, интеллектуальных и информационных ресурсов.

Социальная функция – изготовление товаров и услуг, необходимых обществу, в соответствии с главной целью, требованиями основного экономического закона.

Личностная функция – самореализация предпринимателя как личности через достижение собственной цели, получения удовлетворения от своей работы.

К основным принципам предпринимательства относят:

- свободный выбор деятельности на добровольной основе;
- привлечение к предпринимательской деятельности имущества и средств юридических лиц и граждан;
- самостоятельное формирование программы деятельности, выбор поставщиков, потребителей изготавливаемой продукции, установление цен в соответствии с затратами производства с соблюдением действующего законодательства;
- свободный наём работников;
- привлечение и использование материально-технических, финансовых, трудовых, природных и других ресурсов, использование которых не запрещено и не ограничено законодательством;
- самостоятельное осуществление предпринимателем (юридическим лицом) внешнеэкономической деятельности;
- использование любым предпринимателем принадлежащей ему части валютной выручки по собственному усмотрению.

Цель предпринимательства сводится к извлечению дохода через производство и поставку на рынок товаров, работ или услуг, и предложении рынку такого товара, на который имеется спрос и который приносит предпринимателю прибыль, а также к общественному признанию, осознанию своей значимости как личности.

Цели предпринимательской деятельности достигаются посредством решения ряда задач:

- выбор наиболее оптимальной организационно-правовой формы предприятия;
- практическое освоение выбранного производственного направления;

– изучение рыночной ситуации, включающей исследование спроса, а также оценку возможностей действующих и потенциальных конкурентов;

– поддержание ликвидности предприятия, то есть постоянного наличия денежных средств и других ликвидных активов, позволяющих осуществлять выплаты по обязательствам (работникам, поставщикам, кредиторам);

– соблюдение экологических и этико-социальных требований, которые предусматривают ответственность предпринимателя перед обществом.

1.2. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности, личностные качества предпринимателя

Предпринимательство является экономической формой реализации хозяйственной деятельности людей. Предпринимательство осуществляется его субъектами. Такую деятельность осуществляют физические или юридические лица.

Субъектом предпринимательской деятельности может быть как индивидуальный предприниматель, так и группа людей, действующих в рамках организации и выступающих с инициативой по выпуску нового товара, реализации новых решений, новых подходов и так прочее. К субъектам предпринимательства относят различных участников экономической деятельности:

1) частные лица в единоличных (индивидуальных) и семейных предприятиях;

2) группы людей, связанные между собой договорными обязательствами и экономическими интересами в партнёрствах, кооперативах, акционерных обществах и так прочее;

3) в отдельных случаях субъектом предпринимательства выступает государство в лице его экономических организаций.

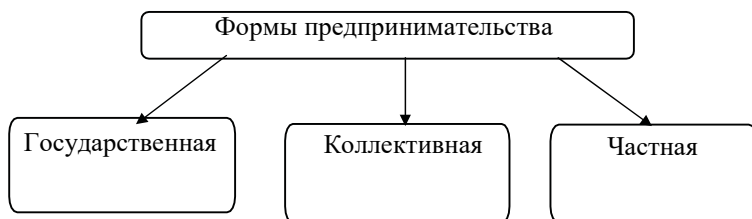


Рис. 1 – Формы предпринимательства

Таким образом различают три формы предпринимательства (рис.1).

Главным субъектом предпринимательской деятельности выступает сам предприниматель, взаимодействующий с:

- потребителем как основным его контрагентом;
- государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника;
- наёмными работниками;
- партнёрами по бизнесу;
- поставщиками.

1. Предприниматели. С точки зрения субъекта предпринимательства они характеризуются разграничением собственности производства и всеобщей доступностью производственной деятельности. Предприниматели осуществляют производство товаров и услуг и предлагают их на рынке, стремятся к прибыли и ведут конкурентную борьбу. Экономической основой является частная собственность на средства производства.

2. Потребители. Они выступают как условие предпринимательской деятельности, поскольку только в результате потребления товаров и услуг создаются

возможности и стимулы для новой предпринимательской деятельности. Основой предпринимательского интереса потребителей является собственность на доход. Суть заключается в том, что потребители стремятся приобрести больше товаров и услуг на свой доход с максимальной его экономией.

3. Люди, работающие по контракту. Деловой интерес их реализуется непосредственно через само предприятие и удовлетворяется его конечными результатами. Почему работник по контракту относится к субъектам предпринимательства? Во-первых, здесь присутствует объект сделки, то есть, рабочая сила, способности, умения, необходимые для предпринимательского дела. Во-вторых, заключая сделку (контракт по найму), обе стороны идут на предпринимательский риск, так как первая сторона (работник) предоставляет свой ресурс, а вторая – капитал. В-третьих, лицо, заключившее контракт по найму, является не только пассивным участником, но и непосредственно заинтересовано в результатах эффективности самой предпринимательской деятельности, поскольку зачастую владеет акциями данного предприятия. Экономической основой является личная собственность на рабочую силу.

4. Государство. Может выполнять различные функции в предпринимательском аспекте. Во-первых, оно может тормозить предпринимательство, если осуществляет неоправданную и противоречащую интересам предпринимательства фискальную политику. Во-вторых, оно может стимулировать предпринимательство путём предоставления льгот, субсидий, государственных заказов и так прочее. И, наконец, оно может просто оставаться нейтральным.

Деятельность государства как субъекта предпринимательства, осуществляется в двух аспектах:

а) социально-экономический – реализуется в форме создания правовых основ предпринимательства, подготовке и переподготовке кадров предпринимательства. Наиболее ярким примером в этом плане является создание «предпринимательских инкубаторов» – формы организации начинающего бизнеса. Такие предприниматели объединены в предоставленных им зданиях, обеспечиваются конторскими работниками, им предоставляются льготные кредиты, осуществляется государственный заказ, а также устанавливается государственный контроль. Все меры направлены на то, чтобы оказать помощь в становлении предпринимательских предприятий. Как правило, такие предприятия покидают «инкубатор» по мере стабилизации экономической и финансовой деятельности – через 4–5 лет. Государство также берёт на себя функции создания инфраструктуры производства: создание банковской системы, страховой и биржевой систем и такое прочее.

б) непосредственное государственное предпринимательство (в некоторых странах государственным структурам запрещено заниматься предпринимательством), которое реализуется в форме:

– создания системы государственных предприятий в отраслях, составляющих часть государственной монополии;

– долевого участия государства в предприятиях (обычно держателя контрольного пакета акций), которые осуществляют виды деятельности с общенациональным или стратегическим значением;

– регулирования предпринимательской деятельности в той или иной форме;

– реализации больших госпрограмм по госзаказам (существует монопольный рынок в лице государства);

– регулировании ставки процента.

Таким образом, к субъектам предпринимательской деятельности относят группы участников рынка:

предпринимателей, потребителей, наёмных работников, государство, партнёров по бизнесу, поставщиков.

Объектом предпринимательства является определённая деятельность. Объектами предпринимательской деятельности являются изготовленная продукция, выполненная работа или оказанная услуга, то есть то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

Объектом предпринимательской деятельности может быть любая деятельность, не запрещённая законом. То есть всё, что способно приносить прибыль. Это имущество, товары (вещи и услуги), деньги и ценные бумаги, информация, результаты интеллектуальной деятельности (патенты, лицензии, произведения науки, литературы, «ноу-хау»).

Объекты предпринимательской деятельности, как правило, могут продаваться и покупаться свободно. В виде исключения купля-продажа отдельных объектов может быть запрещена или ограничена законом (например, торговля оружием, наркотиками, ядами и так прочее).

Объектами предпринимательства являются:

- 1) инновационная деятельность (исследования, разработки, технические услуги);
- 2) производственная деятельность (по выпуску товаров и оказанию услуг);
- 3) торгово-посредническая деятельность.

Главным критерием здесь служит не отраслевая принадлежность, а содержание деятельности.

Личностные качества предпринимателя

Преуспевающие предприниматели должны обладать следующими чертами: быть честными, компетентными, целеустремлёнными, инициативными, проявлять лидерство, уважать мнение других, позитивно относиться к людям,

постоянно учиться, быть готовыми к принятию риска, уметь преодолевать сопротивление внешней среды, проявлять настойчивость в достижении поставленной цели, обладать чувством ответственности, упорства, большой силой воли, иметь творческое начало, быть трудолюбивыми и иметь высокую работоспособность, уметь привлекать необходимых партнёров, иметь коммерческий и финансовый склад ума, уметь законным путём получать причитающееся ему.

Администрация США по делам малого бизнеса (малого предпринимательства) считает, что предпринимателю должны быть присущи следующие наиважнейшие характерные черты, гарантирующие ему успех в самом рискованном предприятии:

- 1) энергия, умение заставить работать;
- 2) умение думать;
- 3) умение строить взаимоотношения с людьми;
- 4) коммуникабельность;
- 5) знание техники и технологии.

Большинство исследователей проблемы о личностных качествах предпринимателей приходят к выводу, что это люди, обладающие склонностью к поиску и внедрению новых идей, изобретений, технологий, люди постоянной инициативы и творчества, неуёмной энергии. Они готовы на разумный, строго рассчитанный риск, ибо без риска нет предпринимательства.

Предприниматели – это люди, способные постоянно и много трудиться, учиться на чужих ошибках, из своих ошибок извлекать уроки, уверенные в своих силах, поэтому они постоянно учатся, изучают все проблемы, связанные с их бизнесом.

Удачливые предприниматели понимают, что постоянно пополняемые знания являются базой предпринимательства. Инструментом, основным рычагом развития предпринимательства выступают инновации, нововведения.

Это смелые люди, умеющие преодолевать сопротивление агрессивной внешней среды.

Для того чтобы проверить свои способности в предпринимательской деятельности, свой предпринимательский менталитет, рекомендуется точно и объективно ответить на следующие вопросы:

1. Какие функции и обязанности (не занимаемые должности) вы выполняли за последние годы?

2. Активны ли вы? Деятельны? Инициативны?

3. Способны ли вы совладать, справиться с напастью или несчастьем? Способны ли проиграть, потерять всё и снова начать свой бизнес?

4. Каково ваше хобби, каковы пристрастия? Можно ли их приложить к вашему бизнесу?

5. Прямолинейны и откровенны ли вы?

6. Агрессивны ли вы?

7. Можете ли вы быть гибким, случись вам встретить непреодолимые обстоятельства? Пасуете ли вы перед силой?

8. Обладаете ли вы аналитическим складом ума? Способны ли вы добраться до корней, до самой сути проблемы, а затем решить её?

9. Торговец ли вы по натуре? Способны ли торговать? Продавали ли вы в действительности когда-нибудь и что-нибудь? Желаете ли вы пойти от одной двери к другой, чтобы попробовать?

10. Готовы ли вы пожертвовать чем-либо лично, пойти на личные жертвы ради вашего нового предприятия?

11. Творческий ли вы человек? Есть ли у вас воображение, способны ли вы на выдумку?

12. Можете ли вы распознать свою нишу рынка?

13. В состоянии ли вы использовать всё то, что имеется под рукой, чтобы начать собственное дело?

14. Как вы справляетесь с неудачей? Сможете ли вы эту неудачу обернуть в свой грядущий рыночный успех?

15. Умеете ли вы быть настойчивым? Возвращаетесь ли назад, чтобы добиться своего?

16. Умеете ли вы работать с людьми?

Утвердительно ответив на вышеназванные вопросы, вы можете организовать собственное дело, стать предпринимателем.

Конечно, для этого процесса необходимы и такие условия как первоначальный капитал, надёжные партнёры, наличие хотя бы минимума опыта по управлению собственным предприятием, умение планировать, контролировать своё дело и так прочее

1.3. Классификация предпринимательства

Предпринимательскую деятельность можно классифицировать по различным характерным признакам: по формам собственности, по законности, по охвату территории, по распространению на различных территориях, по составу учредителей, по численности персонала и объёму выпуска продукции, по темпам роста и уровню прибыльности, по уровню использования нововведений и так прочее

В рыночной экономике предпринимательство развивается в частной и государственной формах собственности. Частная собственность проявляется в форме единоличной (индивидуальной) и коллективной (партнёрской). В Российской Федерации государственная собственность существует в других видах: федеральной и субъектов РФ. Предпринимательство развивается и на муниципальной собственности, а также смешанной форме собственности с иностранными инвесторами.

По признакам законности предпринимательство подразделяется на: законное, незаконное, лжепредпринимательство.

За организацию незаконного предпринимательства и лжепредпринимательства установлена уголовная ответственность.

В зависимости от распространения предпринимательства на различных территориях предпринимательство разделяется на: местное, региональное, национальное, международное, мировое.

В зависимости от состава учредителей (участников) собственного дела выделяют женское и молодёжное предпринимательство.

С точки зрения темпов развития, уровня прибыльности и доходности предпринимательские организации можно подразделить на: быстрорастущие, медленно наращивающие темпы развития компании, высоко прибыльные и низкорентабельные организации, осуществляющие низко рискованные и очень рискованные виды бизнеса.

С точки зрения использования в процессе своей деятельности инноваций, нововведений, новых технологий, постоянного поиска новых возможностей для производства новых товаров, выполнения работ, оказания услуг, завоевания новых рынков сбыта, формирования нового спроса и предложения на основе нового комбинирования факторов производства, применения инновационного менеджмента, прогрессивного маркетинга предпринимательская деятельность является творческой, поисковой, продуктивной в противоположность рутинной, шаблонной, направленной на воспроизводство известных продуктов труда известными методами, посредством устаревших технологий.

В зависимости от численности участников (учредителей) собственного дела предпринимательство подразделяется на индивидуальное и коллективное (партнёрское).

По таким признакам (критериям), как численность всего персонала, по удельному весу других субъектов в уставном (складочном) капитале определяется малое

предпринимательство. По масштабам производства и численности выделяют малое, среднее и крупное. Если в создании предпринимательской организации принимают участие иностранные учредители (участники), такое предпринимательство является совместным, выделяют ещё и предприятие с иностранными инвестициями.

По формам ответственности участников (учредителей) предпринимательских организаций за результат их деятельности различают организации с полной ответственностью, а также солидарной и субсидиарной ответственностью.

В зависимости от механизма создания, числа учредителей (участников), процессов функционирования и управления следует выделить простые и сложные предпринимательские организации.

Виды предпринимательства по субъектам предпринимательской деятельности классифицируют на предпринимательскую деятельность юридических и физических лиц.

Виды предпринимательства в зависимости от основной цели выделяют коммерческое и некоммерческое.

В зависимости от содержания предпринимательской деятельности и её связи с основными стадиями воспроизводства различают следующие виды предпринимательства: производственное, коммерческое, финансовое, консультативное.

1.4. Виды предпринимательства по роду деятельности

Поскольку любой бизнес в той или иной степени связан с основными фазами воспроизводственного цикла – производством продукции и услуг, обменом и распределением товаров, их потреблением, можно выделить следующие виды

предпринимательской деятельности: производственное, коммерческое, финансовое предпринимательство, кроме этого в последние десятилетия во всех экономически развитых странах мира, в том числе и в Российской Федерации, выделяется такой самостоятельный вид предпринимательства, как консультативный (консалтинг). Все перечисленные виды предпринимательства могут функционировать раздельно или вместе, каждый из них подразделяется на некоторое количество подвидов (рис. 2).

Производственное предпринимательство

К этому виду предпринимательства относят производство продукции, товаров, выполнение работ, оказание услуг, а также предоставление информации, духовных ценностей и благ, подлежащих реализации потребителям (покупателям).

В зависимости от вида хозяйственной деятельности оно классифицируется на промышленное, сельскохозяйственное производство и так далее. Соответственно классифицируется производственное предпринимательство по отраслям и подотраслям деятельности (например, лёгкая промышленность, в том числе текстильная, трикотажная, обувная, швейная; пищевая промышленность, в том числе масложировая, кондитерская, хлебопекарная и так далее).

Производственное предпринимательство с народнохозяйственной точки зрения является определяющим, так как в этой сфере (предприятиях, компаниях, организациях) осуществляется производство продукции производственно-технического назначения и товаров массового потребления для конкретных потребителей (домашних хозяйств, предпринимателей, государства).

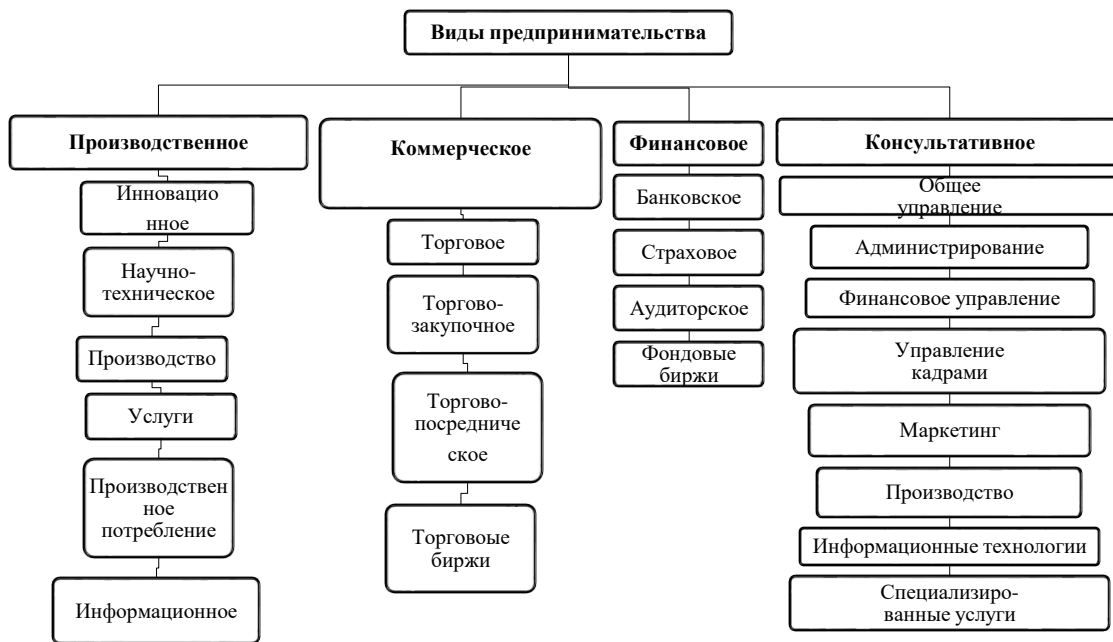


Рис. 2 – Виды предпринимательства по роду деятельности

Производственное предпринимательство относится к числу самых распространённых, общественно необходимых и одновременно самых сложных видов бизнеса, именно оно формирует основу современной рыночной экономики – массовое производство. В его рамках предприниматели преобразуют сырьевые материалы в готовую продукцию.

При этом они используют в качестве факторов собственные или приобретаемые орудия и предметы труда, рабочую силу, организуют производство продукции для последующей продажи потребителям или торговым организациям. Осуществление производственного бизнеса связано с необходимостью приобретения предпринимателем значительного набора производственных факторов. Для изготовления продукции необходимы оборотные средства: материалы и полуфабрикаты, основные средства – рабочие помещения, машины, оборудование, приборы. Необходимо знание технологии.

Предприниматель также несёт расходы по привлечению рабочей силы, приобретению самой разнообразной информации, на транспортировку и хранение материалов, готовой продукции, ремонт оборудования и многие другие.

При этом отсутствие работников подходящей квалификации и оборудования, дорогое и некачественное сырьё могут стать серьёзным препятствием на пути создания производственного бизнеса. Производственный бизнес, как ни один другой вид предпринимательства зависит от состояния уровня развития инфраструктуры и экономики в целом.

Производственное предпринимательство не приносит столь быстро прибыль, как другие виды бизнеса, одновременно, более чем, какие-либо другие виды предпринимательства нуждается в значительной сумме денег для организации бизнеса. Поэтому этот вид предпринимательства нуждается в серьёзной государственной поддержке для своего успешного развития. Она может

выступать в форме программ поддержки тех или иных форм бизнеса, налоговых льготах, предоставлении гарантий и так прочее. Желание части предпринимателей получать сиюминутный доход, ведёт к тому, что многие бизнесмены, занимающиеся производственным предпринимательством в неблагоприятных условиях, идут на снижение качества и фальсификацию товаров, используют опасные технологии, начинают хищнически использовать природные ресурсы и рабочую силу. Поэтому производственное предпринимательство помимо государственной поддержки, как правило, испытывает очень серьёзное государственное регулирование в форме: лицензирования деятельности, стандартизации, ограничения или полного запрета заниматься отдельными видами производственной деятельности и такое прочее. На регулирование производственного бизнеса в наибольшей степени направлено трудовое и экологическое законодательство.

Инновационная предпринимательская деятельность связана с созданием, освоением и распространением инноваций (конечный продукт научно-технического прогресса в виде нового продукта или технологии).

В основе инновационной предпринимательской деятельности лежит нововведение в сфере продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности.

Коммерческое предпринимательство

В коммерческом предпринимательстве определяющую роль играют товарно-денежные и торгово-обменные операции. Сердцевину этого вида предпринимательства составляют операции и сделки по купле-продаже, то есть по перепродаже товаров и услуг.

Коммерческое предпринимательство развивается относительно высокими темпами. Эта деятельность наиболее мобильна, быстро приспосабливается к потребностям, так как непосредственно связана с конкретными потребителями.

Для развития этого вида предпринимательства необходимо наличие как минимум устойчивого спроса на продаваемые товары (обязательное требование к знанию рынка) и более низкого уровня закупочной цены товаров у производителей, что позволяет торговле возместить издержки обращения и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким риском, особенно при организации торговли товарами культурно-бытового и хозяйственного назначения, технически сложными и длительного пользования.

Коммерческий бизнес занят тем, что приобретает товары у производителей, перевозит их в разные уголки страны и мира, складывают и доставляют другим посредникам или потребителям. При прохождении товара от производителя к потребителю товар не изменяется, но потребители получают возможность не заботиться о доставке товаров и в то же время более равномерно потреблять необходимую продукцию. Коммерческий предприниматель берёт на себя риски, связанные с изменением спроса и цен. Этот вид бизнеса проще производственного. К его достоинствам можно отнести также быстроту создания. Коммерческий бизнес высоко рентабелен. К рискам данного вида бизнеса можно отнести высокую зависимость от рыночной конъюнктуры. Эффективное коммерческое предпринимательство требует знания тонкостей по ведению переговоров об установке низких закупочных цен, умения завоёвывать доверие партнёров и потребителей, навыков по прогнозированию изменений в потребностях общества. Поэтому в коммерческой торговле очень высоки риски, связанные с подбором персонала. Предприниматели, занятые в этом виде бизнеса сильно зависят от уровня развития

предпринимательской инфраструктуры. В этой сфере бизнеса во всём мире много мелких и средних предприятий, и как следствие в этом бизнесе ниже государственное регулирование и большая доля «теневого» предпринимательства.

Посредничество характеризуется тем, что предприниматель не производит продукции, не торгует товарами, ценными бумагами, не предоставляет денежный кредит, а лишь оказывает посреднические услуги.

Посредники – это физические или юридические лица, представляющие интересы производителя или потребителя, но сами таковыми не являющиеся. В качестве посредников на рынке выступают оптовые, снабженческо-сбытовые организации, брокеры, дилеры, дистрибьюторы, биржи, в какой-то мере коммерческие банки и другие кредитные организации. Место посредника находится между производителем или продавцом и покупателем. Посредник способствует сделке, объединяя покупателя и продавца в общую цепь предпринимательских операций.

Посредническая предпринимательская деятельность является в значительной степени рискованной, поэтому организация-посредник устанавливает в договоре уровень цены, учитывая степень риска при осуществлении посреднических операций.

Финансовое предпринимательство

К числу особых видов предпринимательства относят финансовое предпринимательство. Объектом купли-продажи в этом случае является весьма специфический товар, а именно: деньги, ценные бумаги (акции, облигации и др.).

Участниками этого рынка являются коммерческие банки, фондовые биржи, предприятия, организации и даже отдельные граждане-предприниматели. Прибыль

предпринимателя возникает в результате операций с финансовыми ресурсами и получением процентов.

Во всём мире финансовый бизнес также, как и производственный бизнес является одним из самых рискованных видов бизнеса, поэтому подлежит наиболее сильному государственному регулированию. Большая часть предприятий в мире занимающихся финансовым бизнесом – это крупные предприятия.

К конкурентным преимуществам предприятий занятых финансовым бизнесом можно отнести высокую мобильность ресурсов, гибкость, способность быстро аккумулировать ресурсы, к рискам – значительную зависимость от состояния национальной экономики, политические риски, зависимость от международных финансовых рынков.

Консалтинг, инжиниринг, инвестиционное предпринимательство

Консультационное предпринимательство (консалтинг) – это комплексное обслуживание клиентов в части обеспечения их необходимой информацией, принятия экономически обоснованных управленческих решений, консультирования по разнообразным экономическим и финансовым вопросам, проблемам осуществления инвестиций, услуг, связанным с привлечением иностранного капитала, аудит, вложения средств в наиболее доходные ценные бумаги.

Инжиниринг – это совокупность интеллектуальных видов деятельности. Он имеет своей целью получение оптимальных результатов от капиталовложений или иных затрат, связанных с реализацией проектов различного назначения (НИР, проектно-строительного, производственного, сбытового), за счёт наиболее рационального подбора и эффективного использования разного вида необходимых ресурсов, а также методов

организации и управления на основе современных знаний и достижений.

Различают четыре группы предприятий, предоставляющих инжиниринговые услуги: инженерно-консультативные; инженерно-строительные; консультативные по вопросам организации и управления; инженерно-исследовательские.

Инвестиционное предпринимательство – это долгосрочное вложение капитала в различные отрасли народного хозяйства.

Оно подразделяется на два вида:

– финансовое – это вложения капитала в акции и другие ценные бумаги;

– реальное – это вложения капитала в создание новых материальных благ, то есть в производство продукции.

Инвестиционное предпринимательство предполагает образование нового капитала или чистое прибавление капитала к уже существующим благам.

Все выше рассмотренные виды бизнеса тесно связаны между собой.

Вопросы для самопроверки

1. Какие ключевые слова, в большей степени определяют понятие «предпринимательство»?

- а) риск, прибыль, потребности, конкуренция;
- б) риск, прибыль, инициатива, инновации;
- в) конкуренция, прибыль, налоги;
- г) потребности, конкуренция, прибыль, инновация.

2. Производственным предпринимательством называется вид бизнеса, основу которого составляет...

- а) материальное производство;
- б) материальное производство и оказание услуг;

в) материальное, интеллектуальное и духовное производство;

г) оказание услуг.

3. Предпринимательство – это...

а) особая форма экономической активности дееспособных граждан;

б) благотворительная деятельность;

в) увлечение, хобби;

г) целесообразная деятельность, направленная на извлечение прибыли.

4. Какой вид предпринимательства предусматривает торгово-обменные операции по купле-продаже товаров?

а) производственное;

б) коммерческое;

в) финансовое;

г) консультативное.

5. Какая из нижеперечисленных функций не является функцией предпринимательства?

а) общеэкономическая функция;

б) творческо-поисковая (инновационная) функция;

в) ресурсная функция;

г) контрольная функция.

6. Профессиональная занятость предпринимателей отличается от всех видов профессиональной занятости наёмных работников тем, что...

а) не требует определённых усилий для её реализации;

б) определяется государством;

в) обеспечивается благодаря рабочим местам, которые создают люди сами для себя;

г) санкционируется окружением предпринимателя.

РАЗДЕЛ 2 ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

2.1. Сущность, социально-экономические и организационные формы предпринимательства и предприятия

Организационно-правовая форма хозяйствующего субъекта – признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта (то есть юридических лиц, индивидуальных предпринимателей или организаций, осуществляющих свою деятельность без образования юридического лица), фиксирующая способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение, и цели деятельности.

Предприятие занимает центральное место в народно-хозяйственном комплексе любой страны. Это первичное звено общественного разделения труда. Именно здесь создаётся национальный доход. Предприятие выступает как производитель и обеспечивает процесс воссоздания на основе самоокупаемости и самостоятельности.

От успеха отдельных предприятий зависит объём создаваемого валового национального продукта, социально-экономическое развитие общества, степень удовлетворённости в материальных и духовных благах населения страны.

Предприятие как самостоятельная хозяйственная единица владеет правами юридической личности, то есть оно имеет право свободного распоряжения имуществом, получать кредит, входить в договорные отношения с другими предприятиями. Оно имеет свободный расчётный счёт в банке, где находятся средства, которые используются для расчётов с другими предприятиями, на зарплату и так прочее

Принято считать, что оптимальными являются такие размеры, которые обеспечивают наиболее благоприятные условия для использования достижений науки и техники при минимальных расходах производства и при этом достигается эффективное производство высококачественной продукции.

Предприятие являет собой такую форму организации хозяйства, при которой индивидуальный потребитель и производитель взаимодействуют с помощью рынка с целью решения трёх основных экономических проблем: что, как и для кого осуществлять.

При этом никто из предпринимателей и организаций сознательно решением этой триады экономических проблем не занят (каждый решает в стихии рынка конкретные проблемы на индивидуальном уровне).

В рыночной системе всё имеет цену. Разные виды человеческого труда также имеют цену – уровень зарплаты, тариф на услуги. Рыночная экономика для неосознанной координации людей и предприятий через систему цен и рынков. Если взять все разнообразные рынки, то получим широкую систему, которая стихийно обеспечивает равновесие цен и производства путём проб и ошибок.

По средствам согласования между покупателями и продавцами (спросу и предложению) на каждом из этих рынков рыночная экономика решает одновременно все три проблемы:

1) что производить? – определяется ежедневно голосованием с помощью денег (путём выбора покупателем товара и его покупки);

2) как производить? – определяется конкуренцией между производителями (каждый стремится использовать новейшие технологии, выиграть ценовую конкуренцию и увеличить прибыль, снизить расходы производства);

3) для кого производить? – определяется соотношением спроса и предложения на рынках, факторами производства (рабочая сила и средства производства).

Эти рынки определяют уровень зарплаты, ренты, процента и прибыли, то есть источников, из которых состоят доходы. Производитель устанавливает свои цены, перемещая свой капитал в отрасли с высокой прибылью и оставляя нерентабельное производство товара. Всё это и определяет, что производить. Прибыль здесь – решающий фактор функционирования рыночного хозяйства.

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, производящий продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Предприятие – это юридическое лицо (организация, предприятие, концерн), отвечающее определённым признакам, установленным законодательством страны.

Предприятие – это организация в форме завода, фабрики, шахты, фермы, небольшого или крупного магазина, что выполняет одну или несколько специфических функций по производству и распределению разнообразных товаров и услуг. Его основные черты:

– организационное единство: предприятие – это определённым образом организованный коллектив со своей внутренней структурой и порядком управления. Базируется на иерархическом принципе организации экономической деятельности;

– определённый комплекс средств производства: предприятие объединяет экономические ресурсы для производства экономических благ с целью максимизации прибыли;

– обособленное имущество: предприятие имеет собственное имущество, которое самостоятельно использует в определённых целях;

– имущественная ответственность: предприятие несёт полную ответственность всем своим имуществом по различным обязательствам;

– предприятие предполагает единоначалие, основывается на прямых, административных формах управления;

– выступает в хозяйственном обороте от собственного имени (наименования);

– оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность: предприятие само осуществляет разного рода сделки и операции, само получает прибыль или несёт убытки, за счёт прибыли обеспечивает стабильное финансовое положение и дальнейшее развитие производства.

Предприятия можно классифицировать по различным количественным и качественным параметрам. Основными количественными параметрами выступают численность работников и годовой оборот капитала. В соответствии с критерием численности занятых в ЛНР выделяют:

– малые предприятия – среднесписочная численность работников не превышает для юридических лиц 50 человек, для физических лиц – предпринимателей 10 человек;

– средние предприятия – среднесписочная численность работников для юридических лиц составляет от 50 до 250 человек, для физических лиц – предпринимателей от 10 до 100 человек;

– крупные предприятия, или крупный бизнес. Следует отметить, что именно малый бизнес играет довольно значительную роль в экономике практически всех развитых стран, в нем занято до половины работающего населения. Термин «малое предприятие» характеризует лишь размеры предприятия, но не даёт представления об его организационно-правовой форме (малым может быть и частное, и государственное, и другое предприятие).

В чём преимущества малого бизнеса: прежде всего гибкость, высокая адаптивная способность к изменениям рыночной конъюнктуры. Многочисленный характер мелких предприятий создаёт возможности для широкого развития конкуренции.

Значительный процент банкротств среди предприятий малого бизнеса позволяет держаться на плаву только тем, кто функционирует наиболее эффективно.

Роль малого бизнеса в современной экономике весьма многообразна. Он как бы связывает экономику в единое целое и образует своего рода фундамент, на котором вырастают более сложные и высокие её этажи.

Среди качественных параметров классификации предприятий можно назвать следующие:

- тип собственности (частные или государственные);
- характер и содержание деятельности;
- объём и ассортимент выпускаемой продукции;
- способы и методы ведения конкурентной борьбы;
- способ вхождения в различные союзы и объединения;
- организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

Каждое предприятие в условиях рынка стремится производить те товары и услуги, которые дают наибольшую прибыль. В то же время в условиях рынка нет гарантии, что предприятие её получит. Всё это зависит от многих обстоятельств: правильного определения неудовлетворённых желаний покупателей и ориентации предприятия на их производство, уровня издержек производства, которые должны быть меньше, чем доходы, полученные от продажи своей продукции. Последнее зависит от производительности системы, НТП, уровня организации производства и труда, степени конкуренции и такое прочее. Это требует от каждого предприятия поиска своего пути развития, системы организации, маркетинга, форм хозяйствования.

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

- сферой деятельности;
- наличием денежных средств;
- достоинством тех или иных форм предприятий;
- состоянием рынка.

Форма предпринимательства – это система норм, определяющая внутренние отношения между партнёрами по предприятию, с одной стороны, и отношения этого предприятия с другими предприятиями и государственными органами – с другой.

Существующие и действующие в экономике предприятия достаточно разнообразны с точки зрения организационно-правового устройства, масштабы, профиля деятельности. Однако при всём кажущемся многообразии возможных видов они подразделяются на упорядоченные группы, типы, для которых выработаны вполне определённые нормы хозяйственного законодательства, регламентирующие их деятельность.

Независимо от организационно-правовой формы предпринимательской деятельности ведущим её субъектом являются дееспособные физические лица как создающие коммерческие организации, так и организующие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Осуществление предпринимательской деятельности физическими лицами базируется на реализации базовых положений конституции государства и гражданского законодательства, которое определяет правовое положение участников гражданского общества, основания возникновения и порядок осуществления права собственности и других

имущественных прав, исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности), регулирует договорные и иные обязательства, а также другие имущественные и связанные с ними личные неимущественные отношения, основанные на равенстве, автономии воли и имущественной самостоятельности их участников. Гражданин имеет право заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Индивидуальный предприниматель (ИП) – физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Предпринимательское право допускает существование целого спектра форм предприятий. Законодательство признаёт наряду с индивидуальным предпринимательством такие формы, как коммерческие организации в виде хозяйственных товариществ (полных и командитных), обществ (с ограниченной ответственностью, акционерных), производственных кооперативов, государственных и муниципальных предприятий.

Хозяйственные товарищества

Предпринимательская деятельность в своей индивидуальной форме обладает весьма ограниченными возможностями, распространяясь в основном на малый бизнес. Для более крупного предпринимательства приходится соединять усилия нескольких лиц, переходить к коллективному предпринимательству.

Объединение участников предпринимательской деятельности, партнёров для совместного бизнеса называют товариществом. Участие партнёров в товариществе принято

скреплять письменным соглашением, или договором. В целях более тесного и прочного союза товарищество оформляется как предприятие. Товарищество позволяет соединить не только усилия, но и капиталы его участников.

Гражданский кодекс ЛНР рассматривает хозяйственные товарищества как одну из основных форм создания юридических лиц, являющихся коммерческими организациями.

К коммерческим Гражданский кодекс ЛНР также относит и организации, которые преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности [6].

Лица, которые создают хозяйственное товарищество, именуются его учредителями. Хозяйственное товарищество действует на основании учредительного договора, который заключается его учредителями (участниками). Каждый из них вносит определённый вклад в товарищество и становится его участником. Первоначальный вклад называют уставным, или складочным капиталом.

Участники хозяйственных товариществ вправе участвовать в управлении делами, получать информацию о деятельности товарищества, знакомиться с его документацией, принимать участие в распределении прибыли, получать при ликвидации товарищества часть имущества, оставшегося после расчётов с кредиторами, или денежный эквивалент стоимости.

При этом участники хозяйственных товариществ несут ряд обязательств перед организациями, членами которых они являются. Участники обязаны соблюдать требования учредительных документов, своевременно и полностью вносить предусмотренные взносы, вклады, сохранять коммерческую тайну, не разглашать конфиденциальные сведения. В состав имущества товариществ входят находящиеся во владении, пользовании и распоряжении товарищества основные средства (здания, сооружения,

оборудование) и оборотные средства (запасы сырья, материалов, готовой продукции, незавершённое производство, другие товарно-материальные ценности), денежные средства и прочие ценности.

Товарищества, не обладающие статусом юридического лица, не являются самостоятельными субъектами в том смысле, что они не оформлены юридически как единое предприятие со своим названием и уставом, обособленным имуществом. Это основанный на соглашении (договоре) союз равных лиц. Каждое из этих лиц выступает не как работник предприятия, а как участник общего дела, отвечающий за его судьбу своей личной собственностью.

В зависимости от вида имущественной ответственности своих участников товарищества делятся на два основных типа: полное товарищество и товарищество на вере (коммандитное) (рис. 3).

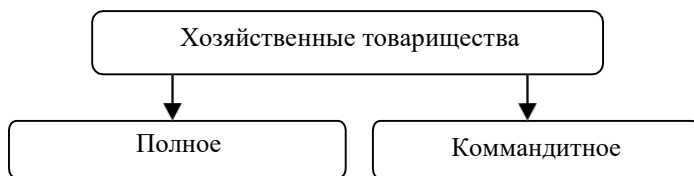


Рис. 3 – Виды хозяйственных товариществ

Полные товарищества

Полное товарищество создаётся для ведения его участниками (полными товарищами) предпринимательской деятельности на совместной основе в соответствии с заключённым между ними договором. Это добровольное объединение участников общего бизнеса на договорных началах.

Одной из характерных черт полного товарищества является высокая степень и мера имущественной ответственности его участников за выполнение принятых обязательств. В случае проблемной финансовой ситуации, когда у партнёров, объединившихся для ведения совместной предпринимательской деятельности, возникают долги, они отвечают по обязательствам не только имуществом, которое они внесли и объединили для предпринимательства, но и всем своим личным имуществом (и даже имуществом членов семьи, если оно не разделено в правовом отношении). Члены полного товарищества несут неограниченную солидарную ответственность по обязательствам товарищества, отвечая всем своим имуществом. Что же касается объединённого имущества, предназначенного для ведения предпринимательской деятельности, то оно представляет общую долевую собственность, принадлежит всем участникам на паевой основе. То есть каждый участник полного товарищества имеет свою долю, свой пай, соответствующие его имущественному и денежному вкладам в товарищество. Доля отражает ту часть денежной стоимости имущества товарищества, которая принадлежит данному участнику.

Полное товарищество является юридическим лицом, самостоятельным предприятием, обладает набором прав, позволяющим ему выступать в качестве субъекта хозяйственной деятельности. Так, оно может выступать в суде истцом и ответчиком. Под собственным наименованием полное товарищество заносится в реестр собственников, оно вступает в договорные отношения с другими субъектами хозяйственной деятельности, взаимодействует при необходимости с органами государственной власти, берёт на себя и выполняет определённые обязательства. Члены полных товариществ обязаны участвовать в управлении их делами и деятельностью.

Коммандитные товарищества

Промежуточная форма между полным товариществом, участники которого несут полную имущественную ответственность, и товариществом с ограниченной ответственностью получила название товарищества на вере. Такие товарищества называют коммандитными.

Коммандитное товарищество, подобно полному товариществу, представляет собой объединение нескольких граждан и (или) юридических лиц на основании договора между ними в целях ведения совместной хозяйственной деятельности. Но принципиальное отличие коммандитного товарищества от полного состоит в том, что только часть его членов, именуемых полными товарищами (комплементариями), несёт полную солидарную ответственность по обязательствам товарищества всем своим имуществом. Другая же часть в виде членов-вкладчиков (коммандитистов) несёт ограниченную ответственность и отвечает по обязательствам только своим паевым вкладом в общество. Деятельность коммандитных товариществ определяется в основном условиями учредительного договора. Участник товарищества обязан внести свой вклад в складочный капитал товарищества.

Как правило, в смешанном товариществе его полные товарищи несут всю полноту власти и представительства интересов общества, тогда как роль членов-вкладчиков ограничена финансовым участием в форме вклада, дающего им право на доходы.

Общество с ограниченной ответственностью

Главный признак, определивший название и составляющий одно из важнейших преимуществ общества с ограниченной ответственностью, состоит в том, что участники

общества с ограниченной ответственностью несут ответственность по обязательствам, принятым на себя таким обществом, только в пределах своих вкладов в капитал общества. Именно в этом смысле ответственность общества ограничена. В то же время само общество как юридическое лицо отвечает перед кредиторами по обязательствам всем своим имуществом.

В соответствии с Гражданским кодексом ЛНР обществом с ограниченной ответственностью считается учреждённая одним или несколькими лицами коммерческая организация с уставным капиталом, разделённым на доли, размеры которых определены учредительными документами. В качестве учредительных документов такого общества выступают устав и учредительный договор.

Общество с ограниченной ответственностью представляет собой добровольное объединение граждан, юридических лиц, тех и других вместе с целью осуществления совместной хозяйственной деятельности путём первоначального образования уставного фонда только за счёт вкладов учредителей, которые и образуют общество. Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью не должен быть меньше законодательно установленной величины.

Тот факт, что участники общества с ограниченной ответственностью (как и акционерных обществ) не отвечают по обязательствам общества, безусловно, является большим достоинством. Действительно, в самом худшем случае член подобного общества может потерять только свой пай в капитале общества. Это означает, что предпринимательский риск для делового человека заранее ограничен определённой суммой. Ограниченная ответственность предпринимателя – очень привлекательный фактор, ибо ни одно малое или среднее предприятие не застраховано от разорения в условиях нестабильной экономической ситуации.

Общество с ограниченной ответственностью представляет собой юридическое лицо, действует в соответствии с принятыми его участниками уставом и учредительным договором, имеет собственное наименование с обязательным указанием в нём организационно-правовой формы. Если в составе учредителей-участников товарищества есть юридические лица, они сохраняют свою самостоятельность и права юридических лиц.

Одним из преимуществ обществ с ограниченной ответственностью является относительно невысокий минимально допустимый размер уставного капитала. Это даёт возможность начать собственное дело даже при малом стартовом капитале.

Однако с точки зрения защиты интересов кредиторов, учитывая высокий уровень цен на товарно-материальные ценности, подобное преимущество способно обернуться недостатком. В таких условиях при малом уставном капитале долги общества придётся компенсировать исходя из наличного капитала предприятия путём пропорционального уменьшения выплат кредиторам.

Общества с ограниченной ответственностью создаются как объединения партнёров по делу, лиц и организаций, между которыми существует постоянный деловой контакт и имеет место взаимная заинтересованность в общем успехе. В этой связи общества с ограниченной ответственностью весьма подходят для организации семейных предприятий, предприятий, объединяющих постоянно сотрудничающих предпринимателей.

Акционерные общества

Акционерным называется хозяйственное общество, уставный капитал которого делится на определённое количество акций.

Участники открытого акционерного общества могут продавать или передавать свои акции без согласия других акционеров этого общества. В закрытом акционерном обществе акции распределяются только среди учредителей или иного заранее определённого круга лиц.

Главная особенность открытого акционерного общества состоит в том, что его имущественный и денежный капитал формируется путём открытой, свободной продажи своих акций. Однако при учреждении АО все его акции должны быть распределены среди учредителей.

Акции продаются либо на первичном рынке по номинальной стоимости после их выпуска, либо на вторичном рынке посредством перепродажи по рыночным ценам. Акционерные общества открытого типа представляют одну из наиболее распространённых и цивилизованных современных форм организации коллективного бизнеса. Эта форма даёт реальную возможность приобщиться к собственности предприятий миллионам рядовых граждан.

Акция удостоверяет тот факт, что её владелец, акционер, внёс определённый вклад в капитал акционерной компании. Она может быть предметом купли-продажи, дарения, залога. Кроме того, акция может приносить доход в виде доли прибыли, получаемой акционерным обществом, и даёт право на участие в управлении.

В форме акционерных обществ могут существовать и крупные, и средние, и малые предприятия. Создание акционерных обществ обычно предполагает привлечение значительного числа участников. Открытое акционерное общество можно создать посредством преобразования общества с ограниченной ответственностью.

Как закрытые акционерные общества, так и акционерные общества открытого типа отвечают по его обязательствам, несут возможные убытки, рискуют в ограниченных пределах, не превышающих стоимости принадлежащего им пакета

акций. В то же время само общество не отвечает по имущественным обязательствам отдельных акционеров, принятых ими частным образом.

Именно акционерное общество является единственным полномочным собственником принадлежащего ему имущественного комплекса, то есть материально-вещественных, информационных и интеллектуальных ценностей. Акционеры являются собственниками только ценных бумаг, которые дают им право получения определённой доли дохода общества в виде процентов, именуемых дивидендами.

В случае прекращения деятельности общества они вправе рассчитывать также на ликвидационную квоту – часть стоимости продаваемого имущества. Прямое вещное право на собственную часть имущества акционерного предприятия акционер не имеет.

Таким образом, объекты права собственности акционеров и акционерного общества не совпадают. Для акционеров в качестве таких объектов выступает стоимость капитала акционерного общества в виде денежной стоимости своей доли, тогда как всё общество обладает правом собственности на физическую, вещную сущность всех ценностей, принадлежащих ему. Акционер вправе распоряжаться сам своей акцией как ценной бумагой. Имуществом же распоряжается только общество в лице его представительских органов управления. Конечно, акционер способен влиять на использование имущественного комплекса и его деятельности в целом, участвуя в управлении. Такое право реализуется прежде всего благодаря тому, что обыкновенная акция (в отличие от привилегированной, дающей право на твёрдый процент дивидендов) предоставляет возможность голосовать на собраниях акционеров, избирать правление. При этом реализуется принцип «одна акция – один голос». Оказать существенное влияние на ход событий

возможно, только имея солидный пакет акций, лучше всего – контрольный.

Кооперативы

Производственные кооперативы по своей сущности и организационно-правовой основе близки к обществам с ограниченной ответственностью. Имущество кооперативов формируется на долевой основе за счёт взносов его членов, производимых в денежной и материальной формах. Источниками образования имущества служат также продукция кооператива и доходы, получаемые от её реализации и иных видов деятельности. Высшим органом управления кооператива является общее собрание. Исполнительные органы представлены правлением, возглавляемым председателем. Управленческие функции общего собрания и правления в кооперативах и обществах весьма сходны, близки также механизм создания и регистрации кооперативов и обществ, содержание уставов, регламентирующих их деятельность.

Наиболее значимые различия между кооперативами и обществами состоят в следующем:

– при управлении кооперативом, в ходе работы его высшего органа управления (общего собрания) каждый член кооператива имеет один голос независимо от размера его имущественного вноса. Решающие голоса в обществе с ограниченной ответственностью распределяются между его членами пропорционально внесённому паям;

– для кооперативов не устанавливается зависимость дохода его членов от величины паевых взносов. Индивидуальные заработки членов кооператива определяются их трудовым вкладом и размером той части валового дохода, которая направляется на оплату труда. В то же время доход

членов общества с ограниченной ответственностью напрямую связан с их паевыми взносами.

Крупномасштабному бизнесу свойственны формы организации, в основе которых лежит объединение предприятий в совокупные структуры. Это собирательные ассоциативные формы.

Объединения юридических и физических лиц

Объединение может осуществляться двумя способами:

– слияние – функционирующие друг от друга отдельно предприятия объединяют свои капиталы и создают новое предприятие;

– поглощение – контроль одной организации над другой вследствие скупки её акций или получения права назначать директоров подконтрольных предприятий – холдинговая компания.

Предприятия имеют право совмещать свою производственную, научную и коммерческую деятельность и создавать объединения. Рассмотрим отдельные типы ассоциативных организационных структур, наиболее распространённых в экономике развитых стран.

Корпорация – это акционерное общество, объединяющее деятельность нескольких предприятий для достижения их общих целей или защиты привилегий. Как юридическое лицо, корпорация несёт ответственность по долгам и налогам за все входящие в неё предприятия и выступает в качестве самостоятельного субъекта предпринимательской деятельности. В США создаются специальные корпорации для небольшого бизнеса, именуемые S-корпорациями. Это относительно маломасштабные корпорации, пользующиеся такими же налоговыми льготами, как малые предприятия. Существуют и крупномасштабные государственные корпорации.

Хозяйственные ассоциации – договорные объединения предприятий и организаций, создаваемые для совместного выполнения однородных функций и координации общей деятельности. Ассоциации относятся к одной из самых мягких форм объединений, минимально ограничивающих действия входящих в них членов ассоциации. Участники ассоциации обладают правом входить в любые другие ассоциации.

Концерны – форма договорных крупных объединений обычно монопольного типа, позволяющая использовать возможности крупномасштабного производства, комбинирования, кооперирования, благодаря наличию производственно-технологических связей.

Эти организационно-хозяйственные структуры благодаря масштабам концентрации капитала, производственным мощностям, широким возможностям диверсификации производства обладают определённой устойчивостью к колебаниям рыночной конъюнктуры, способны выгодно перераспределять инвестиционные ресурсы, концентрировать их на наиболее рентабельных, окупаемых направлениях. Возникновение концернов в странах с развитой рыночной экономикой исторически было обусловлено прежде всего концентрацией капитала, его перенакоплением у отдельных товаропроизводителей. Важнейшим признаком концернов стало единство собственности входящих в них предприятий и банков. Таким образом, участники концернов взаимозависимы не по договору, а по существу экономических отношений.

Холдинговые компании (холдинг-компании) характеризуются тем, что они обладают контролем над другими компаниями либо за счёт владения их акциями и денежным капиталом, либо в связи с правом назначать директоров подконтрольных компаний.

Механизм принятия решений в акционерных обществах позволяет холдингу влиять на хозяйственные, коммерческие

решения предприятий, входящих в холдинговое объединение. Хотя эти предприятия остаются в правовом отношении самостоятельными, холдинг способен направлять их в русло интересов большой компании как большой целостной структуры. Помимо этого, холдинг может осуществлять ряд функций, связанных с общей предпринимательской деятельностью. В том случае, когда это обусловлено необходимостью и общей пользой, холдинг способен централизовать и перераспределять финансовые средства своих участников.

Консорциум – временное добровольное объединение предприятий, организаций, образуемое для решения конкретных задач и проблем, осуществления крупных инвестиционных, научно-технических, социальных, экологических проектов. В консорциум могут входить и крупные, и мелкие предприятия, желающие принять участие в осуществлении проектного или иного предпринимательского замысла, но не обладающие самостоятельными возможностями его осуществления. Консорциум представляет потенциально эффективный организационно-структурный способ временной интеграции кадров, мощностей, материальных и финансовых ресурсов. Предприятия могут объединяться в консорциум во имя осуществления заманчивого, сулящего высокую прибыль проекта, но требующего для своей реализации крупных капиталовложений, отвлекаемых на длительный срок при высокой степени риска.

Финансово-промышленная группа (ФПГ) – объединение самостоятельных предприятий различных отраслей народного хозяйства, при этом во главе стоит один или несколько банков, который распоряжается денежным капиталом и координирует все сферы деятельности.

Картель – соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах, рынках сбыта, доле каждого участника в общем объеме производства и так прочее

Синдикат – форма объединения однородных предприятий, предполагающая централизацию их снабжения и сбыта производимой ими продукции.

Трест – различные предприятия сливаются в единый производственный комплекс, теряя юридическую и хозяйственную самостоятельность.

Союз – объединение для каких-либо совместных целей в интересах конкретной территории региона, страны.

Каждое предприятие для решения собственных задач, связанных с производством и реализацией товаров или предоставлением услуг, должно быть обеспечено требуемой численностью людей, способных выполнять необходимые работы. Занятые общественным трудом на предприятии работники, инженеры и служащие образуют трудовые коллективы

этих предприятий. В политико-экономическом понимании трудовой коллектив – это совокупность работников предприятия и одновременно субъект экономических отношений, который осуществляет общую деятельность в государственных, коллективных, кооперативных и частных предприятиях, направленную на удовлетворение как личных, так и коллективных, и общественных потребностей.

Трудовой коллектив является сложной организационной и социально-экономической структурой, в которую входят работники цехов, бригад и других подразделений предприятия. Для координации, согласованности между ними создаётся соответствующая система управления.

2.2. Коммерческие и некоммерческие организации

Согласно части 2 статьи 54 Закона Луганской Народной Республики № 67–III от 14.06.2019 юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли, в качестве основной цели своей деятельности (коммерческие организации) либо не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками (некоммерческие организации).

Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в организационно-правовых формах хозяйственных товариществ и обществ, крестьянских (фермерских) хозяйств, хозяйственных партнёрств, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий, трансграничных концернов.

Юридические лица, являющиеся некоммерческими организациями, могут создаваться в организационно-правовых формах:

1) потребительских кооперативов, к которым относятся, в том числе жилищные, жилищно-строительные и гаражные кооперативы, садоводческие, огороднические и дачные потребительские кооперативы, общества взаимного страхования, кредитные кооперативы, фонды проката, сельскохозяйственные потребительские кооперативы;

2) общественных организаций, к которым относятся, в том числе политические партии и созданные в качестве юридических лиц профессиональные союзы (профсоюзные организации), общественные движения, органы общественной самодеятельности;

3) ассоциаций (союзов), к которым относятся, в том числе некоммерческие партнёрства, саморегулируемые организации, объединения работодателей, объединения

профессиональных союзов, кооперативов и общественных организаций, торгово-промышленная палата;

4) товариществ собственников недвижимости, к которым относятся, в том числе товарищества собственников жилья (объединения совладельцев многоквартирных домов);

5) фондов, к которым относятся, в том числе общественные и благотворительные фонды;

6) учреждений, к которым относятся государственные учреждения, в том числе государственные академии наук, муниципальные учреждения и частные, в том числе общественные учреждения;

7) автономных некоммерческих организаций;

8) религиозных организаций;

9) публично-правовых компаний;

10) адвокатской палаты;

11) адвокатских образований (являющихся юридическими лицами);

12) нотариальной палаты;

13) государственных корпораций.

Некоммерческие организации могут осуществлять приносящую доход деятельность, если это предусмотрено их уставами, лишь постольку, поскольку данная деятельность служит достижению целей, ради которых они созданы, и, если это соответствует таким целям.

Некоммерческая организация, уставом которой предусмотрено осуществление приносящей доход деятельности, за исключением казённого и частного учреждений, должна иметь достаточное для осуществления указанной деятельности имущество рыночной стоимостью не менее минимального размера уставного капитала, предусмотренного для обществ с ограниченной ответственностью.

Сельскохозяйственный производственный кооператив / сельскохозяйственный кооператив – организация,

образованная на принципах самоуправления физическими и / или юридическими лицами, которые являются производителями сельскохозяйственной продукции, которые добровольно объединились на основе членства для ведения совместной хозяйственной и другой деятельности, связанной с производством, переработкой, заготовкой, хранением, сбытом, реализацией продукции растениеводства, животноводства, лесоводства или рыбоводства, снабжением и поставкой средств производства и материально-технических ресурсов членам этого кооператива, предоставлением им иных услуг, в том числе финансовых, с целью получения прибыли, увеличения доходов и / или уменьшения расходов членов кооператива, а также удовлетворения иных экономических и социальных потребностей членов кооператива, при условии их обязательного трудового участия [14].

Большая часть трудоёмкой сельскохозяйственной продукции повседневного потребления производится, а значительная доля выращенной в районах продукции, особенно в отдалённых от пригородной зоны сёлах, попадает конечным потребителям через посредников или продаётся гражданами на стихийных рынках. Кооперация способна решить острейшую на сегодняшний день проблему в ЛНР по сбыту сельхозпродукции, выращенной на личных приусадебных участках. Рассматриваются вопросы по формированию кооперативов как важнейшим составляющим развития сельскохозяйственной отрасли региона.

2.3. Малые предприятия и их роль в экономическом развитии

Значительное распространение получил такой тип хозяйственных структур, как малое предприятие. Малые предприятия способны к высокому динамизму развития, самостоятельны в выборе стратегии развития и её реализации,

имеют упрощённую организационную структуру, обслуживаются относительно небольшим числом работников. Они выполняют существенную роль в решении таких проблем, как демонополизация производства, развитие конкуренции, создание новых рабочих мест и обеспечение эффективной занятости населения, рациональное использование научно-технического потенциала, создание конкурентоспособной продукции, ликвидация диспропорции на потребительском рынке.

Термин «малое» не характеризует правовую форму предприятия. Такой правовой формы, как «малое предприятие», просто не существует. «Малое» свидетельствует лишь о небольших размерах предприятия по численности работников, объёму хозяйственного оборота или другим параметрам деятельности, устанавливаемым в законодательных актах и постановлениях правительства.

Малые предприятия могут создаваться в различных организационно-правовых формах: товариществ, обществ с ограниченной ответственностью, акционерных обществ, а также на основе любых форм собственности, включая смешанные. Выбор наиболее приемлемой организационно-правовой формы малого предприятия обычно осуществляется его учредителями – физическими и юридическими лицами.

«Малый бизнес» – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определённых критериях, установленных законами, государственными органами или другими представительными организациями.

В разных странах существуют определённые критерии отнесения к субъектам малого и среднего бизнеса. В некоторых странах определение субъекта хозяйствования как субъекта малого предприятия даёт получение льгот и преференций. Критериями отнесения к малому предприятию могут выступать:

- 1) среднесписочная численность работников;
- 2) вид деятельности;
- 3) годовой оборот или итог баланса;
- 4) цель деятельности;
- 5) состав учредителей.

В разных странах установлены различные критерии отнесения предприятий к большим, средним и крупным. Это связано, прежде всего, с национальными особенностями функционирования экономик разных стран мира, в которых открывается данный бизнес. К примеру, в Японии, Италии и Англии главным критерием отнесения предприятия к малому бизнесу является величина капитала и объём продаж, в США – монополистическое положение на рынке, во Франции – правовой статус, а в Венгрии – форма собственности. Германия, Бельгия, Великобритания, Нидерланды, Португалия используют в качестве критерия показатель оборота компании, а Италия и Ирландия – показатель величины недвижимости. При непосредственном разграничении предприятий, используются качественные и количественные критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства. В целом критерии обоих видов дают целостное представление о предприятии, функционировании и масштабах его деятельности.

В Республике Беларусь в соответствии со статьёй 3 Закона Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» к субъектам малого предпринимательства относятся:

- индивидуальные предприниматели;
- микро-организации со средней численностью работников до 15 человек;
- малые организации со средней численностью работников от 16 до 100 человек.

В Российской Федерации субъектами малого предпринимательства являются коммерческие организации,

соответствующие определённым критериям. Некоммерческая организация, а также унитарное муниципальное или государственное учреждение не является субъектом малого бизнеса. Субъект малого предпринимательства – это российская коммерческая организация или индивидуальный предприниматель, которые нацелены на получение прибыли. В эту категорию также попадают:

- крестьянские (фермерские) хозяйства;
- производственные и сельскохозяйственные кооперативы;
- хозяйственные партнёрства.

Критерии отнесения к малому бизнесу в Российской Федерации подразделяются:

- по доле участия в уставном капитале малого предприятия других коммерческих организаций, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства – 49%;

- по максимально допустимой сумме годовой выручки без НДС за предыдущий год для микро-предприятий 120 млн рублей, а для малых предприятий – 800 млн рублей;

- по допустимой среднесписочной численности работников не более 15 человек для микро-предприятий и не более 100 человек для малого предприятия.

Так же существует допустимый лимит по численности работников или полученной выручке – три года, после того, как бизнесмен продолжает считаться субъектом малого предпринимательства.

Численность персонала является одним из основополагающих критериев разграничения малого и среднего бизнеса во многих странах. Однако, вследствие различий в уровне развития субъектов малого и среднего бизнеса используются разные предельные значения численности работников. Кроме этого, многие страны при

определении предельных значений числа работников малого и среднего бизнеса учитываю вид деятельности предприятия.

В США микро-предприятиями считаются предприятия с численностью сотрудников до 20 человек; малыми предприятиями – от 20 до 100 человек; средними предприятиями – от 100 до 499 человек. В этой стране применяется более сложная система разделения субъектов предпринимательства на группы, так как для расчёта предельной выручки предприятий малого и среднего бизнеса используется градация среднегодовых доходов в зависимости от отраслевой принадлежности предприятия: средних уровнях занятости и среднего числа клиентов, свойственных для этих отраслей. Например, предприятие относится к малому предпринимательству в розничной торговле, при условии, что его среднегодовой доход за последние три финансовых года не превышал 5 млн долл., при этом около 11 видов деятельности являются исключениями из правила.

В странах ЕС на микро-предприятиях численность работников должна быть не более 10 человек; на малых предприятиях – не более 50 человек; на средних предприятиях – не более 250 человек, при максимальных показателях годовой выручки для микро-предприятий не более 2 млн евро; для малых предприятий – не более 10 млн евро; для средних – не более 50 млн евро.

Другим распространённым критерием является уставный капитал, анализ величины и структуры которого позволяет дифференцировать малый и средний бизнес более точно. Так, в Австрии доля собственников не должна превышать 25% в отношении малого и среднего бизнеса. Применение такого критерия позволяет исключить несамостоятельные и зависимые субъекты (дочерние, ассоциированные или государственные предприятия) из субъектов малого и среднего бизнеса.

В некоторых странах в совокупности с такими критериями, как численность персонала и объём оборота, применяется критерий «величина активов». Величина активов позволяет определить размер предприятия в зависимости от имущественных прав, однако, применение критерия ограничено. Объём оборота (прибыли, дохода) имеет более широкое распространение в качестве критерия определения малого и среднего бизнеса. В совокупности с численностью персонала данный критерий детализирует разграничение бизнеса благодаря однозначности интерпретации показателя, отсутствию необходимости применять специальный учёт, а также лёгкости определения необходимой группы субъектов хозяйственной деятельности.

Объём оборота (прибыли, дохода) имеет более широкое распространение в качестве критерия определения малого и среднего бизнеса. В совокупности с численностью персонала данный критерий детализирует разграничение бизнеса благодаря однозначности интерпретации показателя, отсутствию необходимости применять специальный учёт, а также лёгкости определения необходимой группы субъектов хозяйственной деятельности [19].

Многие зарубежные и отечественные учёные считают применение количественных критериев недостаточно точным и, в связи с этим, выделяют достоверность исключительно качественных параметров. Качественный подход определения размера бизнеса используется, прежде всего, для теоретических исследований. Применение на практике такого подхода достаточно затруднено вследствие присущего ему субъективизма. В связи с этим существует множество дискуссий по этой проблеме: одни страны склоняются к использованию качественной информации, другие – к количественной, некоторые страны (США, например) используют комбинированный подход. Связано это, прежде всего, с особенностями экономического развития стран, а

также с уровнем развития сектора малого и среднего бизнеса в них.

2.4. Предпринимательство в ЛНР

В соответствии с Законом ЛНР «О Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2018 год» № 224–II от 03.04.2018 предпринимательство – один из важных сегментов экономики, способствующий решению многих социальных проблем, прежде всего, обеспечению занятости населения, созданию новых рабочих мест, уменьшению безработицы, насыщению рынка необходимыми товарами и услугами, созданию здоровой конкуренции, пополнению бюджета [17, с.25].

В соответствии с разделом 3.1.12 «Малое и среднее предпринимательство» Закона ЛНР «О Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2019 год» № 36–III от 05.03.2019 стратегическая цель определена как создание благоприятных экономических, правовых и организационных условий для устойчивого развития малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих сохранение и создание новых рабочих мест и стабильное поступление налогов в бюджет.

Задача Программы развития ЛНР до 2023 года «Наш выбор» состоит в создании благоприятных условий для бизнеса.

Среди актуальных вопросов, требующих решения, определены следующие:

- 1) отсутствие законодательной базы, определяющей механизм поддержки малого и среднего предпринимательства;
- 2) отсутствие механизма кредитования;
- 3) неразвитая инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства;

4) усложнённый порядок прохождения разрешительных процедур;

5) высокая стоимость административных услуг и платных услуг, предоставляемых государственными предприятиями и учреждениями, необходимых для организации и ведения бизнеса;

6) неблагоприятные условия для ведения бизнеса на территориях, находящихся вблизи линии разграничения.

Исходя из поставленных актуальных вопросов определены основные задания:

1) формирование и совершенствование нормативной правовой базы для создания благоприятных условий развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

2) расширение доступа субъектов предпринимательства к финансовым ресурсам, оказание имущественной поддержки;

3) оказание субъектам малого и среднего предпринимательства информационно-консультационной поддержки;

4) создание и развитие объектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;

5) содействие субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении на рынок производимых ими товаров (работ, услуг);

6) сокращение количества разрешительных документов и упрощение порядка их выдачи;

7) снижение финансовой нагрузки, препятствующей эффективному развитию бизнеса;

8) предоставление преференций субъектам бизнеса, осуществляющим деятельность на территориях, находящихся вблизи линии разграничения.

Указаны критерии эффективности:

– увеличение объёма производства и реализации продукции, работ и услуг субъектов малого и среднего предпринимательства на 19,9%;

– увеличение численности действующих субъектов малого и среднего предпринимательства на 4,9%, в т. ч.:

- малых предприятий – на 4,7%;
- средних предприятий – на 1,8%;
- физических лиц-предпринимателей – на 5,0%;

– прирост налоговых поступлений в бюджет от субъектов малого и среднего предпринимательства – на 5,4%;

- увеличение численности занятых на малых и средних предприятиях на 4,7%;
- сокращение теневых проявлений;
- позиционирование продукции (услуг) производителей;
- диверсификация новых рынков сбыта, участие субъектов предпринимательской деятельности в выставках-ярмарках продукции на республиканском и международном уровнях [15].

Вопросы для самопроверки

1. Что из приведенного списка не является коммерческой организацией?

- а) полное товарищество;
- б) потребительский кооператив;
- в) товарищество, основанное на вере;
- г) коммандитное товарищество.

2. Как называется коммерческая организация, в которой наряду с полными товарищами имеется один или несколько участников-вкладчиков, которые гарантируют риски убытков (связанных с деятельностью такой организации) в пределах сумм внесённых ими вкладов?

- а) производственный кооператив;
- б) полное товарищество;
- в) общество с дополнительной ответственностью;
- г) коммандитное товарищество.

3. Чем должны быть обеспечены акции?

- а) юридическим оформлением;
- б) акционерами;
- в) валютой;
- г) имуществом.

4. Как классифицируются предприятия по степени концентрации производства и капитала?

- а) совместные и иностранные;
- б) малые, средние, крупные;
- в) крупные акционерные общества и унитарные предприятия;
- г) некоммерческие и коммерческие.

5. Как называется процедура легализации деятельности субъектов хозяйствования, установленная в законодательном порядке?

- а) лицензирование;
- б) ликвидация;
- в) организационное оформление;
- г) государственная регистрация.

6. Как классифицируются предприятия по цели деятельности?

- а) малые, средние, крупные;
- б) совместные и иностранные;
- в) коммерческие и некоммерческие;
- г) специализированные и неспециализированные.

РАЗДЕЛ 3 ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

3.1. Предпринимательская идея и цель

Предпринимательская идея – это потенциальная возможность и необходимость самореализации индивидуума для решения собственных целей путём удовлетворения потребностей других. Предпринимательская деятельность как процесс начинается с идеи, которая при определённых условиях реализуется в конкретный предпринимательский проект, который должен базироваться на принципе: найти потребность и удовлетворить её.

Идея реализуется в целях, направленных на организацию определённого вида бизнеса.

Невозможно заниматься предпринимательством, не зная реально достижимой цели, которая была бы понятна и подчинённым и потребителям. Цель должна быть чётко сформулирована самим предпринимателем, руководителем предприятия, чтобы её довести до всех сотрудников, которые воплощают цель в конкретные результаты труда.

Приступая к созданию собственного дела, необходимо помнить следующее:

1. К цели ведут только чёткие представления о ней, отсюда формулировка цели должна содержать:

а) количественные показатели, которые предприятие должно достичь, но нужно учитывать поведение конкурентов, покупателей, сегмент рынка, рыночные ниши;

б) срок, в течение которого цель должна быть достигнута (или этапы);

в) результаты, которые получит предприятие и сотрудники;

г) привлечение ответственных исполнителей;

д) определение затрат, требуемых на достижение этой

цели и условий её осуществления.

2. Чем ближе цель, тем больше она мобилизует: краткосрочные цели в большей степени, чем долгосрочные, способствуют внутренней мобилизации, но при этом нельзя упускать из виду решение по достижению долгосрочной цели.

3. В обществе свободной рыночной экономики, высшая цель любой предпринимательской организации – формирование потребностей рынка, удовлетворение спроса покупателей (потребителей). Но потребности нужно ранжировать по степени удовлетворённости, значимости, рентабельности, выгоды и так прочее

4. Цели нужно соизмерять с возможностями предприятия, с его техническим, интеллектуальным, кадровым, финансовым уровнем и сырьевыми возможностями.

5. Цель необходимо конкретизировать в мероприятиях, при этом сотрудники должны быть убеждены в целесообразности достижения этой цели. Чем больше сотрудников предприятия имеет возможность участвовать в выборе и постановке цели, тем лучше будет результат при её реализации.

Первейшей целью предпринимателя является определение набора целей, выбор целей. Следовательно, чтобы стать предпринимателем, начать создавать собственное дело, нужно знать, чего хочет потребитель, сформулировать цель и стремиться её достичь с наименьшими затратами. Следует постоянно изучать, чего хотят люди, и искать возможность дать им то, что они хотят.

Предпринимательская идея – продуманное, проанализированное, чётко просчитанное, включающее в себя момент новизны представление о том, как может быть удовлетворена потребность потенциального потребителя, путём каких конкретных действий и затрат.

Источники формирования новых предпринимательских идей:

- товарный рынок;
- географическое или структурное «несоответствие» в системе общественного производства;
- достижения науки и техники;
- новые возможности применения уже производимого товара или продукта;
- неосознанные потребителем или пока не удовлетворённые потребительские запросы, угадываемые предпринимателем.

Анализируя товарный рынок, предприниматель выявляет существующий на рынке дефицит товара и определяет прибыльность своих усилий по возможной ликвидации такого дефицита.

Предприниматель формирует идею посредством обнаружения «несоответствий» определённого товара:

- 1) географических – производится в нашей стране или ввозится из-за рубежа;
- 2) структурных – производится или не производится товар.

Предприниматель анализирует процесс производства товара, его отдельных компонентов или даже целой товарной группы, а также источник и путь продвижения товара от производителя к потребителю, а также форму предложения.

Такой источник, как достижения науки и техники даёт предпринимателю поиск идей каким образом совместить производство новых товаров и достижения науки, техники, технологии.

Появление идей на базе новых возможностей применения уже производимого товара или продукта обычно носит случайный характер. Однако целенаправленный поиск в этом направлении, основанный на творческом подходе, тоже эффективный метод.

Неисчерпаемый источник идей есть неосознанные потребителем или пока не удовлетворённые потребительские запросы, угадываемые предпринимателем и связаны со стремлением предпринимателя производить и поставлять на рынок новый товар.

Существуют критерии отбора накопленных предпринимательских идей, такие как:

- эффективность идеи;
- перспектива завоевания рынка;
- время, затраченное для реализации идеи;
- размер капитала;
- доступность оборудования и сырья в необходимых количествах;
- наличие рабочей силы, требуемого профиля, уровня квалификации.

Имея предпринимательскую идею, чётко сформулировав свои цели, можно приступить к созданию собственного дела. Организация собственного дела, при наличии соответствующих материальных, финансовых и других возможностей, может быть осуществлена посредством приобретения (покупки) предприятия (бизнеса), аренды предприятия в целом как имущественного комплекса, используемого для осуществления предпринимательской деятельности, применения метода франчайзинга и учреждения собственного дела в определённой организационно-правовой форме (рис. 4).

Важным элементом предпринимательской идеи являются знания и умения выбрать самую оптимальную организационно-правовую форму предпринимательской деятельности. Для этого необходимо знать основные из этих форм, их положительные стороны и недостатки, условия формирования уставного фонда и такое прочее.

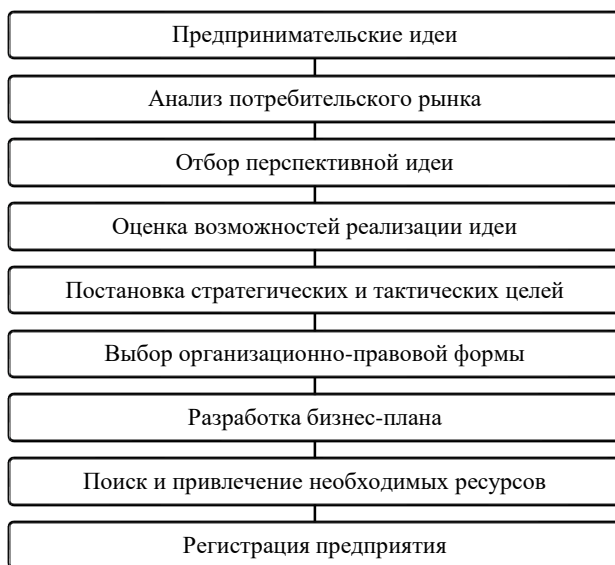


Рис. 4 – Этапы создания нового предприятия

Таковыми организационно-правовыми формами в ЛНР являются:

- 1) организация;
- 2) индивидуальное предприятие;
- 3) семейное предприятие;
- 4) частное предприятие;
- 5) коллективное предприятие;
- 6) совместное предприятие;
- 7) кооператив;
- 8) арендное предприятие;
- 9) крестьянское хозяйство;
- 10) потребительское общество;
- 11) разные виды хозяйственных обществ (акционерные общества), в том числе: с ограниченной ответственностью, с дополнительной ответственностью, полные, коммандитные общества и такое прочее.

3.2. Учредительные документы нового предприятия и их подготовка

К основным учредительным документам, которые подтверждают статус юридических лиц, относят устав и учредительный договор. Создание малых предприятий, обществ, банков, финансовых групп, бирж, ассоциаций, концернов, объединений, предприятий и других предпринимательских структур без данных документов невозможно. Для тех, кто будет создавать индивидуальные, частные предприятия на правах малых предприятий с индивидуальной формой организации бизнеса необходимым документом является устав предприятия, для полного, командитного общества с коллективной формой бизнеса – учредительный договор, а для акционерных, обществ с ограниченной, а также дополнительной ответственностью и разных объединений предприятий – необходимы оба указанных документа. Процедура и механизм их организации мало чем отличаются. Это вовсе не означает возможность и целесообразность составления участниками бизнеса, который основывается на коллективной собственности, устава или учредительного договора в тех случаях, когда один из документов не является обязательным.

Поскольку устав и учредительный договор предприятий имеют самостоятельное значение и одинаковую юридическую силу, их следует утверждать и изменять в том же порядке. Они не должны текстуально дублировать друг друга, хотя наиболее принципиальные положения следует формулировать идентично. Это касается, в частности, наименования предприятия и его местонахождения; объема уставного фонда; размера и вклада каждого участника; порядка и сроков внесения вкладов; распределения прибыли; формирования и полномочия органов управления; условий ликвидации. При противоречивости формулировок преимущество следует

отдавать положениям учредительного договора, зарегистрированного наравне с уставом.

Действующее законодательство не содержит специальных требований относительно разграничения содержания учредительного договора и устава. Вместе с тем в Законопроекте ЛНР «О предприятиях в ЛНР» определены обязательные признаки устава каждого предприятия. Это определение в уставе владельца и названия предприятия; его местонахождение; предмета и целей деятельности; органов управления, порядка их формирования и компетенции; полномочий трудового коллектива и его выборных органов; органа, который имеет право представлять интересы трудового коллектива; порядка образования имущества предприятия; условий реорганизации и ликвидации предприятия. Подробная фиксация отмеченных положений – прерогатива устава. Они могут быть прописаны и в самом тексте учредительного договора, но лишь в общей форме. Это общие положения, которые входят в устав всех предпринимательских структур. Вместе с тем отдельные положения к уставу добавляют при организации коммерческих банков, фондовой биржи, различных АО.

Задание устава – дать полное представление о правовом статусе предприятия как самостоятельного хозяйственного субъекта, который имеет все права юридической лица, о его внутреннем механизме управления и самоуправления, режиме формирования и использования имущества предприятий, распоряжения его средствами и прибылью. В этом понимании устав – это акт предприятия, который внутренне регламентируется, дополняет и конкретизирует большинство положений учредительного договора. Такое назначение устава определяется и в его структуре, которая, в отличие от договора, более подробна и, как правило, состоит из следующих разделов: «Общие положения», «Предмет (вид), основные цели и направления деятельности»,

«Внешнеэкономическая деятельность», «Права предприятия», «Имущество предприятия», «Фонды предприятия», «Производственно-хозяйственная деятельность», «Управление предприятием и его трудовым коллективом», «Организация и оплата труда», «Распределение прибыли (дохода) и возмещение убытков», «Учёт, отчётность и контроль», «Прекращение деятельности предприятия (реорганизация и ликвидация)».

Суть учредительного договора заключается в том, что он является одной из разновидностей согласия о совместной хозяйственной деятельности с созданием самостоятельного юридического лица. Его содержание – объединение имущества (капиталов) и предпринимательских усилий с целью получения прибыли. Поэтому основным для учредительного договора является определение всех параметров взаимоотношений между участниками предприятия, в первую очередь имущественного и организационного характера. Это отражается и в структуре договора, которая имеет следующие разделы: «Преамбула», «Предмет договора», «Общие положения договора» «Юридический статус предприятия», «Виды деятельности», «Уставный фонд и вклады основателей (участников)», «Права и обязанности основателей (участников)», «Управление предприятием», «Распределение прибыли (дохода) и возмещение убытков», «Остальные условия», «Ответственность за нарушение договора», «Условия расторжения договора», «Условия и сроки вступления договора в действие».

При формировании договора особое внимание следует обратить на конкретные размеры, сроки и порядок участия партнёров в формировании имущественной базы; условия участия в распределении прибылей и рисков; конкретные одно- и двусторонние права и обязанности участников; порядок передачи прав на объекты промышленной

собственности (изобретения, промышленные образцы и тому подобное) и их коммерческое использование; ответственность партнёров за недолжное выполнение своих обязанностей; форс-мажорные обстоятельства (то есть обстоятельства так называемой «непреодолимой силы»), которые освобождают участников от ответственности в связи с невозможностью выполнения принятых на себя обязательств; порядок решения споров между участниками и право, которое применяется; конфиденциальность в ходе создания и деятельности предприятия; срок деятельности.

Кроме отмеченных, к уставу и учредительному договору могут быть включены и другие положения, которые не противоречат действующему законодательству.

В некоторых случаях в учредительные документы пытаются включить как можно больше прав, свойственных каждому юридическому лицу. В этом нет практической необходимости, поскольку правами, определёнными гражданским законодательством, наделяется каждый субъект ведения хозяйства, который является владельцем благодаря статусу юридического лица. В учредительных документах необходимо фиксировать те особенности правового статуса, которые вытекают из конкретной организационно-правовой формы, или из требований закона до фиксации тех или иных положений устава.

Например, для хозяйственных обществ в наименовании каждого конкретного предприятия должен быть отмечен вид общества и предмет его деятельности, одновременно запрещается указывать принадлежность к соответствующим министерствам, ведомствам, общественным объединениям. В отдельных случаях есть ограничение минимального объёма уставного фонда. Отсутствие соответствующей информации может стать причиной отказа в государственной регистрации. Так, для предприятия, которое функционирует в форме общества с ограниченной ответственностью, такой отказ

может быть в случае не определения порядка внесения изменений в учредительные документы или порядка принятия решений органами общества.

Учредительные документы – важный атрибут предпринимательского бизнеса, что подтверждают юридический статус предприятия, потому нуждаются в профессиональном подходе к заключению. Поэтому такую работу, как правило, поручают специалистам (юристам, экономистам). Вместе с тем, пользуясь квалифицированными справочными материалами, а также ознакомившись с основными положениями законодательных актов относительно предпринимательских структур, можно провести эту работу самостоятельно.

Процесс заключения учредительных документов предусматривает:

- подготовительную работу, в ходе которой определяют цели, задания, методы организации предприятия;
- предварительные переговоры с потенциальными основателями (участниками) для предприятий с коллективной формой собственности;
- сбор и обобщение необходимых материалов;
- создание рабочей группы для разработки устава и учредительного договора;
- юридические и экономические консультации относительно содержания учредительных документов;
- подготовку и проведение учредительных собраний.

На учредительных собраниях рассматривают:

- вопрос создания (основания) предприятия, формы собственности и функционирования;
- проекты наименования предприятия и его юридический адрес;
- состав основателей;
- сроки разработки учредительных документов;
- организационные вопросы.

Решения собраний оформляют протоколом, который подписывают все основатели. В случае позитивного решения предприятие считают основанным. На текущих собраниях рассматривают и утверждают подготовленные учредительные документы. Этот факт подтверждается протоколом. Устав и учредительный договор подписывают все основатели (участники), тиражируют необходимым количеством экземпляров, удостоверяют государственным нотариусом и подают на регистрацию. Только после регистрации предприятие получает право на функционирование.

3.3. Формирование уставного фонда предприятия

Уставный фонд – совокупность материальных (вещевых) и денежных средств и других нематериальных ценностей, которые являются постоянным взносом его основателей-участников в созданное ими хозяйственное общество, с целью обеспечения деятельности предприятия и получения на этой основе прибыли. Взносами основателей и участников общества в материальной форме являются дома, сооружения, оборудование и другие материальные ценности; в денежной форме – денежные ресурсы (в том числе в свободно конвертированной валюте) и ценные бумаги; в форме нематериальных ценностей – все виды имущественных прав – на пользование землёй и другими природными ресурсами, в том числе интеллектуальной собственностью (в частности, использование изобретений в виде патентов и лицензий, «ноу-хау»). Уставный фонд может пополняться за счёт части прибыли от хозяйственной деятельности, а также дополнительных взносов участников.

Формирование уставного капитала – обязательный этап создания хозяйственного общества. Во время его работы у участников могут возникать намерения относительно увеличения или уменьшения размера капитала. Требование об

обязательном формировании уставного капитала распространяется только на хозяйственные общества. В отношении непредпринимательских видов юридических лиц подобное требование гражданским и хозяйственным законодательством не выдвигается. Частные предприятия в данном контексте составляют отдельную категорию, поскольку они создаются с целью получения прибыли, но не входят в перечень хозяйственных обществ.

В обязанности собственника частного предприятия не входит формирование уставного капитала, однако нет также и запрета на его формирование в том случае, если наличие уставного капитала в силу тех или иных причин желательно для ведения хозяйственной деятельности.

Размер и структура уставного капитала

Размер и порядок формирования уставного капитала в первую очередь зависят от того, какое именно общество участники желают создать.

Акционерные общества по типу делятся на публичные и частные. Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретённых акционерами. Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Минимальный размер уставного капитала публичного общества должен составлять не менее тысячекратной суммы минимального размера оплаты труда, установленного на момент создания (регистрации) общества, а для частного общества – не менее стократной суммы минимального размера оплаты труда, установленного на момент создания (регистрации) общества.

Число учредителей публичного общества не ограничено. Число учредителей частного общества не может превышать 100 человек.

Размер уставного капитала общества с ограниченной ответственностью должен быть не менее 10 000 российских рублей. Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости долей его участников.

Принципы формирования уставного капитала

Уставный капитал формируется с учётом следующих принципов:

1. Соблюдение законодательных требований в части минимального размера уставного капитала. Уставный капитал акционерного общества может быть увеличен путём увеличения номинальной стоимости акций или размещения дополнительных акций. Акционерное общество вправе, а в случаях, предусмотренных Законом, обязано уменьшить свой уставный капитал.

2. Размер доли участника общества с ограниченной ответственностью в уставном капитале общества определяется в процентах или в виде дроби. Размер доли участника общества должен соответствовать соотношению номинальной стоимости его доли и уставного капитала общества. Действительная стоимость доли участника общества соответствует части стоимости чистых активов общества, пропорциональной размеру его доли.

3. Уставный капитал должен формироваться в размере, необходимом для достижения поставленной учредителями хозяйственной цели. Когда необходимо аккумулировать максимальный капитал, участники осуществляют максимально возможные взносы и пропорционально рассчитывают доли в уставном капитале.

3.4. Государственная регистрация в ЛНР субъектов предпринимательской деятельности

Государственная регистрация осуществляется уполномоченным органом исполнительной власти, в том числе его территориальными органами через государственных регистраторов. Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем 5-ть рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган.

Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения указанного учредителями в регистрационной карте о государственной регистрации постоянно действующего исполнительного органа (органа, через которого юридическое лицо осуществляет свою деятельность), в случае отсутствия такого исполнительного органа – по месту нахождения иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности.

При государственной регистрации создаваемого юридического лица в регистрирующий орган представляются:

а) подписанная заявителем регистрационная карточка о государственной регистрации установленного регистрирующим органом образца;

б) экземпляр оригинала (нотариально заверенную копию) решения о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа в соответствии с законодательством;

в) нотариально удостоверенные учредительные документы юридического лица в двух экземплярах;

г) документы, подтверждающие структуру собственности учредителей – юридических лиц, которая позволяет установить физических лиц – владельцев существенной доли этих юридических лиц;

д) заверенные копии всех заполненных страниц паспорта

или копия документа, подтверждающего право заявителя, временно или постоянно проживать в Луганской Народной Республике (в случае, если заявитель является иностранным гражданином или лицом без гражданства);

е) документ, подтверждающий внесение государственной пошлины.

Государственный регистратор в течение 5-ти рабочих дней после государственной регистрации юридического лица передаёт с помощью средств электронной связи соответствующим органам статистики, пенсионного фонда и налоговые органы сведения о государственной регистрации юридического лица.

Государственная регистрация физического лица-предпринимателя осуществляется по месту его жительства.

При государственной регистрации физического лица в качестве предпринимателя в регистрирующий орган представляются:

а) регистрационная карточка о государственной регистрации по форме, утверждённой уполномоченным органом исполнительной власти;

б) заверенная копия паспорта физического лица, регистрируемого в качестве предпринимателя, или документа, заменяющий его;

в) заверенная копия документа, подтверждающего право физического лица, регистрируемого в качестве предпринимателя, временно или постоянно проживать на территории Луганской Народной Республики (в случае, если физическое лицо, регистрируемое в качестве предпринимателя, является иностранным гражданином или лицом без гражданства);

г) нотариально удостоверенное согласие родителей, усыновителей или попечителя на осуществление предпринимательской деятельности физическим лицом, регистрируемым в качестве предпринимателя, либо копия

свидетельства о заключении брака физическим лицом, регистрируемым в качестве предпринимателя, либо копия решения органа опеки и попечительства или копия решения суда об объявлении физического лица, регистрируемого в качестве предпринимателя, полностью дееспособным (в случае, если физическое лицо, регистрируемое в качестве предпринимателя, является несовершеннолетним);

д) документ, подтверждающий внесение государственной пошлины.

3.5. Управление предприятием

После того как все необходимые ресурсы получены, наступает пора пустить их в дело и осуществить задуманное. Придётся также заниматься решением текущих проблем растущего предприятия. Это требует выработки определённого стиля руководства, создания организационной структуры, а также выявления ключевых факторов успеха.

Необходимо своевременно определять трудности и преодолевать их, используя созданную для этого систему контроля.

Главное в управлении предприятием – целевая ориентация и комплексность, то есть соединение предпринимательской, хозяйственной, производственной и сбытовой деятельности. Как было отмечено ранее: цель предпринимательства – достижение прибыли путём обеспечения высокой рентабельности производства и реализации произведенных товаров.

Комплексность управления означает, что реализация управленческих решений обеспечивает эффект только в том случае, если они используются как система. Применение отдельных хозяйственных, маркетинговых, финансовых действий, как правило, не даёт положительных результатов.

Значительным фактором эффективности управления предприятием является система мониторинга состояния предприятия. Она представляет собой специально организованные действия по определению возможностей предприятия, выявлению резервов роста, своевременному обнаружению и распознаванию наступления кризиса. Изучение возможностей предприятия направлено на раскрытие его потенциала.

Анализ сильных и слабых сторон предполагает определение сфер деятельности и функций, в которых предприятие достигло успеха, и тех рыночных показателей, которые нуждаются в улучшении. По существу, изучение возможностей предприятия сводится к сравнительному анализу его потенциала, существующим и перспективным рыночным потребностям. Анализ потенциала предприятия целесообразно проводить по следующим разделам:

1. Производство:

- объём, структура, темпы производства;
- ассортиментная номенклатура предприятия, степень обновляемости, широта и глубина ассортимента
- обеспеченность сырьём и материалами, уровень запасов, скорость их использования;
- наличный парк оборудования и степень его использования, резервные мощности, технологическая новизна;
- местонахождение производства и наличие инфраструктуры;
- экология производства.

2. Распределение и сбыт продукции:

- транспортировка продукции, транспортные возможности и оценка расходов;
- хранение товарных запасов, уровень запасов, их размещение и скорость обращения, наличие складских помещений и хранилищ, их ёмкость;

– возможность доработки, расфасовки и упаковки товаров;

– продажа (по отдельным товарам, сбытовым территориям, стоимости, типам покупателей, посредников и каналов сбыта).

3. Организационная структура и менеджмент:

– организация и система управления;

– количественный и профессиональный состав работников;

– стоимость рабочей силы, текучесть кадров, производительность труда;

– уровень менеджмента;

– корпоративная культура.

4. Маркетинг:

– исследования рынка, товара, каналов сбыта;

– стимулирование сбыта и реклама, ценообразование;

– нововведения;

– коммуникационные связи и информация;

– маркетинговый бюджет и его использование;

– маркетинговые планы и программы.

5. Финансы:

– финансовая устойчивость и платёжеспособность;

– прибыльность и рентабельность (по товарам, регионам, каналам сбыта, посредникам);

– собственные и заёмные средства.

Внутрипроизводственная информация представляется более достоверной, полезной, легко получаемой и поддающейся систематизации. Однако для оценки потенциала предприятия её может оказаться недостаточно. В этом случае сбор внешней информации следует проводить по сопоставимым показателям, используя различные известные приёмы и методы.

В оценке потенциала предприятия особое место отводится финансовому анализу. Как правило, анализ

проводится по материалам отчётности самого предприятия, но могут (а нередко и должны) привлекаться и дополнительные источники информации: статистическая выборка, бизнес-справки, отчёты научных организаций, профессиональные, коммерческие, правительственные публикации и сообщения.

Укрупнённый анализ возможностей предприятия может дополняться по конкретным направлениям, представляющим наибольший интерес для предприятия:

- по продукции – какие изделия дают наибольший и наименьший оборот, продажа каких изделий приносит наибольший и наименьший доход;

- рынкам – какие рынки являются наиболее и наименее приоритетными для продукции предприятия с точки зрения оборота и дохода;

- отраслям – в каких отраслях реализуется продукция предприятия, какие доли рынков принадлежат предприятию в этих отраслях;

- потребителям – кто является постоянным потребителем продукции предприятия; что привлекает их в продукции предприятия; что нужно сделать, чтобы привлечь новых потребителей.

Изучение возможностей предприятия – не самоцель. Анализ и оценка предприятия призваны раскрыть сильные и слабые стороны предприятия.

Примерный перечень показателей для оценки сильных и слабых сторон предприятия:

- степень известности (имидж), фирменный стиль;
- отзывы, рекомендации, процент рекламаций;
- новизна и обновляемость продукции;
- производственный потенциал и гибкость производства;
- технологическое оборудование;
- длительность изготовления и уровень качества;
- конструкторский потенциал, уровень и объём НИОКР;
- использование ноу-хау, приоритет в патентовании;

– методы и организация сбыта, квалификация партнёров по сбыту, сервисные услуги и обеспечение запасными частями;

– уровень и объём доходности (оборота);

– программа производства и сбыта;

– покупательский потенциал;

– персонал, система руководства; уровень расходов, производительность;

– финансовый потенциал;

– местонахождение.

Вопросы для самопроверки

1. Как называется капитал акционерного общества, который рассчитывается исходя из номинальной стоимости акций, приобретённых акционерами и определяющий минимальный размер стоимости имущества общества, гарантирующего интересы кредиторов?

а) первоначальный;

б) уставный;

в) стартовый;

г) собственный.

2. Какой этап является определяющим в процессе создания предприятия?

а) выбор места расположения предприятия;

б) изучение рынка, на удовлетворение потребностей которого нацелена деятельность предприятия;

в) изготовление печатей;

г) разработка учредительных документов.

3. Каков срок государственной регистрации юридического лица в ЛНР?

а) 3 дня;

б) месяц;

- в) неделя;
- г) 5 рабочих дней.

4. Документ, регламентирующий предпринимательскую деятельность в ЛНР?

- а) Уголовный кодекс;
- б) Гражданский кодекс;
- в) Конституция;
- г) Налоговый кодекс.

5. Как называется процедура легализации деятельности субъектов хозяйствования, установленная в законодательном порядке?

- а) лицензирование;
- б) ликвидация;
- в) организационное оформление;
- г) государственная регистрация.

6. Наиболее характерными формами предпринимательских идей представляются такие идеи, как...

- а) идея нововведения, идея бизнеса, идея товара;
- б) идея инвестиции, идея бизнеса, идея товара;
- в) идея инвестиции, идея бизнеса, идея товара, идея нововведения;
- г) идея инвестиции, идея бизнеса, идея нововведения.

РАЗДЕЛ 4 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СРЕДА И РЫНОК

4.1. Сущность, виды, субъекты экономической активности

Экономическая активность – это форма участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи. Такой формой участия индивида в общественном производстве является одна функциональная общественная обязанность или их комбинация, когда он выступает в качестве:

– владельца каких-либо объектов, недвижимости и так далее;

что приносят ему постоянный и гарантированный доход;

– наёмного рабочего, который продаёт своё рабочее действие;

– индивидуального производителя;

– государственного служащего;

– менеджера;

– пенсионера;

– ученика или студента;

– безработного;

– занятого оборонно-охранной деятельностью;

– вовлечённого в экономически преступную деятельность.

Предпринимательство выступает как особенный вид экономической активности, потому что его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом умственной деятельности, которая впоследствии принимает материализованную форму.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного момента – производство нового

товара, изменение профиля деятельности или основание нового предприятия, а также новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты.

Субъектами предпринимательской деятельности (предпринимателями) могут быть:

1. Граждане ЛНР и других государств, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности.

2. Юридические лица всех форм собственности, установленные законом.

Основным субъектом предпринимательской активности выступает предприниматель. Однако предприниматель – не единственный субъект, во всяком случае он вынужден взаимодействовать с потребителем как основным его контрагентом, а также с государством, что в разных ситуациях может выступать как помощник или противник. И потребитель, и государство также относятся к категории субъектов предпринимательской активности, как и наёмный работник (если, конечно, предприниматель работает не самостоятельно), и партнёры по бизнесу (если производство не носит изолированного от общественных связей характера) (рис. 5).

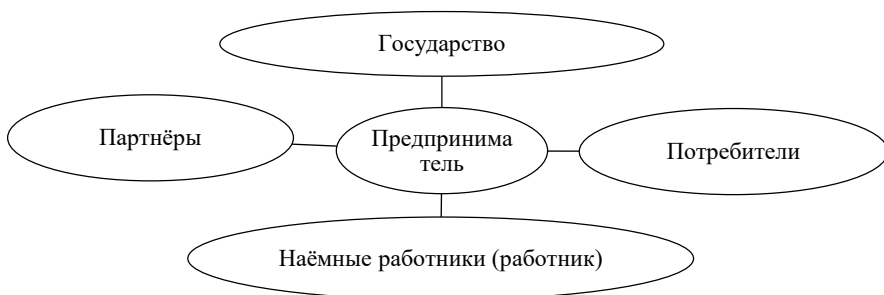


Рис. 5 – Субъекты предпринимательской деятельности

Во взаимоотношениях предпринимателя и потребителя предприниматель относится к категории активного субъекта, а потребитель даёт экспертную оценку. Такая оценка осуществляется потребителем и выступает как готовность последнего приобрести товар.

Целью предпринимателя выступает необходимость «покорить» потребителя, создать круг приверженных ему потребителей.

Основными средствами влияния предпринимателя на потребителя выступают следующие факторы:

– новизна товара и его соответствие интереса потребителя;

– качество товара;

– цена, доступность товара;

– степень универсальности товара;

– внешний вид и упаковка;

– позитивные отличительные характеристики товара от товаров других производителей и возможность потребителя ознакомиться с такими отличиями;

– возможность воспользоваться услугами послепродажного сервиса;

– соответствие общепринятым или государственным стандартам;

– престижность и привлекательность рекламы товара и так прочее

Вывод, который следует сформулировать сводится к следующему: если с точки зрения общественного производства именно предприниматель выступает в роли активного субъекта, то с точки зрения самого предпринимательского процесса, его содержания и эффективности активную роль играет потребитель, и предприниматель не может игнорировать этот факт.

Основными видами предпринимательской деятельности является:

1. Производство.
2. Торговля (коммерция).
3. Предоставление услуг.
4. Посредничество.

Факторами производства в этом случае выступают:

1. Природные ресурсы.
2. Производственные фонды.
3. Трудовые ресурсы.
4. Предприимчивость (предприимчивый потенциал).

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

Предпринимательство как форма инициативной деятельности, направленной на получение прибыли (предпринимательского дохода), допускает:

1) осуществление непосредственных производительных функций, то есть производство товара (продукта) или предоставление услуги (например, машиностроительное предприятие, туристская компания, инжиниринговая компания или конструкторское бюро);

2) осуществление посреднических функций, то есть предоставление услуг, связанных с продвижением товара на рынок и его передачу в надлежащем (общественно приемлемом) виде от непосредственного производителя такого товара к его потребителю.

Для успешного осуществления предпринимательской деятельности необходимо опираться на следующие принципы:

1. Самостоятельность, свобода выбора, направление и метод действий.

1.1. Свобода выбора деятельности (с учётом ограничений законодательства).

1.2. Самостоятельная формулировка программы деятельности, выбор поставщиков и потребителей, установление цен.

1.3. Свободный найм работников.

1.4. Свободное распределение и использование полученной прибыли.

1.5. Самостоятельное осуществление внешнеэкономической деятельности.

2. Нацеленность на достижение успеха (прибыль).

3. Наличие риска в начале и в развитии бизнеса.

4. Личная ответственность за результаты.

5. Стремление к новому (инновации).

6. Гибкость, самообновляемость.

4.2. Предпринимательская среда

Любая организация существует в тесном единстве с внешним окружением, которое играет большую роль в её жизни, так как внешнее окружение служит источником ресурсов, необходимых для поддержания деятельности. Организация получает сырьё, энергию, информацию, человеческие и другие ресурсы из внешней среды, преобразует их в продукты или услуги и передаёт их во внешнюю среду. Она находится в процессе постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность существования и развития.

Под *предпринимательской средой* следует понимать сложившуюся в стране благоприятную социально-экономическую, политическую, гражданско-правовую ситуацию, обеспечивающую экономическую свободу дееспособным гражданам для занятия предпринимательской деятельностью, направленной на удовлетворение потребностей всех субъектов рыночной экономики.

Как интегрированная сложная система предпринимательская среда подразделяется на внешнюю, как правило, независимую от самих предпринимателей, и внутреннюю, которая формируется непосредственно самими предпринимателями.

Предпринимательская среда складывается на основе развития производительных сил, совершенствования производственных (экономических) отношений, создания благоприятного общественного и государственного климата, формирования рынка как среды существования (деятельности) предпринимателей и других важнейших условий.

Под *внешней предпринимательской средой* понимается совокупность внешних факторов и условий, прямо или косвенно влияющих на становление и развитие предпринимательства. Внешняя среда по отношению к предпринимателям является средой объективной и действует независимо от их желаний. Чтобы добиться успехов, предприниматели должны хорошо знать все внешние факторы и условия, чтобы в своей деятельности прогнозировать их влияние на конечные результаты своего бизнеса

К основным факторам среды прямого воздействия (микросреды) на предпринимательскую организацию относятся:

- поставщики;
- потребители;
- конкуренты;
- контактные аудитории.

Поставщиками являются организации, обеспечивающие предприятие различными ресурсами.

В зависимости от вида ресурса можно выделить поставщиков:

- сырья и материалов, оборудования, энергии;
- капитала;
- трудовых ресурсов.

Потребители формируют рынок сбыта. Существует распространённая точка зрения, что истинная цель предпринимательства – создавать потребителей. Само выживание и оправдание существования предприятия зависит от его способности находить потребителей своих продукции и услуг и удовлетворять их запросы. Важно понимать, что потребители – не единственный объект соперничества предприятий. Предприятия могут также вести конкурентную борьбу за материальные и трудовые ресурсы, капитал и право использовать определённые технические нововведения. От реакции на конкуренцию во многом зависят такие внутренние факторы, как условия работы, оплата труда и характер отношений руководителей с подчинёнными.

Конкуренты – один из наиболее динамичных внешних факторов, влияние которого, невозможно оспаривать. В условиях рынка руководители предприятий осознают, что если не удовлетворять нужды потребителей столь же эффективно, как это делают конкуренты, то результаты их деятельности могут быть весьма плачевны. Во многих случаях не потребители, а именно конкуренты определяют, какого рода продукцию можно продать и какую цену за неё запросить. Выделяют: конкуренцию среди продавцов; конкуренцию между товарами; конкуренцию среди поставщиков; конкуренцию между покупателями.

Контактные аудитории – это внешние силы, которые оказывают непосредственное воздействие на принятие решений предприятия из-за различного рода интересов к его деятельности.

Среда косвенного воздействия на предпринимательскую организацию включает в себя факторы, которые могут не оказывать быстрого воздействия на функционирование предприятия, но тем не менее сказываются на его результатах. Эти факторы можно подразделить на:

– государственно-политические;

- экономические;
- социально-демографические;
- международные;
- научно-технологические;
- правовые;
- экологические.

Политическая ситуация в стране оказывает влияние на экономическую обстановку в целом, так как в известной степени способы управления экономикой есть результат реализации политических целей и задач находящегося у власти правительства. Фактор политической стабильности играет весьма существенную роль как для зарубежных, так и для отечественных предприятий.

Не менее существенным является и фактор государственного регулирования предпринимательской деятельности. С одной стороны, государственная поддержка может стимулировать деятельность предприятия (всевозможные виды субсидий, налоговых льгот, кредитов, различных видов юридических услуг), с другой – действия государства могут быть ограничивающими, запрещающими (этими мерами государство обеспечивает производственную безопасность, качество товаров и так прочее).

Количество экономических факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия, столь велико и многообразно, что их невозможно перечислить в полном объёме. Экономическая составляющая макросреды определяет общий уровень экономического развития, рыночных отношений, конкуренции, то есть экономические условия, в которых работают предприятия.

Основные параметры таких экономических условий: размер ВВП, темпы инфляции, размер процентной ставки, валютный курс, дефицит бюджета, уровень безработицы, нормы налогообложения, производительность труда, величина заработной платы. Изменения этих

макроэкономических показателей влияют на уровень жизни населения, платёжеспособность потребителей, колебания спроса, определяют инвестиционную политику, уровень цен, прибыльность.

Социально-демографическая среда включает в себя две группы факторов, оказывающих наибольшее воздействие на производственно-хозяйственную деятельность предприятий:

- социокультурные;
- демографические.

Социокультурная среда, отражающая уровень жизни различных групп населения, включает в себя также стиль жизни, привычки, нравственные и этические нормы, религиозные основы общества. Все эти факторы социокультурной среды влияют на поведение покупателей и соответственно могут вносить изменения на рынке товаров и услуг за счёт роста или снижения спроса на отдельные товары и услуги. Особое влияние на деятельность предприятий оказывают демографические факторы, хотя они не всегда принимаются во внимание. Любая хозяйственная система должна учитывать структурные изменения демографического развития отдельных регионов и страны в целом. Среди демографических факторов наиболее важными являются две группы, связанные с изменениями в обществе:

- изменения численности населения (рост, снижение рождаемости, смертность);
- изменения в возрастном и половозрастном структурном составе населения.

Предприятия, стремящиеся к успеху, должны эффективно приспосабливаться к технологическим изменениям и возможно быстрее использовать их для получения преимуществ на конкурентном рынке. Технологическая среда отражает уровень научно-технического развития, который активно воздействует на предпринимательство, например, в сфере компьютеризации,

информационных технологий и так прочее. Причём, новые технологии могут привести как к повышению конкурентоспособности, так и к её снижению, если большего успеха в их разработке и применении добился конкурент.

Правовая составляющая включает законы и правовые акты, устанавливающие допустимые нормы взаимоотношений, права, ответственность, обязанности организаций, регулирующие деятельность, включая ограничения на отдельные её виды, определяющие формы и методы защиты интересов. От знания и соблюдения принятых законов и правовых норм зависит правильность заключения и выполнения контрактов, законность деловых операций, возможность решения спорных и других вопросов, связанных с деятельностью организации, которая осуществляется в рамках существующего законодательства.

Основные характеристики факторов внешней среды. Независимо от того, к какому уровню внешней среды – прямого или косвенного воздействия относится тот или иной фактор внешней среды, можно выделить основные сущностные их характеристики:

- 1) взаимосвязанность;
- 2) сложность;
- 3) подвижность и неопределённость;
- 4) экологичность.

Взаимосвязанность факторов внешней среды – это взаимовлияние различных факторов в процессе функционирования предприятия.

Под *сложностью внешней среды* понимается число факторов, которые могут оказать существенное влияние на хозяйственную деятельность предприятия и на которые оно обязано реагировать.

Подвижность внешней среды – это скорость, с которой происходят изменения окружении предприятия. Многие исследователи указывают, что окружение современных

предприятий изменяется с нарастающей скоростью. Однако при том, что эта тенденция является общей, есть предприятия, вокруг которых внешняя среда особенно подвижна. Быстрые изменения происходят, например, в авиационно-космической промышленности, производстве компьютеров, биотехнологии и сфере телекоммуникаций. Кроме того, подвижность внешнего окружения может быть выше для одних подразделений предприятия и ниже для других. Учитывая сложность функционирования в условиях высокоподвижной среды, предприятия и их подразделения должны опираться на весьма разнообразную информацию, чтобы принимать эффективные решения.

Экологичность внешней среды определяется:

– исходным моментом для начала любой хозяйственной деятельности организации должна стать задача сохранения равновесия биосферы как необходимого и достаточного условия выживания человека;

– переходом к таким рыночным отношениям, когда наравне со свободой в производственно-хозяйственной деятельности товаропроизводителей действуют рыночные механизмы, учитывающие природный фактор;

– внешняя среда предприятия должна рассматриваться как природно-ресурсный потенциал для будущих поколений.

Неопределённость внешней среды определяется количеством информации, которой располагает предприятие по поводу конкретного фактора, а также уверенностью в достоверности этой информации. Если информации мало или есть сомнения в её точности, внешняя среда становится более неопределённой, чем в ситуации, когда есть основания считать информацию высоконадёжной. Чем неопределённее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения.

Обстановка, с которой сталкиваются предприятия, не одинакова, поэтому ей соответствуют различные уровни

неопределённости, которые могут быть классифицированы на основе анализа двух характеристик:

- степени простоты или сложности обстановки;
- степени стабильности или нестабильности (динамичности) событий.

Неопределённость внешней среды возрастает с увеличением динамичности или же с усложнением её условий. Степень динамичности внешней среды определяется темпом и частотой изменений.

Рассмотрим типы внешней среды по степени присущей ей неопределённости.

Неопределённость представляется такими полярными характеристиками, как «простая – сложная» среда, её измерение имеет отношение к количеству и несхожести внешних элементов, связанных с деятельностью предприятия, возникать из различий в элементах внешней среды, с которыми сталкивается предприятие, быть результатом суммы знаний, необходимых для того, чтобы справиться с воздействием обстановки; и «стабильная – нестабильная», которая имеет отношение к темпам изменения внешней среды. Эти характеристики могут различным образом сочетаться.

Предпринимательский успех зависит от многих факторов, среди которых важнейшим является внутренняя предпринимательская среда как определённая совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации.

Внутренняя среда предпринимательства охватывает широкий круг элементов, представляющих совокупность внутренних условий функционирования предпринимательской организации, и полностью зависит от предпринимателя. Когда речь идёт о внутренней среде предпринимательства, то имеется в виду:

- наличие капитала (как собственного, так и инвестированного);

– выбор объекта предпринимательской деятельности и организационно-правовой формы хозяйственной деятельности;

– организационная структура;

– рациональность и эффективность предпринимательской деятельности и такое прочее.

Когда речь идёт о внутренней среде предпринимательской организации то подразумевается её структура, охватывающая не только управленческий механизм, направленный на оптимизацию научно-технической и производственно-сбытовой деятельности и на совершенствование технологий реализуемых процессов, с помощью которых предпринимательская активность (энергия), материалы и информация преобразуются в конечный продукт предпринимательской организации.

При формировании внутренней среды предпринимательства обычно выделяют две её составляющие: ситуационные факторы и элементы внутренней среды. Элементы внутренней среды – это составные части предприятия, необходимые для достижения целей. Основные элементы внутренней среды представлены на рис. 6.

Ситуационные факторы внутренней среды предпринимательской организации – это внутренние переменные, которые создаются предпринимателем, исходя из анализа внешней среды, и используются для определения граничных условий функционирования предпринимательской организации.

Рассмотрим основные ситуационные факторы, к ним относятся:

– цели предпринимательства;

– этика и культура предпринимательской деятельности;

– внутрифирменное предпринимательство (интрапренерство).

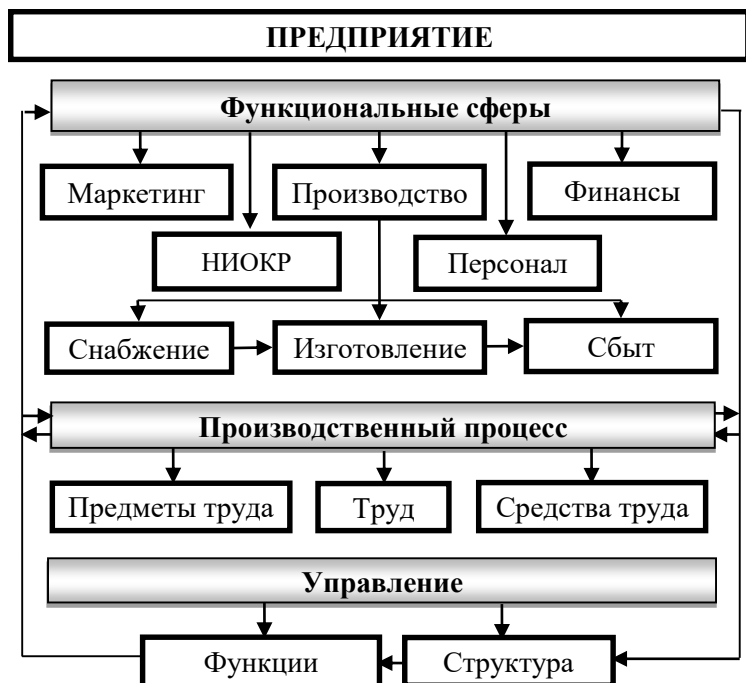


Рис. 6 – Основные элементы внутренней среды предприятия

Особое значение для успешной предпринимательской деятельности имеют разработка обоснованного бизнес-плана, прогноз и расчёт последствий наступления предполагаемых рисков, внедрение новых технологий, диверсификация деятельности, разработка и внедрение обоснованной стратегии развития организации. Только те предприниматели добиваются успеха, которые постоянно повышают свои знания, хорошо знают правовой механизм организации и ведения бизнеса, умеют совершать сделки, заключать предпринимательские договоры, которые имеют долгосрочную обоснованную цель.

4.3. Предприниматель и рынок

Если в государстве нет рынка, то не может быть и предпринимателей, и наоборот. Предприниматели являются ведущими субъектами рыночной экономики наряду с домохозяйствами и государством, которое в развитой рыночной экономике выступает коллективным предпринимателем.

Рынок – это сложное и многостороннее экономическое явление, соединение спроса и предложения, форма общественно-экономических связей между предпринимателями и потребителями, основанных на взаимной купле-продаже товаров (работ, услуг). Рынок не только среда (сфера) функционирования предпринимателей, но и важнейший фактор развития предпринимательства в государстве при условии, что существуют и развиваются рынки всех факторов производства.

В рыночной экономике существует рынок покупателя, который характеризуется превышением предложения товаров над спросом на них при определённой стабильности цен.

Современный рынок представляет собой организованную и относительно сбалансированную систему, обеспечивающую предпринимателям свободу при выборе способов производства и продажи различных видов и объёмов товаров (работ, услуг), а всем потребителям гарантирует независимость при их приобретении. Рынок – сообщество самостоятельных, независимых хозяйствующих субъектов, а предприниматель – самостоятельно хозяйствующий субъект. Свободного рынка ни в одном государстве нет, так как нет для него определённых экономических условий, а действует конкурентный рынок при наличии различных форм собственности, но преобладающей является негосударственная собственность при существовании развитой рыночной инфраструктуры, включающей три

основных элемента – рынок товаров и услуг, рынок факторов производства, финансовый рынок и соответствующие им развитые системы рыночных институтов.

Современный рынок классифицируется по различным категориям:

а) по экономическому назначению объектов рыночных отношений;

б) по географическому положению;

в) по степени ограничения конкуренции;

г) по отраслям;

д) по характеру продаж.

Посредством рынка осуществляется эффективное распределение всех видов ресурсов, а рынок функционирует при наличии относительно ограниченной экономической информации. Преимуществом рынка является высокая гибкость, адаптивность к изменяющимся условиям производства и потребления, участниками рынка оптимально используются результаты научно-технического прогресса. Чтобы получить максимальную прибыль, предприниматели-производители идут на риск, разрабатывая новые товары, совершенствуя технологию, что позволяет им иметь временное преимущество перед конкурентами. Предприниматель и потребители обладают свободой выбора и действий. Они независимы в принятии решений, заключении различных сделок (договоров), найме рабочей силы и так прочее. Рынок обеспечивает удовлетворение самых разных потребностей. Часть функций, которые не может выполнить рыночный механизм, берет на себя государство. Рынок есть сфера существования предпринимателей, без него не будет миллионов предпринимателей, а без предпринимателей, как самостоятельно хозяйствующих субъектов, не может быть развитого рынка. Поэтому все условия и факторы становления цивилизованного развитого рынка являются и условиями становления и развитого предпринимательства.

Важнейшим обязательным признаком рынка выступает его конкурентный характер. *Конкуренция* – это механизм функционирования предпринимателей, которые конкурируют между собой, а также с покупателями. Конкуренция – это состязательность хозяйствующих субъектов.

Действующим законодательством запрещается прибегать к недобросовестной конкуренции на рынке, занимать доминирующее положение, осуществлять монополистическую деятельность, устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены.

Предприниматель только тогда может добиться успеха, если сумеет своевременно и правильно оценить рыночные возможности с точки зрения целей и ресурсов своего предприятия, производить только необходимые субъектам рынка товары и услуги с меньшими издержками и необходимого качества.

Вопросы для самопроверки

1. Внутренняя предпринимательская среда полностью определяется...

- а) органами власти;
- б) предпринимателем;
- в) законом;
- г) конкурентами.

2. Потребители, поставщики, конкуренты и так прочее – это...

- а) среда косвенного воздействия;
- б) внутренняя среда;
- в) внешняя среда;
- г) среда прямого воздействия.

3. Под внешней предпринимательской средой следует понимать совокупность условий и факторов, существующих и действующих независимо от...

- а) органов государственной власти;
- б) рынка;
- в) конкурентов;
- г) предпринимателя.

4. Предпринимательская среда, как сложная интегрированная система, подразделяется на.

- а) традиционную и инновационную;
- б) внешнюю и внутреннюю;
- в) неблагоприятную и благоприятную;
- г) зависимую и независимую.

5. Политика, технология, образование, искусство, ценности и отношения, религия, язык, правоповедение, социальный статус –это факторы...

- а) предпринимательской среды;
- б) внешней среды;
- в) внутренней среды;
- г) культурной среды.

6. К формированию предпринимателем внутренней предпринимательской среды следует отнести...

- а) правильный выбор организационно-правовой формы;
- б) рекламную кампанию;
- в) конкуренцию;
- г) рынок.

РАЗДЕЛ 5 НАЗНАЧЕНИЕ, СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Осуществление коммерческой деятельности основывается не только на совместной работе персонала предприятия, но и предполагает эффективное взаимодействие с субъектами внешней среды. Сотрудничество с теми, в ком заинтересована организация, должно быть продуктивным. Необходимы убедительные доказательства выгоды дела и понимание каждым своей роли в общей работе. Для этого разрабатывается специальный документ, включающий детальное описание корпоративной стратегии. Он называется бизнес-планом. Бизнес-план представляет собой модель бизнес-процессов, которые предстоит реализовать организации в течение планируемого периода.

Бизнес-план – это документ, в котором даётся описание основных разделов развития организации на конкурентном рынке с учётом собственных и заёмных финансовых источников, материальных и кадровых возможностей и предполагаемых рисков, возникающих в процессе реализации предпринимательских проектов. Наиболее общее предназначение бизнес-плана – обоснование целесообразности и надёжности представленного варианта будущей реальности. Для этого в его структуру включают:

- ключевые цели бизнеса, сформулированные с учётом возможностей внешней среды, конкурентных преимуществ предприятия и его ограничений;
- обоснование выбора оптимальных путей и способов достижения поставленных целей;
- оценку эффективности их реализации;
- определение потребности в денежных ресурсах;
- обоснование инвестиционной программы бизнеса.

Разрабатываемые бизнес-планы могут предназначаться для использования руководством и персоналом самой

организации, кредиторами, собственниками, партнёрами по бизнесу и так прочее. В зависимости от назначения и целей разработки различают несколько видов бизнес-плана. Каждый из них имеет свою специфику.

Бизнес-план для внутреннего пользования включает в себя все элементы стратегического планирования, и является одной из форм его представления. Это наиболее детализированный вариант бизнес-плана. Его назначение – быть инструментом координации деятельности персонала по достижению поставленных целей. К его разработке особенно активно привлекаются менеджеры структурных единиц.

Инвестиционный бизнес-план является инструментом для привлечения инвестиций. Он предназначен для кредиторов. Цель его разработки – обоснование надёжности планируемого бизнеса, реальности заявленных сроков возврата кредита. В таком бизнес-плане особое место уделяется документально подтверждённым доказательствам возврата предоставленных денежных сумм (наличие имущества, которое может выступать в качестве залога под выданный кредит, гарантов и такое прочее).

Антикризисный бизнес-план разрабатывается для предприятий, находящихся в сложном финансовом положении, или неплатёжеспособных, нуждающихся в финансовом оздоровлении. К разработке таких бизнес-планов администрацией могут привлекаться специалисты аудиторских и консалтинговых организаций. В случае введения внешнего управления в рамках процедуры банкротства вариант бизнес-плана разрабатывается внешним управляющим и представляется на утверждение собранию кредиторов. Цель его разработки – обоснование мероприятий, необходимых для восстановления платёжеспособности должника.

Собственники-акционеры и учредители организации заинтересованы увидеть в бизнес-плане прежде всего

доказательства перспективности выбранных направлений развития, возможности увеличения размеров дивидендов, обоснование сроков выплат. Данный вариант бизнес-плана, разрабатывается для советов директоров, собраний акционеров и учредителей.

Бизнес-план разрабатывается на срок до трёх лет, в зависимости от специфики предприятия этот срок может быть увеличен или сокращён. Организации торговли, не обладающие достаточными ресурсами для долгосрочного и среднесрочного планирования, разрабатывают бизнес-план, как правило, сроком на один год (если другие сроки не оговорены пользователем).

Бизнес-план может отражать будущую деятельность всего предприятия и разрабатываться под конкретную идею или проект. В последнем случае он выступает инструментом внутрифирменного предпринимательства, так и антрепренерства. На основе такого бизнес-плана высшим руководством организации принимается решение о целесообразности воплощения предложенной идеи в жизнь.

Следовательно, *бизнес-план* – это экономически обоснованный аналитический документ, показывающий реальность планируемого дела (проекта). Вместе с тем бизнес-план выступает как средство действенной рекламы для будущих инвесторов, партнёров. Поэтому он должен быть написан деловым языком, понятным финансистам, банкирам, партнёрам по бизнесу. Количественная информация, характеризующая разделы бизнес-плана, должна быть чёткой, ёмкой, но в то же время относительно краткой. Объём бизнес-плана зависит от цели (проекта), но главное – он должен конкретно характеризовать и конечную цель, и все направления деятельности, в результате реализации которых будет обеспечено достижение цели. Как правило, бизнес-план разрабатывается на 3–5 лет, но на первый год он должен быть конкретным плановым документом. Как правило, в бизнес-

плане предусматриваются разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика продукта предприятия и удовлетворения им потребностей рынка, даётся оценка рынка и стратегия поведения предприятия на конкретных рыночных сегментах, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый проект дела, включая стратегию финансирования и предложения по инвестициям, описываются перспективы роста предприятия, маркетинговые исследования.

В зависимости от конкретного характера и условий предстоящей деятельности – объёма производства, вида продукции (услуги), её новизны и так прочее – состав и структура бизнес-плана могут существенно различаться, но содержательная сторона должна быть одной и той же.

Как правило, бизнес-план состоит из следующих разделов: резюме, описание продукта (услуги), анализ рынка, оценка конкурентов, стратегия маркетинга, план производства, организационный и финансовый план.

Резюме

Многих кредиторов и инвесторов интересует краткое содержание бизнес-плана, то есть резюме, объём которого не превышает двух страниц. Это даёт им возможность отметить важные особенности и преимущества данного проекта перед другими проектами. По содержанию резюме инвестор часто судит о том, стоит ли ему терять время и читать бизнес-план до конца, поэтому необходимо чётко и весьма убедительно изложить основные положения предлагаемого проекта, чтобы кредиторы и инвесторы смогли получить ответы на вопросы: что они получают в случае успешной реализации этого бизнес-плана и каков риск потери ими денег.

Для ответа на поставленные вопросы в этом разделе бизнес-плана определяются все направления и сферы деятельности предприятия. Границами сфер деятельности могут служить производимые товары, существующие сегменты рынка и технологические возможности самого предприятия. После определения сфер и направлений деятельности по каждому из них предприятие устанавливает цели, к которым оно стремится. Ими могут быть увеличение доли предприятия на сложившихся рынках до определённой величины или повышение общего объёма продаж в несколько раз, увеличение роста чистого дохода, увеличение доли сервисных услуг или повышение качества продукции, а также снижение срока освоения новых видов продукции (услуг), проникновение на рынки.

В конце резюме отражаются финансовые результаты, которые ожидаются от проекта в будущем.

Описание продукта (услуги)

Первый раздел любого бизнес-плана – это описание того продукта (услуги), который предприятие собирается производить или предоставлять. В этом разделе необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Какие потребности призван удовлетворять продукт (услуга)?
2. Какой полезный эффект можно получить от товара (услуги)?
3. Чем отличается предлагаемый продукт от товаров конкурентов?

Полезный эффект – то, ради чего приобретается товар (услуга). Отличительные особенности товара делают возможным получение полезного эффекта. Однако не стоит уповать на исключительные достоинства товара. Лучше

сделать упор на максимальное удовлетворение запросов рынка. Покупателю совершенно безразличны такие важные с точки зрения производителя показатели, как трудоёмкость, материалоёмкость, энергоёмкость. Два элемента – потребительные свойства товара (услуги) и цена – являются определяющими для покупателя при совершении покупки и главными составляющими конкурентоспособности товара (услуги).

В конечном итоге люди склонны приобретать то, что им нравится, а не то, что им предлагают. Это всегда нужно помнить производителю товара (услуги). Очень важный и весьма часто упускаемый из виду момент – наглядное изображение товара или экземпляра изделия, или свидетельство хотя бы одного клиента, которого полностью устроили оказанные организацией услуги. Без этого и само руководство предприятия не будет иметь полного представления о своих будущих проблемах и затратах, и потенциальные кредиторы и партнёры не захотят давать деньги под идею, которая не привела к появлению хотя бы одного экземпляра товара или услуги. Поэтому всегда целесообразно иметь образец продукции, доведенный до товарного вида, фотографию либо рисунок товара, дающие о нём достаточно чёткие представления, или детальное описание предоставляемых услуг.

В этом же разделе следует охарактеризовать основные качества товара (услуги), его внешний вид, если необходимо – упаковку и сервисное обслуживание. На этом этапе целесообразно прикинуть цену товара (услуги) и те затраты, которые необходимо будет осуществить при их изготовлении, что позволит определить предполагаемую прибыль, а значит, и шансы на успех или неудачу.

Анализ потребительского рынка

Изучение потребительского рынка товара или услуги – второй раздел бизнес-плана. Недостаточный анализ рынка и потенциальных потребителей, их вкусов, запросов, денежных возможностей и так прочее – одна из наиболее частых причин неудач в бизнесе. Поэтому прежде чем ставить дело на широкую ногу и заняться им всерьёз, следует тщательно изучить рынок. Это даст возможность определить круг потребителей, ёмкость рынка товара (услуги) и, следовательно, объёмы их производства и реализации, а также необходимые для этого ресурсы.

Если трудно провести достоверные исследования рынка либо они стоят достаточно дорого и не по карману начинающему предпринимателю, можно изготовить пробную партию товара, реализация которого даст ценную информацию о рынке, особенно если сам предприниматель примет непосредственное участие в продаже товара или оказании услуг. При этом целесообразно обратить внимание на следующее:

- насколько часто и охотно покупатели приобретают товар или обращаются за услугами;
- кто именно покупает товар или обращается за услугами (полезно поинтересоваться у потребителя, что именно привлекло его в предлагаемом товаре или услуге);
- сколько времени потребовалось для реализации всей партии товара или оказания одной услуги;
- как реагируют покупатели на цену товара. Можно поиграть с ценой товара и посмотреть, повлияет ли её снижение на скорость продажи и расширение круга потребителей.

Таким образом, из пробной продажи необходимо получить максимум интересующей информации. Полезно поинтересоваться у потребителей, какие изменения внесли бы

они во внешний вид, качественные параметры, упаковку товаров, оказание сервисных услуг. При этом не следует стремиться удовлетворить интересы и запросы всех потребителей сразу, а нацеливать товар или услугу всегда на определённую группу покупателей, на их потребности и вкусы и направлять совершенствование изделий и услуг, завоёвывать определённую нишу на рынке данного товара (услуги) и стараться её удержать.

Оценка конкурентов

Третий раздел бизнес-плана посвящается анализу конкурентов. Не следует думать, что в условиях современного ненасыщенного рынка такой анализ является напрасной тратой времени, сил и средств. Ведь ситуация может измениться в любой момент, а бизнес надо ориентировать с расчётом на будущее. Так что стоит позаботиться и об этом разделе бизнес-плана. В нем необходимо ответить на следующие вопросы:

1. Кто является конкурентом предприятия сегодня и в каком состоянии его дела: стабильны, на подъёме или идут на спад?

2. Каковы отличия товара (услуги) предприятия от аналогичных товаров (услуг) конкурентов?

3. Каковы шансы и возможности появления новых конкурентов?

4. В чём предприятие рассчитывает их превзойти?

Цель данного раздела – облегчить выбор подходящей тактики конкурентной борьбы и предостеречь предприятие от чужих ошибок. К числу типичных ошибок можно отнести попытки внедриться на перенасыщенный рынок. Детальный анализ действий конкурентов может заставить сменить стратегию и внести коррективы в текущую деятельность, чтобы успешнее противостоять соперникам. Причём такой

анализ необходимо вести постоянно хотя бы потому, что рынки пребывают в постоянном изменении и чей-то успешный дебют привлекает новых конкурентов.

Надо сделать акцент на те стороны деятельности, где наблюдается определённое преимущество предприятия перед конкурентами (высокое качество продукции и обслуживания, опытный персонал). Рекомендуется сопоставить достоинства предприятия с уязвимыми моментами в деятельности соперника (конечно, при условии, что они известны).

После чётких ответов на вопросы указанных трёх разделов бизнес-плана у предпринимателя должно сложиться определённое представление о той рыночной нише, которую он хочет занять, организуя свой бизнес.

Стратегия маркетинга

Данный раздел бизнес-плана направлен на то, чтобы ответить на вопрос, какие практические шаги необходимо осуществить, чтобы реально занять определённое место на рынке.

Четвёртый раздел – это план маркетинга. В наиболее общем виде маркетинг представляет собой взаимосвязь двух сторон: тщательное изучение рынка и потенциальных потребителей и всестороннее продвижение товаров (услуг) к этому потенциальному потребителю. «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится» – главная формула маркетинга.

Поскольку в предыдущих разделах так или иначе была дана оценка потребителей и конкурентов, в этом разделе бизнес-плана больше всего внимание уделяется как осуществить производство и довести продукт до потребителя.

Произвести товар (услугу), по своим параметрам соответствующий запросам покупателя, это лишь полдела. Его нужно доставить потенциальному потребителю и создать

условия для превращения потребности в реальный спрос. Коммерческий успех предприятия в большей степени зависит от того, насколько рационально организовано движение продукции в сфере обращения. По мнению маркетологов, товародвижение является вторым основным фактором после качества продукции, который учитывается при выборе поставщиков.

Основные элементы здесь следующие:

1. Схема распространения товара: самостоятельно, через оптовые организации, магазины и так прочее.

2. Ценообразование: как будет определяться цена товара (услуги), какую прибыль планируется получить, в каких пределах можно уменьшать цену, чтобы она давала возможность окупить расходы и получить достаточную прибыль?

3. Реклама: сколько средств можно выделить на рекламу, в какой форме и какими средствами рекламировать бизнес?

4. Методы стимулирования потребителей: как и за счёт чего привлекать новых покупателей, расширять сферу сбыта, увеличивать производство, совершенствовать товар (услугу), предоставлять гарантии или дополнительные услуги клиентам и так прочее?

5. Формирование и поддержание хорошего мнения о бизнесе: как и какими средствами предприятие будет добиваться устойчивой репутации своих товаров (услуг) и самого предприятия?

План производства

Пятый раздел бизнес-плана, содержащий описание всего производственного процесса готовится только теми предпринимателями, которые собираются заниматься производством какой-либо продукции или услуги.

Главная задача данного раздела – подтвердить расчётами, что создаваемое предприятие в состоянии реально производить необходимое количество товаров (услуг) в нужные сроки и с требуемым качеством.

Здесь нужно ответить на следующие вопросы:

1. Где будут производиться товары (услуги) – на действующем или на вновь создаваемом предприятии?

2. Какие для этого потребуются мощности в настоящее время и в дальнейшем?

3. Где, у кого, на каких условиях будут закупаться сырьё, материалы и комплектующие детали?

4. Предполагается ли производственная кооперация и с кем?

5. Какое оборудование потребуется и где намечается его приобрести?

Одновременно решается вопрос о контроле качества выпускаемой продукции (услуг).

Если предполагается создать не производственное предприятие, а торговую точку, то данный раздел можно назвать торговым планом и описать в нём процедуру закупки товаров, систему контроля за уровнем товарных запасов и план складских помещений. В этом случае необходимо ответить на следующие вопросы:

1. У кого предполагается закупать товар?

2. Есть ли подходящее помещение для магазина и для склада?

Завершить данный раздел бизнес-плана необходимо оценкой возможных издержек производства и их изменений в перспективе.

Организационный план

Шестой раздел бизнес-плана – это организационный план, в котором речь идёт о том, с какими партнёрами

организуется дело и как планируется наладить его бесперебойное и успешное функционирование. В этом разделе необходимо осветить следующие вопросы:

1. Какие специалисты понадобятся для успешного ведения дела?

2. На каких условиях будут привлекаться специалисты – на постоянную работу, по контракту, в качестве совместителей?

3. Как будет оплачиваться труд каждого работника, на каких принципах и условиях будет осуществляться стимулирование?

К найму дополнительных работников нужно прибегать только в том случае, если это повысит доходность предприятия. Поэтому прежде, чем принимать на работу новых людей, надо подумать насколько это оправданно. Только тщательный отбор кандидатуры может дать желаемый результат. Заработная плата служащих относится к разряду постоянных издержек, поэтому необходима твёрдая уверенность в их необходимости.

Другой важной проблемой предпринимательства является вопрос о том, с кем иметь дело, кого взять в компаньоны. Опыт показывает, что вступать в бизнес, организовывать своё дело следует только с проверенными людьми, единомышленниками, инициативными, стремящимися к успеху, на которых можно положиться и доверить решение любого вопроса совместного предпринимательства. Лучше, если компаньоны в различных сторонах своей деятельности будут дополнять друг друга. Это залог успеха предприятия.

В целях чёткости и согласованности работы необходимо определить организационную схему предприятия, указать, кто и чем будет заниматься, кто и как будет осуществлять координацию, контроль и взаимодействие всех работников.

Нередко этому разделу бизнес-плана не уделяется должного внимания, и организационная неразбериха является одной из причин неудачи в бизнесе.

Финансовый план

Седьмой раздел бизнес-плана. Он обобщает в стоимостном выражении возможные результаты принятых решений по предыдущим разделам.

Финансовый план включает: расчёт величины и определение источника получения средств, необходимых для организации дела, прогноз объёмов реализации, баланс денежных расходов и поступлений, таблицу доходов и затрат, сводный баланс активов и пассивов предприятия, график достижения точки безубыточности.

Если собственных средств для организации дела не хватает, приходится прибегать к кредитам. При этом необходимо просчитать потребность в заёмных средствах и соизмерить их с возможностями своевременного погашения ссуды.

Прибегая к ссуде или вкладывая собственные средства, необходимо знать, как «сработают» эти деньги, какой доход принесут. Важно убедиться, что прибыль от использования кредита окажется выше затрат по привлечению кредита. Другой способ привлечения необходимых средств – найти партнёра, желающего вложить свои деньги, в тот или иной капитал, то есть в дело (здание, оборудование и так прочее). Правда, в этом случае возникает так называемая партнёрская собственность, и доход от бизнеса делится либо поровну, либо в зависимости от величины вложенного капитала, в том числе и акционерного.

Прогноз объёма реализации даст представление о доле рынка, которая будет охвачена выпускаемой продукцией (услугами).

Баланс денежных доходов и расходов – это документ, определяющий сумму денег, вкладываемых в проект с разбивкой по времени от момента начала организации предприятия. Главной задачей баланса является проверка синхронности поступления денежных средств от реализации продукции и их расходования, то есть определение достаточности этих средств на каждый момент времени.

Таблица доходов и затрат показывает доходы от продажи товаров, предоставления услуг, издержки от их производства, суммарную прибыль от продаж, общепроизводственные расходы (по видам), чистую прибыль.

Сводный баланс активов и пассивов предприятия составляется на начало и конец первого года существования проекта. Он служит основой для оценки специалистами коммерческих банков надёжности источников финансирования и целесообразности вложения капитала.

Раздел рекомендуется заканчивать графиком нахождения точки безубыточности. График даёт возможность определить объём производства (критическую программу), при котором предприятие начнёт получать прибыль.

Квалифицированное решение финансовых вопросов – одна из самых ответственных проблем для предпринимательства. От этого в значительной степени зависят прибыльность деятельности предпринимателя, успех дела.

Однако нередко стремление предпринимателя всё сделать самому, нежелание перепоручить какое-либо дело другому приводят не к самым лучшим результатам. А поскольку речь идёт о таком специфическом вопросе, как финансы, где требуются специальные знания, то неудачные решения в этой сфере могут привести к плачевным результатам или к потере части прибыли.

Чтобы избежать такого нежелательного варианта, целесообразно в случае необходимости прибегать к услугам

высококвалифицированного финансиста. Конечно, это дополнительные расходы, но они с лихвой окупятся нахождением с помощью специалиста более выгодного варианта действий.

Разработка бизнес-плана даст возможность трезво оценить предприятие, выявить его слабые и сильные стороны, определить, что потребуется для осуществления его деятельности, оценить открывающиеся перспективы, предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьёзную проблему, докопаться до причин затруднений, а значит, найти пути их устранения.

В случае, если затеваемое дело находится на грани банкротства, то работа над бизнес-планом поможет осознать сомнительность этой затеи и целесообразность отказа от неё.

Вопросы для самопроверки

- 1. Для чего нужен предприятию бизнес-план?**
 - а) для регистрации предприятия;
 - б) для оценивания инвестиционных проектов;
 - в) для координации предприятия;
 - г) для оперативного управления и контроля.
- 2. К какому разделу бизнес-плана относится информация о потребительских группах рынка?**
 - а) резюме;
 - б) оценка конкурентов;
 - в) описание продукта (услуги);
 - г) анализ рынка и маркетинговая стратегия.
- 3. Что представляется основной внутренней функцией бизнес-плана?**
 - а) расчёт стоимости бизнеса;
 - б) привлечение инвестиций;
 - в) проведение рекламной кампании;
 - г) выявление угроз и возможностей.

4. К какому виду планирования относится бизнес-план освоения нового производства?

- а) стратегическое планирование;
- б) текущее планирование;
- в) долгосрочное планирование;
- г) оперативное планирование.

5. В каком разделе бизнес-плана отражается план денежных расходов и поступлений?

- а) маркетинговый план;
- б) организационный план;
- в) план производства;
- г) финансовый план.

6. Какие краткие сведения содержит резюме бизнес-плана?

- а) сущность предлагаемого проекта и его эффективность;
- б) рынки сбыта, конкуренты и результаты маркетингового анализа рынка;
- в) технологический процесс планируемого производства;
- г) возможные результаты принятых решений в стоимостном выражении.

РАЗДЕЛ 6

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ

6.1. Суть предпринимательского риска

Решения в деятельности предпринимательских организаций приходится принимать в условиях неопределённости, когда необходимо выбирать направление действий из нескольких возможных вариантов, осуществление которых сложно предсказать (рассчитать), как говорится, на все сто процентов. Риск присущ любой сфере человеческой деятельности, что связано с множеством условий и факторов, приводящих к положительному или отрицательному исходу принимаемых индивидуумами решений.

Причина высокой рискованности предпринимательской деятельности не только заключена внутри предприятия (связана с работой подразделений и персонала), но и в значительной мере определена ситуацией, складывающейся во внешней предпринимательской среде. Это факторы политического, общеэкономического, правового и социально-культурного развития государства.

В результате изменения какого-либо одного из условий функционирования предпринимательской организации – как внутренних, так и внешних – или комбинации условий, имеющих место в экономической, политической, а также внутрифирменной среде функционирования предпринимательской организации, создаются рисковые хозяйственные ситуации.

Чем больше неопределённость хозяйственной ситуации, тем выше уровень риска, но, как правило, чем выше уровень риска, тем выше и вероятность получения высокой прибыли. Необходимо выбирать оптимальное соотношение уровня риска и степени деловой активности, доходности.

При рассмотрении предпринимательского риска следует разграничивать понятия «риск» и «неопределённость», так как

риск характеризует ситуацию, когда наступление неизвестных событий достаточно вероятно и может быть оценено количественно. Неопределённость же характеризует ситуацию, когда вероятность наступления таких событий заранее оценить невозможно.

В рыночной экономике существуют три основные группы причин возникновения ситуации неопределённости:

- некомпетентность – это недостаточность знаний о внешней предпринимательской среде;

- случайность определяется тем, что будущие события очень сложно предвидеть, так как в некоторых случаях те или иные события даже в сходных условиях происходят неодинаково;

- противодействие – это ситуация, когда те или иные события затрудняют эффективную деятельность предпринимательской организации.

Условия неопределённости, которые имеют место при любых видах предпринимательской деятельности, являются предметом исследования и объектом постоянного наблюдения экономистов, а также специалистов других отраслей.

Основная задача предпринимателя – предвидеть возможные причины неопределённости, которые и являются источниками возникновения рискованных ситуаций, найти возможные пути преодоления случайностей и противодействий.

Риск сознательный, а именно таким он является в предпринимательстве, обычно связан с желанием достичь существенного успеха.

Предприниматель оценивает ситуацию, формирует множество возможных исходов и представляет вероятности их осуществления, делает выбор из множества альтернатив, результат данных действий зависит от компетентности предпринимателя, уровня знаний и умений, которыми он

обладает, его прошлого опыта, а также от его склонности к принятию рискованных решений.

Согласно математическим определениям, если неопределённость проявляется тогда, когда результатом действия является набор возможных альтернатив, вероятность которых неизвестна, то риск, вытекающий из неопределённости, имеет место, если действие приводит к набору альтернатив, вероятность осуществления каждой из них известна.

В экономическом смысле риск по результатам действия предполагает два варианта:

1. Образование потерь и ущерба, вероятность которых связана с наличием неопределённости (недостаточности информации, недостоверности).

2. Получение выгоды и прибыли, возможно лишь при действиях, обременённых риском.

М.А. Рогов приводит следующие постулаты предпринимательского риска:

1. Риск связан с оценками (ожиданиями) и решениями субъекта и не существует безотносительно от них.

2. Риск отражает решения, с помощью которых связывается время, хотя будущее не может быть известно в достаточной степени.

3. Свободного от риска поведения не существует.

4. Производственный риск связан с производством и реализацией продукции (услуг, работ), осуществлением любых видов производственной деятельности. Этот вид риска наиболее чувствителен к изменению намеченных объёмов производства и объёма реализации продукции, плановых материальных и трудовых затрат, к изменению цен, браку, дефектности изделий и так прочее

Коммерческий риск возникает в процессе реализации закупленных предпринимателем товаров (оказанных услуг).

Процентный риск – опасность потерь коммерческими банками, кредитными организациями, инвестиционными фондами в результате повышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлечённым средствам, над ставками по предоставляемым кредитам.

Валютные риск отражают опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой, в том числе национальной валюты, при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

Финансовый риск может возникнуть при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых (денежных) сделок.

Причиной *инвестиционного риска* может быть обесценивание инвестиционно-финансового портфеля, состоящего из собственных и приобретённых ценных бумаг.

Рыночный риск связан с возможными колебаниями рыночных процентных ставок, национальной денежной единицы или зарубежных курсов валют, а возможно, с тем и другим одновременно.

Потери от риска в предпринимательской деятельности подразделяются на: материальные, трудовые, финансовые, потери времени, специальные виды потерь.

Материальные потери – это не предусмотренные проектом затраты или прямые потери материальных объектов в натуральном выражении (здания, сооружения, передаточные устройства, продукция, полуфабрикаты, материалы, сырье, комплектующие изделия).

Трудовые потери – потери рабочего времени, вызванные случайными или непредвиденными обстоятельствами (например, применение опытно-статистических норм времени вместо технически обоснованных (единица измерения – человеко-час или человеко-день рабочего времени)).

Финансовые потери возникают в результате прямого денежного ущерба (не предусмотренные предпринимательским проектом платежи, штрафы, выплаты за просроченные кредиты, дополнительные налоги, утрата денежных средств или ценных бумаг). Они могут быть также следствием неполучения денег из предусмотренных проектом источников, невозвращения долгов и др.

Потери времени возникают в том случае, если процесс предпринимательской деятельности идёт медленнее, чем предусмотрено проектом (измеряется часами, сутками, декадами, месяцами и так далее).

К числу *специальных видов потерь* можно отнести потери, связанные с нанесением ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя, с другими неблагоприятными социальными и морально-психологическими факторами.

Особая группа специальных видов потерь – *потери от воздействия непредвиденных факторов политического характера*. Они вносят хаос в сложившиеся экономические условия жизни людей, нарушают ритм производственно-хозяйственной деятельности, снижают прибыль.

К типичным источникам политического риска можно отнести:

- снижение деловой активности людей;
- снижение уровня трудовой и исполнительской дисциплины;
- неисполнение принятых законодательных актов;
- нарушение платежей и взаиморасчётов;
- неустойчивость налоговых ставок;
- принудительные отчисления и платежи;
- не имеющие здравого экономического смысла, отчуждение имущества или денежных средств.

При решении вопросов о финансировании проекта, учёт рисков представляется одним из наиболее важных условий

эффективности реализации проекта, что необходимо для решения двух основных задач:

1) обеспечение потока инвестиций для планомерного выполнения проекта;

2) снижение капитальных затрат и риска проекта за счёт оптимальной структуры инвестиций и получения налоговых преимуществ.

План финансирования проекта должен учесть риски:

- нежизнеспособности проекта;
- налоговый;
- неуплаты задолженности;
- незавершённое строительство.

Риск нежизнеспособности проекта должен быть гарантирован тем, что предполагаемые доходы будут достаточными для покрытия затрат, выплаты задолженностей и обеспечения окупаемости любых по размеру капитальных вложений.

Налоговый риск предусматривает:

- невозможность гарантировать налоговую скидку, если проект не вступил в эксплуатацию к предусмотренному сроку;
- потерю выигрыша на налогах, если участники прекратили работы над уже функционирующим, но экономически не оправдавшим себя проектом;
- изменение налогового законодательства;
- решения налоговой службы, понижающие налоговые преимущества в результате осуществления проекта.

Риск неуплаты задолженностей может зависеть от краткосрочного падения спроса на производимый продукт либо возникает в результате снижения цен на него из-за перепроизводства. Чтобы такие колебания не повлияли на жизнеспособность проекта, ежегодные доходы от его осуществления должны перекрывать максимальные годовые выплаты по задолженности.

Возможны следующие меры снижения риска неуплаты платежей: использование резервных фондов, производственные выплаты, дополнительное финансирование, кредиты.

Риск не завершения строительства должен быть гарантирован участниками строительства и инвесторами. Если в проекте использованы новый технологический процесс или ноу-хау, то инвестор может потребовать безусловных гарантий завершения строительства, поскольку такие проекты значительно дороже, чем первоначально предусматривалось.

Предпринимательский риск можно охарактеризовать как экономическую категорию, количественно и качественно выражающуюся в неопределённости исхода намеченной предпринимательской деятельности, отражающей степень успеха деятельности предпринимателя по сравнению с заранее планируемыми результатами.

6.2. Классификация рисков в предпринимательстве

Предпринимательские риски характеризуются большим многообразием, и их следует классифицировать по различным признакам.

В зависимости от возможности страхования: страхуемые и не страхуемые.

Риск страхуемый – это вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления которых проводится страхование.

Не страхуемые риски – группа предпринимательских рисков, которые не берутся страховать страховые компании, но при этом именно они являются потенциальными источниками дополнительной прибыли, связанной с риском, для предприятия. Потери, которые может понести предприятие в результате страхуемого риска, покрываются за счёт выплат страховых компаний, а потери в результате

наступления не страхуемого риска возмещаются за счёт собственных средств предприятия.

По возможности диверсификации: систематические и несистематические риски.

Систематический риск характерен для всей экономической системы или отдельного рынка и не поддаётся диверсификации, определяется факторами, влияющими на все отрасли и предприятия: возможные политические изменения в стране и мире, уровень инфляции, экономические колебания и так прочее. Для предпринимателя наиболее сложной проблемой является оценка не диверсифицированного риска, так как трудно предсказать возможность возникновения данного типа риска и его последствия. Несистематический риск связан со спецификой деятельности предприятия, сложностями его функционирования, а также с проблемами отрасли, в которой предприятие функционирует. Он может быть преодолён посредством диверсификации.

В зависимости от этапа решения проблем в предпринимательской деятельности можно выделить риск в области принятия решений и в сфере их реализации. Существенным отличием этих рисков друг от друга является то, что на стадии принятия решения, когда оно только прорабатывается, можно внести изменения и исправить положение, тогда как на стадии реализации предпринимательского проекта гораздо труднее что-либо существенно изменить.

По природе возникновения: хозяйственный, связанный с личностью предпринимателя и связанный с недостатком информации. С риском предприниматель сталкивается на разных этапах своей деятельности, в разное время, и, естественно, причин возникновения конкретной рискованной ситуации может быть множество. Обычно под причиной возникновения подразумевается какой-то источник (фактор), вызвавший неопределённость ситуации. Для риска такими

источниками являются: непосредственно хозяйственная деятельность, действия самого предпринимателя и особый вид знаний – информация. В связи с этим следует различать хозяйственный риск; риск, связанный с личностью предпринимателя и риск, обусловленный недостатком информации. Недостоверность информации о партнёрах (заказчиках или поставщиках), особенно об их деловом имидже и финансовом состоянии, грозит предпринимателю риском быть обманутым. Неполная информация о конкурентах при выходе на новый рынок может также стать источником потерь для предпринимателя.

Можно выделить два типа риска по масштабам: глобальный и локальный. *Глобальный риск* является отражением экономической ситуации в стране, в отдельных отраслях, регионах. *Локальный риск* возникает на уровне организации. Следует отметить, что данные риски взаимообусловлены, воздействуют друг на друга и в то же время в известной степени автономны, из-за чего являются отражением противоречивых тенденций.

По сфере возникновения предпринимательские риски следует подразделять на: внешние и внутренние. Источником возникновения внешних рисков является внешняя среда по отношению к предпринимательской организации. Предприниматель не может оказывать на них влияние, он может их только прогнозировать и учитывать в своей деятельности. К внешним относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предпринимателя: политические, экономические и другие ситуации, связанные с проявлениями в результате экономического и финансового кризисов, высокого уровня инфляции, непредвиденного изменения уровня ставки рефинансирования, резкого ухудшения политической ситуации, начавшейся войны, национализации, введения эмбарго, отмены лицензий. Очевидно, что все природные, политические риски могут быть

отнесены только к внешним. Источником внутренних рисков является сама предпринимательская организация, они возникают в результате неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, некомпетентности самого предпринимателя и других внутренних факторов.

С точки зрения длительности, по времени предпринимательские риски могут быть разделены на временные – которые угрожают предпринимателю в течение известного отрезка времени (транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки грузов, или риск неплатежа по конкретной сделке и постоянные – которые непрерывно угрожают предпринимательской деятельности в данном географическом районе или в определённом секторе экономики (общий риск неплатежей в стране, несовершенство правовой системы и такое прочее).

По ожидаемым результатам выделяют: спекулятивный и обычный предпринимательские риски.

Спекулятивный – как вариант получения прибыли или убытка, например, от приобретения / продажи ценных бумаг. Обычный риск рассчитан только на проигрыш и может быть классифицирован по типу потери: личный риск, имущественный риск и риск, связанный с ответственностью.

Личный риск – один из случаев прямого ущерба для индивидуума.

Имущественный риск – это риск потери имущества предпринимательской организации, а риск, связанный с ответственностью, – это риск, когда действиями одного предприятия наносится ущерб другому.

По степени допустимости следует выделять: допустимый, критический и катастрофический типы риска.

Допустимый риск – это угроза неполной потери прибыли от того или иного проекта или от предпринимательской деятельности в целом. При данном риске потери возможны, но

по размеру они меньше ожидаемой предпринимательской прибыли.

Критический риск характеризуется не только потерей прибыли, но и недополучением предполагаемой выручки. В этом случае предприниматель несёт убытки в сумме всех затрат, то есть данный риск характеризуется опасностью потерь, которые превышают ожидаемую прибыль и могут привести к невозмещаемой потере всех средств, вложенных предпринимателем в данную сделку. Катастрофический риск, как правило, приводит к банкротству предприятия, то есть к потере предпринимателем всех средств.

По степени обоснованности предпринимательского риска могут быть выделены: правомерный и неправомерный риски.

В литературе по теории бизнеса, а также практике предпринимательства часто встречаются термины «высокий риск» и «слабый риск». В данном случае речь идёт о различных уровнях риска.

6.3. Факторы, оказывающие влияние на уровень риска

Поскольку риск имеет объективную основу из-за неопределённости влияния внешней среды и субъективную основу в результате принятия решений самим предпринимателем, успехи и неудачи предпринимательской организации следует рассматривать как взаимодействие целого ряда факторов, одни из которых являются внешними по отношению к предпринимательской организации, а другие являются внутренними. Под внешними факторами понимаются те условия, которые предприниматель не может изменить, но должен учитывать, поскольку они сказываются на состоянии его дел. Внешние факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска, подразделяются на две группы:

факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия.

Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на результаты предпринимательской деятельности и уровень риска. Факторы косвенного воздействия не могут оказывать прямого влияния на предпринимательскую деятельность и уровень риска, но способствуют его изменению. Среди основных внутренних факторов риска выделяются следующие:

- стратегия предприятия;
- управление предприятием и принятие управленческих решений;
- организация процессов производства и обращения;
- наличие финансовых средств.

На уровне принятия руководством стратегических решений можно выделить следующие основные факторы риска: ошибочный выбор или неадекватная формулировка собственных целей предприятия; неверная оценка стратегического потенциала предприятия и ошибочный прогноз развития внешней для предприятия хозяйственной среды в долгосрочной перспективе. Такие ошибки могут происходить из-за ошибочной исходной позиции при формировании стратегии предпринимательской организации, недостатка данных о её техническом и технологическом потенциале, неправильной оценки степени автономности предпринимательской организации от других структур, искажения полученной информации и так прочее.

Среди факторов риска управленческой деятельности надо отметить качество управления предпринимательской организацией, то есть управление имеющимися ресурсами. Качество управления может оказаться неудовлетворительным вследствие: недостатка опыта совместной работы, отсутствия достаточного опыта руководителя, недостатка общеэкономических и специальных знаний руководителя и

персонала предприятия, финансовых просчётов, плохой организации труда сотрудников, негибкости предприятия по отношению к внешней среде, недостатка знаний и так прочее.

Качество управления и соответственно уровень риска, возникающий в результате некачественного управления, в первую очередь зависят от руководителя и ведущих менеджеров предпринимательской организации.

На производственном предприятии среди внутренних факторов риска можно также выделить факторы, зависящие от организации процесса производства: нарушения персоналом технической дисциплины, аварии, внеплановые остановки оборудования или прерывание технологического цикла предприятия из-за вынужденной переналадки оборудования, перебоев в энергоснабжении, удлинения по сравнению с плановыми сроками ремонта оборудования, выхода из строя вычислительных мощностей в системе обработки информации и так прочее

Значительное влияние на уровень риска оказывает такой внутренний фактор, как наличие финансовых средств.

Очевидно, что на любом уровне управления предпринимательской организацией будут существовать как внутренние, так и внешние факторы риска. Поэтому выявление и идентификация факторов риска относятся к наиболее важным задачам процесса управления предпринимательскими рисками.

6.4. Потенциальная угроза потерь в связи с рисками предпринимательской деятельности

Рассмотрим ситуации угрозы потерь и риска относительно видов предпринимательства. Полностью избежать риска практически невозможно, но, зная, что порождает потери, предприниматель способен снизить их угрозу, уменьшая действие неблагоприятного фактора.

Охарактеризуем потери, потенциальная возможность которых порождает предпринимательский риск.

Потери в производственном предпринимательстве

Снижение намеченных объёмов производства и реализации продукции в результате уменьшения производительности труда, простоя или недоиспользования производственных мощностей, потерь рабочего времени, отсутствия необходимого количества материалов, наличие повышенного процента брака ведёт к недополучению запланированной выручки. Вероятные потери DD в этом случае в стоимостном выражении определяются по формуле:

$$DD = DO \times Ц, \quad (6.4.1)$$

где DO – вероятное суммарное уменьшение объёма выпуска продукции;

Ц – цена реализации единицы объёма продукции.

Снижение цен, по которым намечалось реализовать продукцию, в связи с недостаточным качеством, неблагоприятным изменением рыночной конъюнктуры, падением спроса, ценовой инфляцией приводит к вероятным потерям, исчисляемым по формуле:

$$DD = DЦ \times O, \quad (6.4.2)$$

где DЦ – вероятное уменьшение цены единицы объёма продукции;

O – общий объём намеченной к выпуску и реализации продукции.

Повышение материальных расходов, обусловленное перерасходом материалов, сырья, топлива, энергии, ведёт к потерям, исчисляемым по формуле:

$$DD = DM1 \times Ц1 + DM2 \times Ц2 + \quad (6.4.3)$$

где DM – вероятный перерасход материального ресурса;
Ц – цена единицы ресурса.

Другие расходы, которые могут быть в результате высоких транспортных расходов, торговых расходов, накладных и других побочных расходов.

Перерасход намеченной величины фонда оплаты труда в результате превышения расчётной численности или в результате выплаты больше чем запланировано от уровня заработной платы отдельным работникам.

Уплата повышенных отчислений и налогов, если в процессе осуществления бизнес-плана ставки отчислений и налогов изменятся в неблагоприятную для предпринимателя сторону.

Не следует упускать из вида и возможности потерь в виде штрафов, естественного убытка, а также обусловленных стихийными бедствиями, хотя учесть такие потери расчётным образом не представляется возможным.

Потери в коммерческом предпринимательстве

Неблагоприятное изменение (повышение) закупочной цены товара в процессе осуществления предпринимательского проекта и не блокировано условиями договора о закупке, приводит к вероятным потерям (DD), обусловленным по формуле:

$$DD = O \times ДЦ, \quad (6.4.4)$$

где O – объём закупок товара в физическом измерении;
 $DЦ$ – вероятное повышение закупочной цены.

Непредвиденное снижение объёма закупки по сравнению с намеченным вызывает уменьшение объёма реализации. Потеря прибыли (дохода) исчисляется как произведение снижения объёма закупки на величину прибыли (дохода), которая приходится на единицу объёма реализации товара. Стоит учитывать, что уменьшение объёма закупки и реализации может сопровождаться снижением расходов, потому что, кроме так называемых условно постоянных расходов, существуют расходы, пропорциональные объёму операции.

Потери товара в процессе обращения (транспортировка, хранение) или потери качества, потребительской ценности товара, что приводят к снижению его стоимости.

Уровень такого убытка устанавливается как произведение количества испорченного количества товара на закупочную цену или произведение испорченного количества товара на уценку.

Увеличение расходов обращения по сравнению с намеченными приводит к адекватному снижению дохода, прибыли. Среди возможных причин повышения расходов могут быть непредвиденные пошлины, отчисления, штрафы, дополнительные расходы.

Уценка, по которой реализуется товар, в сравнении с проектной вызывает потери в размере объёма реализации, умноженного на уменьшение цены.

Снижение объёма реализации, обусловленное непредвиденным падением спроса или потребности в товаре, вытеснением его конкурирующими товарами, ограничениями на продажу, способно вызывать потери дохода и прибыли, измеряемые произведением объёма непроданной продукции на отпускную цену.

Потери в финансовом предпринимательстве

Финансовое предпринимательство, в сущности, это то же коммерческое предпринимательство, но товаром здесь являются деньги, ценные бумаги, валюта. Следовательно, потери, в целом характерные для коммерческого предпринимательства, свойственны и финансовому предпринимательству.

Но при оценке финансового риска необходимо учитывать такие специфические факторы, как неплатёжеспособность одного из агентов финансового соглашения, изменение курсов валют и ценных бумаг, ограничения на валютно-денежные операции, возможные исключения определённой части финансовых ресурсов в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

6.5. Управление предпринимательскими рисками и их минимизация

При выработке стратегии поведения предпринимателя в условиях риска целесообразно различать и выделять определённые области и зоны риска в зависимости от величины ожидаемых потерь.

Наиболее приемлем для предпринимателей план проведения (операции), в условиях которого ожидаемые вероятные потери не превосходят прибыли, на которую рассчитана операция. В этом случае худшее, что угрожает предпринимателю, – лишение прибыли. Подобный исход операции неудачен, но терпим. Поэтому область, в которой величина вероятных потерь изменяется от нуля до расчётной прибыли, называют зоной допустимого риска.

Следующая, более опасная область – зона критического риска. Критический риск характеризуется возможностью потерь в размере свыше величины прибыли и вплоть до

полной расчётной ожидаемой выручки, то есть всех денег, которые предприниматель намечал получить от операции (предприниматель может потерять не только прибыль, но и средства, вложенные в дело). Подобная ситуация имеет место, если товар не продаётся вообще либо частично или полностью погибает. Предприниматель должен избегать проектов, в которых явно ощутима вероятность попадания в зону критического риска.

Ещё более устрашающим является катастрофический риск, при котором ожидаемые вероятные потери способны превзойти ожидаемую выручку от операции и достичь величины, равной всему имущественному состоянию предпринимателя. Реально это означает, что предприниматель теряет не только средства, вложенные в операцию, но и многое, сверх того. Например, предприятие взяло в аренду корабль под залог всего своего имущества. Если корабль тонет, то предприятие потерпит полный крах, банкротство. К катастрофическому риску следует относить, вне зависимости от величины денежного или имущественного ущерба, риск, связанный с возникновением непосредственной опасности для жизни людей или с угрозой экологических катастроф. Уменьшить риск можно путём страхования.

Функция управления рисками приобретает всё большую роль и становится одним из важнейших условий обеспечения финансовой стабильности предпринимательских организаций.

Управление предпринимательскими рисками включает разработку и реализацию экономически обоснованных для предприятия рекомендаций и мероприятий, направленных на уменьшение исходного уровня риска при осуществлении финансовых сделок или финансовых операций до приемлемого финального уровня. Управление рисками позволяет предпринимательской организации:

– выявлять потенциально возможные ситуации, связанные с неблагоприятным развитием событий для

предпринимательской организации, то есть ситуации, связанные с риском, результатом которых может быть не достижение поставленных целей в результате осуществления деятельности;

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

- заблаговременно при подготовке решения о выборе финансовой операции планировать и при необходимости осуществлять меры по снижению предпринимательских рисков до приемлемого уровня;

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

Управление рисками – это специфическая сфера менеджмента, требующая знаний финансовой деятельности предприятия, страхового дела, анализа хозяйственной деятельности и так прочее. Деятельность предпринимателя в этой сфере направлена на защиту своего предприятия от рисков, угрожающих его прибыльности, и способствует решению основной задачи предпринимательства – в зависимости от ситуации выбрать из нескольких проектов оптимальный, учитывая при этом, что чем выше ожидаемая прибыль проекта, тем выше и риск такого проекта.

Качественное управление риском повышает шансы предпринимательской организации добиться успеха в долгосрочной перспективе, значительно уменьшает опасность ухудшения финансового положения.

Предприниматель должен осознанно осуществлять рискованные решения, если надеется получить соответствующий доход от финансовых сделок или операций и иметь возможность управления рисками, с которыми может столкнуться предпринимательская организация в процессе осуществления своей деятельности.

Принцип сопоставимости уровня рискованности осуществляемых финансовых сделок или операций с уровнем

их доходности является основополагающим в процессе управления предпринимательскими рисками. Он заключается в том, что предприятие должно принимать в процессе осуществления своей деятельности только те виды рисков, уровень которых не превышает соответствующего уровня доходности. Предпринимательская организация должна отказаться от сделок или операций, по которым уровень риска выше уровня ожидаемой доходности (с включённой в неё премией за риск).

Принцип сопоставимости уровня рискованности осуществляемых финансовых сделок или операций с финансовыми возможностями предприятия также важен при принятии решения об осуществлении этих сделок или операций. Возможный размер потерь предприятия, возникающий в результате реализации той или иной рискованной операции, должен соответствовать той доле капитала предприятия, которая обеспечивает внутреннее страхование рисков. Если же возможные потери будут больше, то возникновение предпринимательского риска приведёт к потере определённой части активов предприятия.

Экономичность управления рисками: затраты предпринимательской организации по минимизации соответствующего риска не должны превышать суммы возможных финансовых потерь, которые могут возникнуть при его реализации, иначе теряется смысл применения мероприятий, направленных на минимизацию риска. Процесс управления предпринимательскими рисками можно представить в виде определённой последовательности действий.

Первый этап – *идентификация вероятных рисков* – выявление рисков и факторов, что может осуществляться различными способами: от чисто интуитивных догадок до сложного вероятностного анализа в моделях исследования операций.

Следующий этап – *исследование источников рисков и факторов*, влияющих на уровень рисков в деятельности организации, что позволяет предпринимателю не только правильно оценить уровень риска и уровень возможных потерь, но и правильно организовать процесс управления рисками, направив свои усилия именно на источники возникновения рисков. Все факторы должны быть проранжированы по степени влияния на общий уровень риска в деятельности организации.

Далее осуществляется *оценка уровня рисков*, а также уровня возможных потерь от их реализации. Чаще всего для такой оценки используются следующие методы: аналоговые, экспертные, статистические, расчётно-аналитические.

После всестороннего анализа рисков в деятельности организации предпринимателю необходимо определить основные методы нейтрализации рисков.

Комплексный подход к управлению риском позволяет предпринимателю более эффективно использовать ресурсы, распределять ответственность, улучшать результаты работы предприятия и обеспечивать его безопасность от действия риска. Управление предпринимательским риском связано с разработкой мероприятий по минимизации последствий рисков.

Предпринимательская организация может отказаться от совершения финансовых операций или от вида деятельности, связанных с высоким уровнем риска, то есть уклониться от риска, что позволяет полностью избежать потенциальных потерь, связанных с предпринимательскими рисками, но при этом не получить прибыль, связанную с рискованной деятельностью. В отдельных случаях уклонение от риска может быть невозможным, а избежание одного вида риска может привести к возникновению других. Данный способ применим лишь в отношении очень серьёзных и крупных рисков. Естественно, что не от всех видов

предпринимательских рисков предприятие может уклониться, некоторые риски принимаются, так как несут в себе потенциал возможной прибыли, иные принимаются в силу своей неизбежности.

При принятии риска на себя основной задачей является изыскание источников необходимых ресурсов для покрытия возможных потерь. Ресурсы, имеющиеся в распоряжении предпринимательской организации для покрытия потерь, можно разделить на две группы: ресурсы внутри самого бизнеса и кредитные ресурсы.

Такой метод нейтрализации рисков как передача, или трансферт, риска партнёрам по отдельным сделкам или хозяйственным операциям путём заключения контрактов подразумевает передачу части предпринимательских рисков предприятия, по которым партнёры имеют больше возможностей нейтрализации их негативных последствий и, как правило, располагают более эффективными способами внутренней страховой защиты:

1. Путём заключения договора факторинга, предметом передачи при этом является кредитный риск, который в преимущественной его доле передаётся коммерческому банку или специализированной факторинговой компании.

2. Путём заключения договора поручительства, предприятие-кредитор передаёт риск невозврата кредита и связанные с этим потери поручителю. Существует ещё один вид гаранта – это банковская гарантия, которая позволяет предпринимательской организации избежать рисков при заключении сделок с оплатой в будущем или по факту предоставления услуг, оказания работ, отгрузки товаров.

3. Поставщикам сырья и материалов. Предметом передачи в данном случае являются прежде всего риски, связанные с порчей или потерей имущества в процессе его транспортировки и осуществления погрузочно-разгрузочных работ.

4. Путём заключения биржевых сделок. Этот метод передачи риска осуществляется путём хеджирования. Передача риска происходит, если в заключённом сторонами контракте существует специфическое положение относительно передачи конкретных (или всех) предпринимательских рисков контрагенту. Сторона, принявшая на себя риск, обычно вторично передаёт его, заключив договор страхования ответственности.

Наиболее опасные по своим последствиям риски подлежат страхованию. Стороной, принимающей предпринимательские риски, выступает страховая компания. Перечень событий, от риска наступления которого можно застраховаться, достаточно широк.

Взаимоотношения предпринимателя со страховой компанией основываются на договоре страхования – соглашении между страхователем и страховщиком, регламентирующем их взаимные права и обязанности по условиям страхования отдельных предпринимательских рисков.

Метод минимизации или нейтрализации рисков – это метод, при котором происходит распределение риска путём объединения с другими участниками, заинтересованными в успехе общего дела. Для этого могут создаваться акционерные общества, финансово-промышленные группы; предприятия могут приобретать или обмениваться акциями, вступать в различные консорциумы, ассоциации, концерны.

Одним из эффективных методов нейтрализации рисков является диверсификация:

1. Диверсификация предпринимательской деятельности в использовании альтернативных возможностей получения дохода от различных видов деятельности, непосредственно не связанных друг с другом.

2. Диверсификация поставщиков сырья, материалов и комплектующих.

3. Диверсификация покупателей готовой продукции.
4. Диверсификация валютной корзины организации.
5. Диверсификация кредитного портфеля предусматривает разнообразие покупателей продукции или услуг предпринимательской организации.
6. Диверсификация программы реального инвестирования: реализация нескольких проектов относительно небольшой капиталоемкости предпочтительнее программе, состоящей из единственного крупного инвестиционного проекта.

7. Диверсификация портфеля ценных бумаг позволяет снижать инвестиционные риски, не уменьшая при этом уровень доходности инвестиционного портфеля.

Существуют ещё так называемые упреждающие методы нейтрализации финансовых рисков. Эти методы, как правило, более трудоёмки, требуют обширной предварительной аналитической работы, от полноты и тщательности которой зависит эффективность их применения. К таким методам относятся стратегическое планирование деятельности организации, обеспечение компенсации возможных финансовых потерь за счёт включаемой в контракты системы штрафных санкций, сокращение перечня форс-мажорных обстоятельств в контрактах с партнёрами, совершенствование управления оборотными средствами предприятия, сбор и анализ дополнительной информации о финансовом рынке, прогнозирование тенденций изменения внешней среды и конъюнктуры финансового рынка. Выше рассмотрены лишь основные методы нейтрализации предпринимательских рисков. Применение отдельных из них в деятельности конкретной предпринимательской организации зависит от её опыта и возможностей. Для получения более эффективного результата, как правило, используется не один, а совокупность методов. Перечисленные методы могут быть существенно дополнены с учётом специфики деятельности отдельных

предприятий и конкретного состава портфеля их предпринимательских рисков.

Вопросы для самопроверки

1. Какие потери можно определить, как трудовые?

- а) ущерб здоровью;
- б) потери рабочего времени;
- в) выплата штрафа;
- г) ущерб репутации.

2. Какие потери можно считать финансовыми?

- а) невыполнение сроков сдачи объекта;
- б) потери сырья;
- в) потери материалов;
- г) уплата дополнительных налогов.

3. Факторы, влияющие на уровень финансовых рисков, подразделяются на...

- а) позитивные и негативные;
- б) простые и сложные;
- в) внешние и внутренние;
- г) объективные и субъективные.

4. На какие виды подразделяют риски по уровню финансовых потерь?

- а) допустимый, недопустимый, критический;
- б) допустимый, критический, катастрофический;
- в) недопустимый, критический, катастрофический;
- г) допустимый, недопустимый, катастрофический.

5. Какой из методов оценки риска основывается на введении поправки на риск или на учёте вероятности возникновения денежных потоков?

- а) анализ чувствительности;
- б) вероятностный метод;
- в) метод сценариев;
- г) учёт рисков при расчёте чистой приведенной стоимости.

6. К чему относится прогнозирование внешней обстановки?

- а) методам компенсации рисков;
- б) методам уклонения от рисков;
- в) методам локализации рисков;
- г) методам диверсификации рисков.

РАЗДЕЛ 7

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Инновационная предпринимательская деятельность – это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры, улучшения качества выпускаемой продукции (работ, услуг), совершенствования технологий их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на рынке.

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

В последние годы в рамках инновационного предпринимательства широко обсуждаются возможности венчурного бизнеса как одной из форм технологических нововведений. Развитие наукоёмкого и венчурного бизнеса способствует ускорению научно-технического прогресса (НТП), что в свою очередь является важнейшим фактором качественного подъёма экономики и превращения страны в мощное индустриальное государство.

Заинтересованность предприятий в развитии НТП обусловлена необходимостью замены морально устаревших и физически износившихся основных фондов, и внедрения качественно новых технологий, обеспечивающих рост производительности труда, повышение конкурентоспособных свойств товаров и услуг. В то же время занятие наукоёмким и венчурным бизнесом, связанным с коммерциализацией результатов научных исследований в наукоёмких и

высокотехнологичных сферах, не гарантирует получение значительного эффекта, что обусловлено большой степенью риска, который снижает инвестиционную привлекательность такого рода бизнеса для частного капитала.

Мировая практика показывает, что инновационным бизнесом преимущественно занимаются именно малые предприятия. Они могут (при финансовой поддержке банков, государства, специализированных фондов) многократно наращивать свои обороты, эффективнее использовать достижения научно-технического прогресса, проводить агрессивную экспортную политику. В экономически развитых странах малые венчурные предприятия формируются и финансируются за счёт средств местных органов власти, университетов и других учебных заведений, промышленных корпораций, субсидий правительства. Преимущества венчурного предпринимательства используются и крупными корпорациями. Многие компании создают под своим финансовым контролем дочерние предприятия, предоставляя им неограниченную производственную самостоятельность. Материнская компания выступает основным держателем акций нового предприятия, устанавливая полный финансовый контроль над её деятельностью, и получает эксклюзивные права на внедрение результатов инновационного процесса.

Инновационное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска между предпринимателями и инвесторами. Оно позволяет авторам высокотехнологичных идей и инновационных проектов, не имеющим в достаточном объёме собственных средств, реализовать эти идеи и осуществить проекты с помощью средств, предоставляемых инвесторами, в обмен на приобретение по льготной цене акций создаваемых компаний.

Предпринимательская деятельность, связанная с финансовыми и капитальными вложениями в новации, называется венчурным инвестированием. Вложение

венчурного капитала в высокотехнологичные компании обусловлено стремлением получать более высокие доходы по сравнению с инвестициями в другие проекты.

Венчурный инвестор надеется создать новые рынки сбыта и занять на них лидирующее положение благодаря инновационной монополии. Взаимный интерес новаторов – основателей компании и венчурных инвесторов – определяется не только вероятностью получения высоких доходов, но и активным развитием инновационного бизнеса, разработками прогрессивных технологий, возникновением новых направлений научно-технического прогресса.

Венчурный инвестор финансирует создание компании, затем поддерживает её развитие, а на заключительной стадии партнёрских отношений оказывает содействие в выпуске акций для продажи на фондовом рынке с целью получения компанией прибыли и трансформации инвестиций в деньги. Прежде чем инвестировать какой-либо капитал, венчурные инвесторы (физические лица и специализированные инвестиционные компании, фонды) с помощью экспертов предварительно детально анализируют как инвестиционный проект, так и деятельность предлагающей его компании, её финансовое состояние, кредитную историю, качество менеджмента, специфику интеллектуальной собственности. Особое внимание уделяется оценке степени инновационности проекта, от которой во многом зависит потенциал повышения стоимости компании.

Венчурное финансирование выступает гибридной формой обеспечения инновационных компаний необходимыми инвестициями, сочетающей наиболее эффективные элементы функционирования как рынков капитала, так и банков. С одной стороны, доход венчурных инвесторов формируется за счёт участия в собственности финансируемых инновационных компаний. С другой стороны, венчурные фонды, как и банки, располагают системой

неформального мониторинга и контроля деятельности заёмщиков.

Венчурные капиталисты являются профессиональными инвесторами, увеличивающими свои денежные фонды за счёт принятия финансовых обязательств перед третьими лицами с целью последующего инвестирования во вновь создаваемые малые компании. Обычно венчурный капитал размещается в виде командитного товарищества, долю в собственности которого имеет как венчурный капиталист, так и финансируемая группа предпринимателей. При этом венчурный капиталист обладает опытом развития новых компаний и знаниями в рамках данной отрасли и связанных с ней отраслей, активно помогая менеджменту финансируемой компании. Иными словами, венчурный капиталист – более информированный инвестор, чем любой другой финансовый посредник. Поскольку венчурный капиталист входит в состав собственников компании, он максимально заинтересован в успешности её развития, разделяя все связанные с деятельностью такого предприятия риски. Как правило, он дополнительно представлен в совете директоров финансируемой компании, участвует в найме и увольнении менеджеров, формировании системы вознаграждения их труда.

Важнейшим механизмом контроля деятельности финансируемой компании выступает поэтапная схема вложений капитала. Венчурный капиталист не инвестирует все средства одновременно, а каждый раз выделяет сумму, достаточную лишь для достижения следующего этапа. Таким образом, при периодической переоценке перспектив, реализуемых финансируемой компанией проектов, он может принять решение о прекращении инвестиций, что, с одной стороны, дисциплинирует менеджмент венчурной компании, а с другой стороны, в какой-то степени снижает инвестиционный риск, исключая возможности вложения

средств в неэффективные проекты. Подобная схема контроля в процессе финансирования нередко осуществляется в виде с индигирования (объединения в синдикат) инвестиций венчурных капиталистов. Это позволяет, во-первых, снизить уровень рисков венчурных вложений за счёт формирования портфеля из разных проектов, а во-вторых, проводить перекрёстные проверки финансируемых компаний со стороны венчурных капиталистов. Ещё одним механизмом гарантирования венчурных вложений является использование конвертируемых ценных бумаг как способа организации контрактных отношений венчурного капиталиста и финансируемой компании. Венчурный инвестор обычно получает конвертируемые привилегированные акции. По ряду характеристик они напоминают не столько акционерное, сколько долговое финансирование, позволяя своим держателям получать фиксированные платежи и чётко определённую стоимость погашения. Хотя платежи по привилегированным акциям потенциально могут задерживаться, они в любом случае осуществляются перед выплатой дивидендов по обычным акциям. Как правило, венчурный инвестор соглашается на норму прибыли не менее 25–30% в год, рассматривая её как плату за риск (в 90-е гг. XX в. первичное размещение капитала обеспечивало американским венчурным капиталистам 70–80% дохода). Следует отметить следующую особенность венчурного инвестирования: большинство инвесторов ориентируются не на получение дивидендов на вложенный капитал, а на его прирост. В случае низкой цены или доходности бизнеса целесообразно проведение реструктуризации или реинжиниринга компании. Величина прироста капитала выявляется лишь при выходе предприятия на фондовый рынок.

Соответственно и учредительская прибыль – основная форма дохода на венчурный капитал – реализуется

инвесторами после того, как акции венчурного предприятия станут котироваться на фондовом рынке.

Однако главной особенностью венчурных вложений является способ выхода венчурных инвесторов из капитала финансируемых компаний, трансформации их инвестиций в деньги. Существует три таких механизма: поглощение компании другой компанией; выкуп акций остальными собственниками финансируемой компании; выпуск акций посредством первичного размещения капитала.

Вопросы для самопроверки

1. Что не является инновацией?

- а) новый товар;
- б) фундаментальная научная идея;
- в) новая система стимулирования;
- г) объект новой техники.

2. В чём состоит отличие инновации от новшества?

- а) реальность;
- б) техничность;
- в) важность;
- г) прибыльность.

3. Какие периоды включает инновационный цикл создания продукции?

- а) создание, внедрение на рынок и угасание нововведений;
- б) создание, распространение и угасание нововведений;
- в) разработка, распространение и спад нововведений;

г) создание, распространение и использование нововведений.

4. Как классифицируются инновации по объекту (сферам) применения?

- а) межотраслевые, региональные, отраслевые;
- б) продуктовые, процессные, технологические, организационные, управленческие;
- в) улучшающие, принципиально новые, пионерные;
- г) все ответы верны.

5. Как называется комплекс намеченных к реализации инновационно-инвестиционных проектов и мероприятий, согласованных по ресурсам, исполнителям и срокам их осуществления и обеспечивающих эффективное освоение новых технологий, производство принципиально новых видов продукции?

- а) инновационная политика предприятия;
- б) инновационный продукт предприятия;
- в) инновационный проект;
- г) инновационная программа предприятия.

6. Как называются создаваемые (осваиваемые) новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуг?

- а) инновации;
- б) модернизации;
- в) вложения;
- г) секреты фирмы.

РАЗДЕЛ 8

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

При прогнозировании и диагностике финансового состояния предприятия следует проанализировать в совокупности следующие показатели:

- ликвидности и платёжеспособности;
- финансовой устойчивости;
- деловой активности.

Фактически эти показатели часто взаимосвязаны, поэтому их можно рассматривать как систему. Аналитик может превратить серию коэффициентов в динамический ряд, освещающий наиболее важные рычаги управления, используемые менеджерами для воздействия на деятельность предприятия.

Финансовое состояние предприятия можно оценивать с точки зрения краткосрочной – ликвидность и платёжеспособность предприятия, то есть способность своевременно и в полном объёме производить расчёты по краткосрочным и долгосрочным обязательствам и долгосрочной перспективе – показателями финансовой устойчивости, рассчитываемыми на основе соотношения собственного и заёмного капитала предприятия. Результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности характеризуют показатели деловой активности предприятия. Для начала нужно провести детальный анализ текущего финансового состояния предприятия. Для прогнозирования возможного кризиса необходимо обратить особое внимание на значения коэффициентов ликвидности, финансовой устойчивости и деловой активности предприятия. Если они совпадают с нормативными, то можно сделать вывод об устойчивом финансовом положении предприятия, о его

ликвидности и платёжеспособности, об эффективной производственной деятельности. В этом случае задачей руководства будет поддержание финансового состояния предприятия на прежнем уровне, через поддержание на прежнем уровне соотношения статей баланса предприятия. В случае ненормативного значения данных коэффициентов необходим более детальный анализ причин этого факта; руководству предприятия следует изменить соотношение статей баланса для достижения нормативного значения исследуемых показателей; при необходимости – пересмотреть финансовую политику предприятия.

Одним из важнейших критериев финансового положения предприятия является оценка его платёжеспособности, под которой принято понимать способность предприятия рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам. Следовательно, платёжеспособным является то предприятие, у которого активы больше чем внешние обязательства (рекомендуемое значение 0,05–0,20).

Способность предприятия платить по своим краткосрочным обязательствам называется ликвидностью, предприятие считается ликвидным, если оно в состоянии выполнить свои краткосрочные обязательства, реализуя текущие активы. Ликвидность предприятия отражает его способность вовремя оплатить предстоящие долги (обязательства) или возможность превратить статьи актива баланса (основные и оборотные средства, включая ценные бумаги и прочие активы) в деньги для оплаты обязательства (табл. 1).

Коэффициент абсолютной ликвидности (коэффициент срочности) исчисляется как отношение денежных средств и быстрореализуемых ценных бумаг (II раздел актива) к краткосрочным обязательствам (раздел VI пассива баланса). Краткосрочные обязательства предприятия, представленные суммой наиболее срочных обязательств и краткосрочных

пассивов, включают: кредиторскую задолженность и прочие пассивы; ссуды, не погашенные в срок; краткосрочные кредиты и заёмные средства.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какую часть краткосрочной задолженности предприятие может погасить в ближайшее время. В качестве ограничения этого коэффициента рекомендуется принимать значения от 0,2–0,5 (то есть не менее 20–50%). Крайне низкое значение этого показателя для исследуемых предприятий свидетельствует о невозможности погасить краткосрочную задолженность в ближайшее время.

Коэффициент критической ликвидности (промежуточный коэффициент покрытия) определяется как отношение денежных средств, ценных бумаг и дебиторской задолженности (II раздел актива) к краткосрочным обязательствам. Этот показатель характеризует часть текущих обязательств, которая может быть погашена не только за счёт наличности, но и за счёт ожидаемых поступлений за отгруженную продукцию, выполненные работы или оказанные услуги. Нормативное ограничение для коэффициента критической ликвидности не менее 0,8–1,0.

Коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия) представляет собой отношение всех текущих активов к краткосрочным обязательствам. Он позволяет установить, в какой кратности текущие активы покрывают краткосрочные обязательства. Нормальными считаются значения этого показателя, находящиеся в пределах 2,0–2,5. Некоторые зарубежные экономисты-практики полагают, что значение данного показателя больше единицы является хорошим ориентиром.

В современных российских условиях финансовой нестабильности целесообразно считать нормальным значение от 1,0. Если отношение текущих активов и краткосрочных обязательств ниже чем 1:1, то можно говорить о высоком

финансовом риске, связанном с тем, что предприятие не в состоянии оплатить свои счета. Если же значение коэффициента покрытия значительно превышает соотношение 1:1, то можно сделать вывод о том, что предприятие располагает значительным объёмом свободных ресурсов, формируемых за счёт собственных источников. С одной стороны, это показывает определённый «запас прочности», но с другой – свидетельствует о наличии «неработающих» активов.

Соотношение 1:1 предполагает равенство текущих активов и краткосрочных обязательств. Принимая во внимание различную степень ликвидности активов, можно предположить, что не все активы будут реализованы в срочном порядке, а, следовательно, в данной ситуации возникает угроза финансовой ненадёжности предприятия. Однако эта угроза зачастую не реализуется на практике, то есть предприятие стабильно функционирует, причём работают все его средства.

Важнейшее условие платёжеспособности предприятия – соблюдение данных соотношений. При этом равенство постоянных пассивов и трудно реализуемых активов показывает нижнюю границу платёжеспособности за счёт собственных средств предприятия.

Коэффициенты ликвидности оборотных средств K_1 и K_2 .

Коэффициент K_1 – характеризует ликвидность оборотных средств, рассчитывается как отношение оборотных активов предприятия к оборотным пассивам.

Коэффициент K_2 – характеризует быстроту ликвидности оборотных средств, рассчитывается как отношение оборотных активов предприятия без товарных запасов к оборотным пассивам.

Таблица 1 – Схема ликвидности баланса

АКТИВЫ		Сопоста вление	ПАССИВЫ	
Денежные средства в банке и кассе предприятия. Краткосрочные ценные бумаги	A1 наиболее ликвидные	\geq	П1 Наиболее краткосрочные обязательства	Кредиторская задолженность.
Депозиты. Дебиторская задолженность.	A2 средне- реализуемые	\geq	П2 Краткосрочные обязательства	Краткосрочные кредиты и займы.
Сырье и материалы. Незавершённое производство. Готовая продукция	A3 медленно реализуемые	\geq	П3 Долгосрочные обязательства	Долгосрочные кредиты и займы. Арендные обязательства.
Земля. Здания и сооружения. Оборудование. Транспортные средства.	A4 Труд но реали- зуемые	\leq	П4 Постоянные (фиксированные) пассивы	Собственные средства, за исключением арендных обязательств и задолженности перед учредителями.

В мировой практике для успешно работающих предприятий промышленности рекомендуются следующие значения: $K_1 > 1,8$; $K_2 > 1,0$. Эти коэффициенты ограничивают затоваривание предприятия готовой продукцией. Нужно учитывать, что единых для всех отраслей и предприятий нормативных или эталонных значений коэффициентов быть не может в силу специфики технологических процессов, трудоёмкости изготовления продукции и такое прочее.

При анализе финансовой деятельности предприятия с помощью этих коэффициентов можно использовать следующие рекомендации:

- если значения всех коэффициентов выше приведенных значений, то можно сделать вывод, что предприятие работает эффективно;

- если значение какого-либо из коэффициентов несколько ниже рекомендованного уровня, то он должен быть под постоянным контролем со стороны руководства предприятия;

- если большинство коэффициентов будут существенно ниже рекомендованных уровней, необходимо серьёзно заняться анализом всей финансовой деятельности предприятия.

Другой показатель, характеризующий ликвидность предприятия, – *оборотный капитал*. Он определяется как разность текущих расходов и краткосрочных обязательств. Предприятие имеет оборотный капитал до тех пор, пока текущие активы превышают краткосрочные обязательства (или в целом до тех пор, пока оно ликвидное).

Коэффициент манёвренности, рассчитывают для того, чтобы узнать, какая часть собственных источников средств вложена в наиболее мобильные активы, характеризующий ту часть собственных оборотных средств, которая находится в форме денежных средств, то есть средств, имеющих абсолютную ликвидность. Манёвренность собственных

оборотных средств рассчитывается как отношение денежных средств предприятия к функционирующему капиталу. Для нормально функционирующего предприятия этот показатель в пределах от 0 до 1.

8.2. Оценка финансовой устойчивости

С позиции долгосрочной перспективы финансовое состояние предприятия характеризуется структурой источников средств, степенью зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Данную информацию может дать анализ следующих показателей.

Коэффициент соотношения собственных и заёмных средств представляет собой частное от деления всей суммы обязательств по привлечённым заёмным средствам к сумме собственных средств. Он указывает, сколько заёмных средств привлекло предприятие на один рубль вложенных в активы собственных средств. Нормативное значение этого коэффициента не должно превышать единицы, однако на практике коэффициент отношения собственных и заёмных средств зависит от вида хозяйственной деятельности предприятия и скорости оборота оборотных средств. При высоких показателях оборачиваемости критическое значение коэффициента может намного превышать нормативное значение без существенных последствий для финансовой автономности предприятия.

Коэффициент концентрации собственного капитала характеризует долю владельцев предприятия в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Чем выше значение этого коэффициента, тем более финансово устойчиво, стабильно и независимо от внешних кредиторов предприятие. Наиболее распространено мнение, что доля собственного капитала должна быть достаточно велика, нижний предел этого показателя – 0,6 (или 60%).

Коэффициент финансовой зависимости является обратным коэффициенту концентрации собственного капитала. Их сумма равна единице. Рост этого показателя в динамике означает увеличение доли заёмных средств в финансировании предприятия. Если сумма заёмного капитала во много раз превышает сумму собственного, то финансовая зависимость на предприятии достаточно велика. Доля собственного капитала на таких предприятиях едва достигает 30%. Следует также учитывать, что основную долю собственных средств многих предприятий составляет уставный капитал, включающий в себя не приносящую доход (более того, приносящую колоссальные убытки) недвижимость: административные корпуса, производственные помещения, содержание социально-бытовой сферы (общежитий, детских садов, спортивно-развлекательных комплексов и так прочее). Всё это не сказывается положительным образом на производственной деятельности предприятия.

8.3. Оценка деловой активности

Показатели этой группы характеризуют результаты и эффективность текущей основной производственной деятельности. Оценить деловую активность предприятия можно на качественном и количественном уровнях.

К качественным (не формализуемым) критериям относятся широта рынков сбыта продукции, репутация предприятия и так прочее. Анализ этих критериев наиболее эффективен при сравнении деятельности данного предприятия и родственных по сфере приложения капитала предприятий. Для реализации этого направления анализа целесообразно также учитывать сравнительную динамику основных показателей.

В современной экономике существует так называемое золотое правило экономики предприятия:

$$T_{пб} > T_p > T_{ак} > 100\%, \quad (8.3.1)$$

где $T_{пб}$, T_p , $T_{ак}$ – темп изменения прибыли; реализации (объёма продаж); авансированного капитала.

Эта зависимость означает, что экономический потенциал предприятия возрастает; по сравнению с увеличением экономического потенциала объём реализации возрастает более высокими темпами, то есть ресурсы предприятия используются более эффективно; прибыль возрастает опережающими темпами, что свидетельствует, как правило, об относительном снижении издержек производства и обращения.

Количественная оценка осуществляется по двум направлениям:

1) по степени выполнения плана (полученного, как правило, в результате составления прогнозного баланса) по основным показателям, обеспечения заданных темпов их роста;

2) по уровню эффективности использования ресурсов предприятия.

Для реализации количественного анализа необходимо рассчитать показатели, характеризующие эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Основные из них – выработка, фондоотдача, оборачиваемость производственных запасов, продолжительность операционного цикла, оборачиваемость авансированного капитала.

К обобщающим показателям оценки эффективности использования ресурсов предприятия и динамичности его

развития относятся: показатель ресурсоотдачи и коэффициент устойчивости экономического роста.

Ресурсоотдача (коэффициент оборачиваемости авансированного капитала) характеризует объём реализованной продукции, приходящейся на рубль средств, вложенных в деятельность предприятия. Рост показателя в динамике рассматривается как благоприятная тенденция.

Коэффициент устойчивости экономического роста показывает, какими в среднем темпами может развиваться предприятие в дальнейшем, не меняя уже сложившееся соотношение между различными источниками финансирования, фондоотдачей, рентабельностью производства, дивидендной политикой и так прочее. Связь между этими показателями описывается жёстко детерминированной факторной моделью, используемой при составлении прогнозного баланса.

Не существует каких-то единых нормативных критериев для рассмотренных показателей. Предлагаемые нормативы очень расплывчаты и приблизительны, зависят от многих факторов: отраслевой принадлежности предприятия, сложившейся структуры источников средств, оборачиваемости оборотных средств, репутации предприятия и многих других. Приемлемость значений этих коэффициентов, оценка их динамики и направлений изменения могут быть установлены только в результате пространственно-временных сопоставлений по группам родственных предприятий. Можно предложить одно правило, применимое для предприятий любых типов: владельцы предприятия (акционеры, инвесторы и другие лица, сделавшие взнос в уставный капитал) предпочитают разумный рост в динамике доли заёмных средств, а, кредиторы (поставщики сырья и материалов; банки, предоставляющие краткосрочные ссуды; другие контрагенты) отдадут предпочтение

предприятиям с высокой долей собственного капитала, с большей финансовой автономностью.

Полученная в результате финансового анализа информация позволит выявить слабые места в экономике предприятия, охарактеризовать состояние дел данного предприятия (его ликвидность, финансовую устойчивость, рентабельность, отдачу активов и рыночную активность). Теоретически значения одних показателей могут соответствовать норме, а других – быть ниже нормативных. На основе такого анализа однозначный вывод о предстоящем банкротстве сделать невозможно, о вероятности банкротства – только на основе сопоставления показателей данного предприятия и аналогичных предприятий, обанкротившихся или избежавших банкротства.

8.4. Определение экономической стоимости предприятия

Основные этапы определения экономической стоимости предприятия:

1. Прогноз объёма и стоимости продаж.
2. Анализ условий хозяйствования, чтобы спрогнозировать чистые денежные потоки.

$$\text{Чистый денежный поток} = \text{Чистая прибыль} + \text{Амортизационные отчисления} \quad (8.4.1)$$

3. Определяется дисконтная ставка (ставка капитализации, средневзвешенная стоимость капитала), которая будет применяться к спрогнозированным чистым денежным потокам.

4. Определяется чистая, настоящая стоимость денежных потоков, которая и является экономической стоимостью (ЭС) предприятия.

На этом этапе встречаются три основные ситуации и применяются формулы:

– когда чистые денежные потоки одинаковы по годам:

$$ЭС = \frac{\text{Ежегодный чистый денежный поток}}{\text{Средневзвешенная стоимость капитала}}, \quad (8.4.2)$$

– когда чистые денежные потоки равномерно увеличиваются каждый год:

$$ЭС = \frac{\text{Чистый денежный поток первого года}}{\left(\begin{array}{l} \text{Средневзвешенная стоимость капитала – Годовой} \\ \text{темп роста чистого денежного потока} \end{array} \right)} \quad (8.4.3)$$

– когда динамика чистых денежных потоков неравномерна, приходится вычислять экономическую стоимость предприятия отдельно по каждому году, а затем складывать их.

В первые годы наблюдается бурный рост чистых денежных потоков (ЧДП).

Затем рост ЧДП приобретает нормальную среднюю динамику и можно использовать следующую формулу:

$$ЭС = \sum_{t=1}^n \frac{\text{ЧДП}_1}{(1+\text{ССК}^t)} + \frac{\text{ЧДП}_{n+1}}{(\text{ССК}-\text{Т}_{\text{ЧДП}}^{\text{max}})} \times \frac{1}{(1+\text{ССК}^n)}, \quad (8.4.4)$$

где n – общее количество лет анализа;

t – количество лет бурного роста чистых денежных потоков;

ССК – средневзвешенная стоимость капитала;

$\text{Т}_{\text{ЧДП}}^{\text{max}}$ – максимальный темп роста ЧДП.

8.5. Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия

В приведенной ниже сводной таблице собраны показатели рентабельности, эффективности использования ресурсов и затрат, деловой активности и платёжеспособности, необходимые для анализа состояния дел.

Таблица 2 – Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
<i>1. Показатели эффективности использования отдельных видов ресурсов и затрат</i>		
1. Трудовые ресурсы – производительность труда: а) выработка	Результативность труда в сфере материального производства. Отражает количество продукции, производимой за единицу рабочего времени или приходящееся на одного среднесписочного работника в месяц, квартал, год.	Отношение количества производимой продукции к затратам рабочего времени на единицу этой продукции.
б) трудоёмкость (обратный показатель выработки).	Сумма всех затрат труда на производство единицы продукции.	Отношение количества труда, затраченного на производство продукции, к её объёму в натуральном или стоимостном выражении.

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
2. Материальные ресурсы – материалоёмкость	Характеризует суммарный расход всех материальных ресурсов на производство единицы продукции.	Отношение суммы материальных затрат, включённых в себестоимость реализованной продукции, к её объёму.
3. Основные средства: а) фондоотдача	Отражает количество продукции в расчёте на 1 руб. основных производственных средств.	Годовой объём реализованной продукции, делённый на среднегодовую стоимость основных производственных средств.
б) фондоёмкость (обратный показатель фондоотдачи).	Отражает стоимость основных производственных средств, приходящихся на 1 руб. объёма реализованной продукции.	Среднегодовая стоимость основных производственных средств, делённая на годовой объём реализованной продукции.
в) фондовооружённость труда	Показывает оснащённость предприятия основными производственными средствами.	Среднегодовая стоимость основных производственных средств, делённая на среднесписочную численность персонала.
г) коэффициент интенсивности использования оборудования	Характеризует эффективность использования оборудования.	Отношение фактического объёма выпущенной продукции к установленной производственной мощности оборудования (пропускной способности).
4. Оборотные средства: а) коэффициент оборачиваемости и оборотных средств	Показывает, сколько оборотов совершили оборотные средства за анализируемый период (квартал, полугодие, год).	Отношение объёма реализованной продукции за отчётный период к среднему остатку оборотных средств за этот же период.

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
б) коэффициент загрузки средств в обороте (обратный показатель).	Характеризует сумму оборотных средств, авансируемых на 1 руб. выручки от реализации.	Отношение среднего остатка оборотных средств за отчётный период к объёму реализации за этот же период.
в) длительность одного оборота	Показывает, за какой срок к предприятию возвращаются его оборотные средства в виде выручки от реализации продукции.	Число дней в отчётном периоде, делённое на коэффициент оборачиваемости оборотных средств.
г) показатель отдачи оборотных средств	Отражает эффективность использования оборотных средств для прибыльных предприятий.	Отношение прибыли от реализации к средним остаткам оборотных средств.
5. Инвестиции (капитальные вложения): а) абсолютная эффективность капитальных вложений	Характеризует величину отдачи от каждого рубля капитальных вложений в виде прироста либо национального дохода, либо чистой продукции, либо прибыли в зависимости от того, в каком звене народного хозяйства устанавливается эффективность.	Для прибыльных предприятий отношение прироста прибыли за счёт инвестиций к капитальным вложениям. Для убыточных предприятий равен объёму выпуска продукции после использования капитальных вложений умноженному на разность себестоимости единицы продукции до и после вложений инвестиций.
б) срок окупаемости капитальных вложений	Характеризует время, за которое поступления от производственной деятельности предприятия покроют	Вложения в капитал, обеспечивающие получение прибыли, делённые на чистую годовую прибыль за вычетом налогов, но с учётом амортизации.

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
	затраты.	
<i>II. Показатели рентабельности</i>		
1. Рентабельность продаж (оборота)	Показывает, какую прибыль имеет предприятие каждого реализованную продукцию рубля	Отношение прибыли от реализации продукции к объёму продаж
2. Рентабельность имущества предприятия	Показывает, какую прибыль получает предприятие каждого рубля, вложенного в активы	Отношение чистой прибыли к средней за период величине стоимости чистых активов
3. Рентабельность собственного капитала	Показывает эффективность использования средств, принадлежащих собственникам предприятия (служит основным критерием при оценке уровня котировки акций на бирже)	Отношений чистой прибыли к средней за период величине стоимости собственного капитала
4. Рентабельность продукции	Эффективность затрат, произведенных предприятием на производство и реализацию продукции. Показатель может быть ориентиром в оценке конкурентоспособности продукции. Динамика коэффициента может	Отношение прибыли от реализации продукции к сумме затрат на производство и реализацию продукции

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
	свидетельствовать о необходимости пересмотра цен или усиления контроля за себестоимостью реализованной продукции	
5. Рентабельность производства (общая)	Характеризует прибыльность (убыточность) производственной деятельности предприятия за отчётный период времени (год, квартал)	Отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных средств и нормируемых оборотных средств
6. Рентабельность инвестиций	Способ оценки «мастерства» управления инвестициями	Отношение прибыли (до уплаты налогов) к инвестированным в предприятие средствам (сумма собственного капитала и долгосрочных обязательств определяется по балансу предприятия)
<i>III. Показатели деловой активности</i>		
1. Общий коэффициент оборачиваемости капитала	Показывает скорость оборота всех средства предприятия	Отношение выручки от реализации продукции к стоимости имущества (итог баланса)
2. Коэффициент устойчивости экономического роста	Характеризует устойчивость и перспективу экономического развития. Показывает, какими темпами в	Отношение реинвестированной прибыли к средней за период величине стоимости собственного капитала и резервов

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
	среднем увеличивается экономический потенциал предприятия	
3. Коэффициент оборачиваемост и оборотного капитала	Показывает скорость оборота материальных и денежных ресурсов предприятия за анализируемый период	Отношение объёма чистой выручки от реализации продукции к средней за период величине стоимости материальных оборотных средств, денежных средств и краткосрочных ценных бумаг
4. Коэффициент оборачиваемост и собственного капитала	Отражает скорость оборота вложенного собственного капитала или активность денежных средств, которыми располагают акционеры	Отношение чистой выручки от реализации к среднему за период объёму собственного капитала
<i>IV. Показатели платёжеспособности</i>		
1. Коэффициент платёжеспособности	Измеряет финансовый риск предприятия	Отношение собственного капитала к общим обязательствам предприятия
2. Общий коэффициент покрытия	Отражает достаточность оборотных средств у предприятия, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств (1–2)	Отношение текущих активов (оборотных средств) к текущим пассивам (краткосрочным обязательствам)
3. Коэффициент ликвидности	Характеризует прогнозируемые платёжные возможности предприятия при	Отношение денежных средств и краткосрочных ценных бумаг плюс суммы мобилизованных средств в расчётах с дебиторами к краткосрочным обязательствам

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
	условии своевременного проведения расчётов с дебиторами (1 и выше)	
4. Коэффициент ликвидности при мобилизации средств	Отражает степень зависимости платёжеспособности предприятия от материально-производственных затрат и запасов с точки зрения мобилизации денежных средств для погашения своих краткосрочных обязательств (0,5–0,7)	Отношение материально-производственных запасов и затрат к сумме кратко-срочных обязательств
<i>V. Показатели финансовой устойчивости</i>		
1. Коэффициент обеспеченности собственными средствами	Отражает наличие собственных оборотных средств предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости (0,1–0,5)	Отношение собственных оборотных средств к общей величине оборотных средств предприятия
2. Коэффициент манёвренности собственных оборотных средств	Показывает возможности предприятия поддерживать уровень собственного оборотного капитала и возможность пополнять оборотные средства в случае необходимости за счёт собственных	Отношение собственных оборотных средств к общей величине собственных средств (собственного капитала) предприятия

Показатели	Характеристика показателя	Расчёт показателя
	источников (0,2–0,5)	
3. Соотношение заёмных и собственных средств	Показывает, сколько заёмных средств привлекло предприятие на 1 руб. вложенных в активы собственных средств (менее 0,7)	Отношение собственных оборотных средств к общей величине оборотных средств предприятия

Вопросы для самопроверки

1. Какой показатель относится к показателям неотражающим эффективность работы предприятия?

- а) объём реализации продукции;
- б) уровень оплаты труда на предприятии;
- в) рентабельность основной деятельности;
- г) положительное сальдо операционной деятельности.

2. Показатель рентабельности чего отражает эффективность использования основных средств предприятия?

- а) оборотного капитала;
- б) заёмного капитала;
- в) собственного капитала;
- г) основного капитала.

3. Показателями, рассчитанными на основе бухгалтерского баланса, для оценки финансового состояния (вероятности банкротства) предприятия являются...

- а) коэффициенты оборачиваемости, коэффициенты устойчивости;

- б) коэффициенты оборачиваемости, коэффициенты деловой активности;
- в) финансовые коэффициенты, коэффициенты рентабельности;
- г) коэффициенты ликвидности, коэффициенты восстановления платёжеспособности.

4. Как определяется эффективность производственной деятельности предприятия?

- а) размером полученной прибыли;
- б) соотношением затрат и результатов;
- в) выпущенными акциями;
- г) точкой безубыточности.

5. Что является источниками информации для исследования финансового положения предприятия?

- а) данные управленческого учёта;
- б) статистические данные;
- в) рабочая документация аппарата управления;
- г) бухгалтерская и финансовая отчётность.

6. Что характеризует деловую активность предприятия?

- а) расчёт показателей оборачиваемости капитала;
- б) сопоставление текущих активов и пассивов;
- в) сопоставление собственного и заёмного капитала;
- г) расчёт собственного оборотного капитала.

РАЗДЕЛ 9 КУЛЬТУРА И ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

9.1. Культура предпринимательства

Культура предпринимательства является неотъемлемым элементом организации предпринимательской деятельности. Она базируется на общих понятиях культуры и неразрывно с ней связана. Она не только обеспечивает престиж предприятия, но и способствует повышению эффективности общественного производства, коренному улучшению качества продукции и услуг и, следовательно, увеличению доходов населения в целом.

Культура предпринимательства – это определённая, сложившаяся совокупность принципов, приёмов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в государстве правовыми нормами (законами, нормативными актами), этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

Формирование культуры предпринимательства определяется многими факторами, среди которых особое значение имеют цивилизованная внешняя предпринимательская среда, общественный и государственный менталитет, реально действующие правовые нормы, устанавливающие права, обязанности, ответственность предпринимателей, защищающие их от агрессивной внешней среды, сам предприниматель и его корпоративная культура. Культура предпринимательства означает, что самостоятельность и экономическая свобода субъектов предпринимательской деятельности противоречат их неоправданной инициативе. Поэтому государство устанавливает меры и формы ответственности за нарушение предпринимателями правовых норм, регулирующих

предпринимательскую деятельность. Уголовным законодательством установлены меры уголовной ответственности за незаконное и лжепредпринимательство и другие деяния граждан, не соответствующие предусмотренной законодательством деятельности.

Назначение культуры предпринимательства связано с решением двух основных проблем: выживанием в данной социально-экономической среде и обеспечением внутренней интеграции для достижения поставленных целей. На каждом крупном предприятии отделы, управления, администрации имеют разные субкультуры, повторяющие структуру самого предприятия. Различие обусловливается многообразием отраслей производства и сфер человеческой деятельности. Это может быть культура выгодных сделок, инновационная, административная культура и так прочее. Наличие различных культур, субкультур может привести к напряжённости, столкновениям. Поэтому важной задачей для любого предприятия являются сближение и интеграция различных организационных частей предприятия, имеющих свои различные субкультуры.

Культура предпринимательства в целом зависит от формирования культуры предпринимательских организаций, культуры самих предпринимателей, от предпринимательской этики, делового этикета и многих других элементов, в целом составляющих такое понятие, как культура. Важно также соблюдение предпринимателями общих этических норм, включающих профессиональную этику, этические кодексы предприятия, общепринятые правила осуществления бизнеса, уровень культуры и воспитания предпринимателей, степень их притязаний, соблюдение обычаев и нравов, действующих в обществе, уровень знаний, необходимых для осуществления законного бизнеса.

Предприниматель должен уметь моделировать, видеть горизонты предпринимательской деятельности своего

предприятия, побуждать к работе и стимулировать работу других, воплощать намеченное в жизнь, уметь в любых ситуациях принимать решения и брать ответственность на себя. Для этого предприниматель должен быть наделён оригинальным воображением и хорошим умением сводить сложное к простому, чтобы выделить главное, определить будущее предприятия на пять, десять лет вперёд.

Наиболее общими элементами культуры предпринимательства являются:

- законность, строгое выполнение обязательств и обязанностей, которые вытекают из правовых актов, договорных отношений и подписанных законных соглашений, не причинение не только имущественного, но и морального вреда партнёрам, конкурентам, потребителям, наёмным работникам;

- честное отношение к людям, потребителям, партнёрам, государству;

- соблюдение общих этических норм, которые включают профессиональную этику, этические кодексы предприятия, общепринятые правила осуществления бизнеса, уровень культуры и воспитания предпринимателей, степень их требовательности, соблюдение обычаев и характеров, которые действуют в обществе, уровень знаний, необходимых для осуществления законного бизнеса и такое прочее.

Любой человек, желающий стать успешным предпринимателем – лидером, помимо общечеловеческих качеств, должен обладать и качествами, присущими только предпринимателю. Всё это позволяет предпринимателю реализоваться как полноценной личности, чьё поведение одобряемо обществом.

Говоря о культуре предпринимательства, невозможно не коснуться вопроса организационной культуры. Организационная культура состоит из базовых предположений, которых придерживаются члены организации

в своём поведении и действиях. Эти предположения в основном связаны с видением окружающей индивида среды и регулирующих её переменных (природа, пространство, время, работа и так прочее). Объективную организационную культуру обычно связывают с физическим окружением, создаваемым в организации: само здание и его дизайн, место расположения, оборудование и мебель, цвета и объём пространства, удобства, кафетерий, комнаты приёма, стоянки для автомобилей и сами автомобили.

Однако в организациях действуют люди, а это значит, что при этом они руководствуются какими-то конкретными ценностями, придерживаются традиций и такое прочее.

В этом смысле каждое предприятие или компания представляет собой культурное пространство. Сама же организационная культура является основой жизнедеятельности любого предприятия, тем, ради чего люди становятся членами организации; тем, как строятся отношения между ними; какие устойчивые нормы и принципы функционирования предприятия они разделяют; что, по их мнению, хорошо, а что плохо, и многое другое из того, что относится к ценностям и нормам.

Организационная культура предприятия включает не только глобальные нормы и правила, но и текущий регламент деятельности. Отклонение от этих норм сильно влияет на человека как положительно, так и отрицательно. Это связано с организацией работы на рабочем месте, системой материального и морального стимулирования, стилем руководства, системой контроля, одеждой, отношением к особенностям характера. Организационная культура основана прежде всего на культуре власти, роли, поступков и личности. Культура власти определяется профессионализмом руководства и лояльностью подчинённых. Организационная культура поступков базируется на потребностях и интересах человека и общества, на приоритете личного над

общественным. Культура роли работника определяется набором служебных инструкций и положений. Все эти аспекты организационной культуры играют важную роль в успехе предприятия, при этом отношения между культурой и результатами работы предприятия зависят и от содержания тех ценностей, которые утверждаются конкретным предприятием.

Уровень культуры предприятия во многом определяется деятельностью его лидеров, особенно в периоды становления и реорганизации. Важнейшим фактором культуры предпринимателя является его квалификация как менеджера и как специалиста, которая предполагает знание им философии всей технологии, экономики и инструментария предпринимательства.

Основной, хотя и весьма отдалённой, целью мирового делового сообщества становится тип отношений, основанный на морально-этических принципах, «которые помогают всем предпринимателям независимо от расы, вероисповедания и типа культуры стать из «чужих» «своими». Важнейшим шагом в этом направлении можно считать принятую в 1994 г. в швейцарском городе Ко (Caux), так называемую Декларацию Ко «Принципы бизнеса».

Семь основных принципов, зафиксированных в указанной выше декларации:

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

они создают. Поставщики и конкуренты также вправе рассчитывать на уважение своих обязанностей со стороны компаний.

2. Экономическое и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу. Компании, создаваемые за рубежом для разработки, производства или продажи своей продукции, должны также содействовать социальному прогрессу этих стран, обеспечивая продуктивную занятость и помогая повышать покупательную способность их граждан. Эти компании должны также вносить свой вклад в соблюдение прав человека, в образование, благосостояние стран, в которых они работают.

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

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

5. Поддержка многосторонних торговых отношений. Фирмы должны оказывать поддержку многосторонним торговым системам ГАТТ и им подобным международным соглашениям. Они должны содействовать прогрессивной и разумной либерализации торговли и смягчать те внутренние

нормы, которые необоснованно препятствуют мировой торговле, даже если это делается во имя интересов национальной политики.

6. Бережное отношение к окружающей среде. Бизнес должен охранять и там, где это возможно, улучшать окружающую среду, способствовать её развитию и избегать расточительного использования природных ресурсов.

7. Избегать противозаконных действий. Бизнес не должен мириться со взяточничеством, отмыванием денег или с другими бесчестными приёмами. Без сомнения, он должен стремиться к сотрудничеству с остальными для искоренения подобной практики. Он не должен заниматься торговлей оружием или другими материалами, используемыми в террористической деятельности, распространением наркотиков или другими видами организованной преступности.

Таким образом, базовыми признаками сформированной культуры предпринимательства являются:

- наличие действенного механизма ограничителей его незаконной активности;
- главенство рыночных ценностей;
- наличие у организатора дела мотивации и устойчивого интереса, направленных на рост его бизнеса;
- выполнение предпринимателями социальных функций, таких как помощь нуждающимся в социальной поддержке членам общества и забота об экологии.

9.2. Этика предпринимательства

Предпринимательская этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику. Это – адаптированные к практическим нуждам бизнесмена

сведения об этических понятиях, о моральных требованиях к стилю работы и внешнему виду делового человека.

Предпринимательская этика – одна из сложных проблем формирования культуры цивилизованного предпринимательства в соответствии с идеями о долге, добре и зле, идеалах, моральных принципах и нормах поведения, включая общеобязательные правила поведения людей. Это учение о назначении человека, о смысле его жизни.

Предпринимательская этика базируется на общих этических нормах и правилах поведения, сложившихся в стране, в мире, а также на профессиональной этике, проявляющейся в той или иной сфере деятельности.

Предпринимательская этика опирается и на моральные принципы, относящиеся к нравам, характеру, притязаниям предпринимателей, а потому неразрывно связана с их мотивами и побуждениями.

Существует две основные точки зрения на соотношение общечеловеческих этических принципов и этики предпринимательства:

1) правила обычной морали к предпринимательству не относятся или относятся в меньшей степени. Эта точка зрения соответствует концепции так называемого этического релятивизма, согласно которой для каждой референтной группы (группы людей, на мнение которых о своём поведении ориентируется данный субъект) характерны свои особые этические нормы;

2) этика бизнеса основана на всеобщих универсальных этических нормах (быть честным, не причинять вреда, держать слово и так прочее), которые конкретизируются с учётом специфической социальной роли бизнеса в обществе.

Теоретически более правильной считается вторая точка зрения.

Предпринимательская этика включает в себя предпринимательский этикет, который формируется под

влиянием традиций и определённых сложившихся исторических условий конкретной страны. Это этика ведения переговоров с партнёрами, этика составления документации, использование этических методов конкуренции. Предпринимательский (деловой) этикет представляет собой совокупность правил поведения предпринимателя, регулирующих его внешние проявления с окружающим миром, с другими предпринимателями, конкурентами, сотрудниками, со всеми индивидуумами, с которыми предприниматель контактирует не только при осуществлении своего бизнеса, но в любой жизненной ситуации.

Деловой этикет регламентирует стиль работы, манеру общения между предприятиями, имидж бизнесмена и так прочее. Деловой этикет в сравнении с бытовым более официален.

Анализируя принципы современного предпринимателя, можно утверждать, что деловой человек:

- убеждён в полезности своего труда не только для себя, но и для других, и для общества в целом;
- исходит из того, что люди, окружающие его, хотят и умеют работать;
- верит в бизнес, расценивает его как привлекательное творчество;
- признает необходимость конкуренции, но понимает и необходимость сотрудничества;
- уважает любую собственность, государственную власть, общественные движения;
- уважает профессионализм, компетентность и законы;
- ценит образование, научно-технический прогресс.

Эти основные принципы этики делового человека могут быть конкретизированы применительно к различным сферам его профессиональной деятельности.

В настоящее время перед предпринимательством стоят важнейшие, в том числе и нравственные, задачи по созданию

в обществе нормального экономического климата и цивилизованной деловой этики. Рынок, рыночные отношения – не просто место и способ купли-продажи товаров, не «базар», но прежде всего особая логика, психология, целый культурный слой, который необходимо формировать. Не рынок сам по себе является аморальным или жульническим, а те люди, которые приносят в него дух наживы, стяжательства, неуважения к покупателю и конкурентам. Цивилизованный рынок основывается на писаных и неписаных законах и правилах игры, на таких моральных категориях, как надёжность, порядочность, солидарность. Главными условиями формирования цивилизованной предпринимательской этики являются:

- политическая и экономическая свобода (демократическое государство, многопартийность, свобода слова, печати, совести, свободная конкуренция товаропроизводителей, свобода выбора экономического субъекта, свободное ценообразование, равенство физических и юридических лиц в осуществлении предпринимательской деятельности, суверенитет потребителя, антимонопольные механизмы и так прочее);

- стабильность власти и законодательства, в частности не только нормативно-правовое закрепление общих социально приемлемых стандартов поведения, регламентирующих деятельность предпринимателя, но и борьба с негативным проявлением в среде бизнеса;

- пропаганда, создающая образ преуспевающего делового человека, обладающего высокими моральными принципами;

- осуждение коррупции, стяжательства, нечестной конкуренции.

Вопросы для самопроверки

1. Кто из экономистов выделил основные признаки наличия культуры в предпринимательской организации?

- а) О. Платонов;
- б) Б. Карлоф;
- в) Р. Катильон;
- г) М. Вебер.

2. Система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев, традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников, стиля руководства данной организационной структуры, показаний удовлетворённости работников с предприятиями и перспективами развития – это...

- а) организационная культура;
- б) деловой этикет;
- в) предпринимательская этика;
- г) культура предпринимательства.

3. Свод неких моральных критериев, норм, нравственных параметров в поведении предпринимателя, требований, предъявляемых культурным сообществом к стилю его работы, характеру общения с людьми, социальному облику – это...

- а) предпринимательская мораль;
- б) предпринимательская культура;
- в) предпринимательская нравственность;
- г) корпоративная культура.

4. Как называются этические нормы поведения предприятия во взаимоотношениях с государством, покупателями, поставщиками?

- а) корпоративная культура;
- б) корпоративная этика;
- в) этика;
- г) культура.

5. Каким этическим нормам уделяется первостепенное внимание в рамках западной европейской культуры?

- а) польза, выгода, трудолюбие;
- б) честь, свобода, вера;
- в) добро, выгода, свобода;
- г) справедливость, добро, благо.

6. Когда возникла этика бизнеса как наука?

- а) в середине 20 века;
- б) в конце 20 века;
- в) в конце 19 века;
- г) в период формирования буржуазных отношений.

РАЗДЕЛ 10 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ И КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНЫ

Предпринимательская тайна

Предпринимательская деятельность во всех сферах экономики неразрывно связана с получением, накоплением, хранением и использованием различных сведений, характеризующих как саму предпринимательскую организацию, так и связанных с нею хозяйствующих партнёров. Обеспечение сохранности информации о деятельности предприятия, всех факторах его развития является условием выживания предприятия в рыночной конкурентной среде, в какой-то степени без рискованного развития. Конкуренты могут осуществлять различные формы получения достоверной информации о деятельности предприятия, чтобы добиться лучших успехов на рынке. В законодательных актах не сформулировано понятие предпринимательской тайны, а дана характеристика коммерческой тайны.

Предпринимательская тайна является более широким, ёмким понятием. Она включает любую информацию, разглашение которой или утечка может нанести экономический и моральный ущерб предпринимательской организации, существенно повлиять на её деловую репутацию. Предпринимательская тайна, по существу, представляет собой интегрированную совокупность производственной, технической, коммерческой и служебной тайны, сохранение которой обеспечивает предприятию возможность добиваться планируемых результатов. Прежде чем принимать меры по защите предпринимательской тайны, предприниматель должен дать ответы на следующие вопросы:

Какие сведения нельзя скрывать, защищать от получения информации о них?

Какие сведения экономически нецелесообразно скрывать от физических и юридических лиц?

Какие сведения о деятельности организации подлежат обязательной охране?

При ответах на эти и другие вопросы необходимо не только руководствоваться экономическими соображениями и здравым смыслом, но и знать законодательные и нормативные акты, регулирующие порядок отнесения сведений к тому или иному типу тайны и устанавливающие определённый порядок их защиты.

Предпринимателю необходимо установить основной перечень сведений (информации), составляющих предпринимательскую тайну, распределить их по категориям важности в зависимости от ценности, характера, размера ущерба, который может быть нанесён предприятию при разглашении этих сведений. Но излишние меры по ограничению доступа к информации могут осложнить взаимоотношения предприятия с хозяйствующими партнёрами и привести к неоправданным потерям. Защита информации должна способствовать росту прибыли от деятельности предприятия. Для формирования перечня сведений, подлежащих защите, целесообразно создать группу из следующих специалистов:

- занимающихся финансовыми вопросами, конъюнктурой рынка и сведениями о конкурентах;
- занимающихся связями с другими организациями;
- ведущими разработку новых видов товаров, обладающих высокой конкурентоспособностью;
- юриста и других.

Можно привлечь к этой работе сторонних экспертов, но им не следует раскрывать все конкретные сведения, составляющие предпринимательскую тайну.

В зависимости от вида осуществляемой деятельности, сферы предпринимательства и поставленной цели перечень сведений может изменяться.

Должны иметь защиту сведения:

1. Технологического характера:
 - а) конструкторская документация, чертежи, схемы;
 - б) описания технологических испытаний;
 - в) точные данные конструкционных характеристик создаваемой продукции и характеры разрабатываемых технологических процессов;
 - г) сведения о материалах, из которых изготовлены отдельные детали;
 - д) описания новых технологических процессов;
 - е) используемые новые приборы, станки, оборудование;
 - ж) рецептура создаваемых продуктов и так прочее
2. Научно-технического характера:
 - а) идеи, открытия, изобретения;
 - б) ноу-хау; патенты;
 - в) промышленные образцы;
 - г) отдельные формулы;
 - д) новые методы организации производства и труда;
 - е) тематика важнейших научных исследований;
 - ж) результаты научных исследований;программное обеспечение и другие научные разработки.
3. Делового характера:
 - а) сведения о заключённых договорах (контрактах);
 - б) сведения о подготовленных к заключению договорах;
 - в) данные о поставщиках ресурсов и клиентах (потребителях);

- г) обзоры рынка, материалы маркетинговых исследований;
- д) информация о конфиденциальных переговорах;
- е) калькуляция себестоимости товаров, структура и размер цен, уровень планируемой прибыли;
- ж) планы инвестиций;
- з) стратегические планы развития;
- и) данные об отдельных категориях персонала и другие сведения.

По мере изменения характера деятельности организации перечень сведений, составляющих предпринимательскую тайну, должен изменяться. Перечень должен быть в установленном порядке доведён до сотрудников. При этом необходимо установить меры заинтересованности ответственных исполнителей за сохранение предпринимательской тайны, а также ответственности при её утечке по вине отдельных работников.

Как правило, для комплексного решения всех вопросов, связанных с защитой предпринимательской тайны, создаётся собственная служба безопасности, начальник которой является заместителем руководителя организации. Однако отдельными вопросами защиты экономической безопасности могут заниматься специализированные охранные предприятия, выполняющие свои функции по договору с предприятием.

Важное значение имеют подбор высококвалифицированных специалистов службы безопасности предприятия, нормативное установление обязанностей сотрудников и следующих функций службы безопасности:

– организация и обеспечение пропускного и внутри объектового режима в зданиях и помещениях, несение их охраны, контроль за соблюдением установленного режима сотрудниками, посетителями;

– проведение мероприятий по правовому и организационному регулированию отношений на предприятии по защите предпринимательской тайны и экономической безопасности;

– участие в разработке основных нормативных документов (инструкций, положений), устанавливающих порядок и принципы защиты предпринимательской тайны;

– участие в разработке должностных инструкций, обязанностей руководителей подразделений, специалистов, всех категорий работников;

– обеспечение сохранности документов, содержащих сведения, являющиеся коммерческой тайной, прекращения их хищения или передачи сведений заинтересованным лицам иными способами;

– организация проведения служебных расследований по фактам разглашения сведений, составляющих предпринимательскую тайну, потерь документов и других нарушений безопасности предприятия, а также другие функции, которые должны быть установлены в положении о службе безопасности, утверждённом руководителем предприятия.

В состав механизма защиты предпринимательской тайны и безопасности предприятия входят следующие подсистемы:

– правовое обеспечение тайны;

– внедрение организационной защиты;

– осуществление инженерно-технической защиты;

– мотивация в первую очередь тех сотрудников, от поведения которых зависит утечка сведений, составляющих предпринимательскую тайну;

– усиление различных форм ответственности за разглашение сведений, наносящих экономический ущерб, и так прочее

Особое значение имеет организация инженерно-технической защиты, которая представляет собой

совокупность специальных инженерно-технических средств, применение которых обеспечивает безопасность предприятия, его имущества, ресурсов, а также сведений о его деятельности.

Коммерческая тайна

Коммерческая тайна – режим конфиденциальности информации, позволяющий её обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду [11].

Обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, считается лицо, которое владеет информацией, составляющей коммерческую тайну и на законном основании, ограничило доступ к этой информации и установило в отношении такой информации режим коммерческой тайны, которым являются правовые, организационные, технические и иные принимаемые обладателем такой информации меры по охране её конфиденциальности.

Режим коммерческой тайны не может быть установлен лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, в отношении следующих сведений о:

- содержащихся в учредительных документах юридического лица, документах, подтверждающих факт внесения записей о юридических лицах и об индивидуальных предпринимателях в соответствующие государственные реестры;

- содержащихся в документах, дающих право на осуществление предпринимательской деятельности;

- составе имущества государственного, муниципального (коммунального) унитарного предприятия, государственного, муниципального (коммунального)

учреждения, предприятия и об использовании ими средств государственного бюджета;

- загрязнении окружающей среды, состоянии противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологической и радиационной обстановки, безопасности пищевых продуктов и других факторах, оказывающих негативное воздействие на обеспечение безопасного функционирования производственных объектов, безопасности каждого гражданина и безопасности населения в целом;

- численности, составе работников, системе оплаты труда, в том числе об охране труда, о показателях производственного травматизма и профессиональной заболеваемости и о наличии свободных рабочих мест;

- задолженности работодателей по выплате заработной платы и по иным социальным выплатам;

- нарушениях законодательства и фактах привлечения к ответственности за совершение таких нарушений;

- об условиях конкурсов или аукционов по приватизации объектов государственной или муниципальной собственности;

- размерах и структуре доходов некоммерческих организаций,

- размерах и составе имущества, об их расходах, о численности

и об оплате труда их работников, об использовании безвозмездного труда граждан в деятельности некоммерческой организации;

- перечне лиц, имеющих право действовать без доверенности от имени юридического лица;

- обязательность раскрытия которых или недопустимость ограничения доступа к которым, установлена иными законами и нормативными правовыми актами.

Меры по охране конфиденциальности информации должны включать:

1) определение перечня информации, составляющей коммерческую тайну;

2) ограничение доступа к информации, составляющей коммерческую тайну, путём установления порядка обращения с данной информацией и контроля за соблюдением такого порядка;

3) учёт лиц, получивших доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, и / или лиц, которым такая информация была предоставлена или передана;

4) регулирование отношений по использованию информации, составляющей коммерческую тайну, работниками на основании трудовых договоров и контрагентами на основании гражданско-правовых договоров;

5) нанесение на материальные носители, содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну, или включение в состав реквизитов документов, содержащих такую информацию, грифа «Коммерческая тайна» с указанием обладателя такой информации (для юридических лиц – полное наименование и место нахождения, для физических лиц – предпринимателей – фамилия, имя, отчество гражданина, являющегося физическим лицом – предпринимателем, и его место жительства).

Режим коммерческой тайны считается установленным после принятия обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, мер, перечисленных выше.

Наряду с указанными мерами обладатель информации, составляющей коммерческую тайну, вправе применять при необходимости средства и методы технической защиты конфиденциальности этой информации, другие, не противоречащие законодательству меры.

Меры по охране конфиденциальности информации признаются разумно достаточными, если исключается доступ

к информации, составляющей коммерческую тайну, любых лиц без согласия её обладателя; обеспечивается возможность использования информации, составляющей коммерческую тайну, работниками и передачи её контрагентам без нарушения режима коммерческой тайны. Однако режим коммерческой тайны не может быть использован в целях, противоречащих требованиям защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства.

В целях охраны конфиденциальности информации предприниматель-работодатель обязан:

- ознакомить под расписку работника, доступ которого к информации, составляющей коммерческую тайну, необходим для выполнения им своих трудовых обязанностей, с перечнем информации, составляющей коммерческую тайну, обладателями которой являются работодатель и его контрагенты;

- ознакомить под расписку работника с установленным работодателем режимом коммерческой тайны и с мерами ответственности за его нарушение;

- создать работнику необходимые условия для соблюдения им установленного работодателем режима коммерческой тайны.

Доступ работника к информации, составляющей коммерческую тайну, осуществляется с его согласия, если это не предусмотрено его трудовыми обязанностями.

В целях охраны конфиденциальности информации работник обязан:

- выполнять установленный работодателем режим коммерческой тайны;

- не разглашать данную информацию, обладателями которой являются работодатель и его контрагенты, и без их согласия

не использовать данную информацию в личных целях в течение всего срока действия режима коммерческой тайны, в том числе после прекращения действия трудового договора;

– возместить причинённые работодателю убытки, если работник виновен в разглашении информации, составляющей коммерческую тайну и ставшей ему известной в связи с исполнением им трудовых обязанностей;

– передать работодателю при прекращении или расторжении трудового договора имеющиеся в пользовании работника материальные носители информации, содержащие информацию, составляющую коммерческую тайну.

Работодатель вправе потребовать возмещения убытков, причинённых ему разглашением информации, составляющей коммерческую тайну, от лица, получившего доступ к данной информации в связи с исполнением трудовых обязанностей, но прекратившего трудовые отношения с работодателем, если данная информация разглашена в течение срока действия режима коммерческой тайны.

Причинённые работником или прекратившим трудовые отношения с работодателем лицом убытки не возмещаются, если разглашение информации, составляющей коммерческую тайну, произошло вследствие несоблюдения работодателем мер по обеспечению режима коммерческой тайны, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Трудовым договором с руководителем организации должны предусматриваться его обязанности по обеспечению охраны конфиденциальности информации, составляющей коммерческую тайну, обладателями которой являются организация и её контрагенты, и ответственность за обеспечение охраны конфиденциальности данной информации.

Руководитель организации возмещает организации убытки, причинённые его виновными действиями в связи с нарушением законодательства о коммерческой тайне. При

этом убытки определяются в соответствии с действующим законодательством.

Работник имеет право обжаловать в судебном порядке незаконное установление режима коммерческой тайны в отношении информации, к которой он получил доступ в связи с исполнением трудовых обязанностей. Работник, который в связи с исполнением трудовых обязанностей получил доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, обладателями которой являются работодатель и его контрагенты, в случае умышленного или неосторожного разглашения данной информации при отсутствии в действиях такого работника состава преступления несёт дисциплинарную ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Органы государственной власти, иные государственные органы, органы местного самоуправления, получившие доступ к информации, составляющей коммерческую тайну, несут перед обладателем информации, составляющей коммерческую тайну, гражданско-правовую ответственность за разглашение или незаконное использование данной информации их должностными лицами, государственными служащими или служащими органов местного самоуправления, которым она стала известна в связи с выполнением ими должностных обязанностей.

Вопросы для самопроверки

1. Какая информация составляет коммерческую тайну предпринимателя?

- а) имеющая действительную или потенциальную ценность в силу неизвестности её третьими лицами;
- б) содержащаяся в уставе коммерческой организации;
- в) содержащаяся в лицензии коммерческая организация;

г) содержащаяся в материалах маркетингового исследования.

2. Какая информация может иметь статус коммерческой тайны?

а) содержащаяся в учредительных документах;
б) содержащаяся в документах, дающих право заниматься предпринимательской деятельностью (удостоверения, лицензии и так прочее);

в) содержащаяся в материалах маркетингового исследования;

г) информация о беспатентных изобретениях, компьютерных программах, картотеке поставщиков (потребителей), условиях сделок (уровень цен, размеры скидок), деловых связях (отношения с партнёрами).

3. Что не имеет отношение к информации, которая может составлять коммерческую тайну?

а) сведения, раскрывающие тактику ведения переговоров, условия сделок (уровень цен, размеры скидок и такое прочее), коммерческие секреты (объём продаж, клиенты, себестоимость продукции и так прочее);

б) информация, содержащаяся в годовых отчётных, бухгалтерских балансах и других формах годовой бухгалтерской отчётности, а также иных документах, связанных с исчислением и уплатой налогов и других обязательных платежей в бюджет;

в) научные работы, технические и технологические решения, беспатентные изобретения, компьютерные программы;

г) информация, содержащаяся в учредительных документах.

4. К коммерческой тайне могут быть отнесены...

- а) сведения, не являющиеся государственными секретами;
- б) сведения, связанные с производством и технологической информацией;
- в) сведения, связанные с управлением и финансами;
- г) все сведения, перечисленные в пунктах.

5. Какой законодательный акт содержит сведения по защите коммерческой тайны?

- а) Закон ЛНР «Об авторском праве и смежных правах»;
- б) Закон ЛНР «О налоговой системе»;
- в) Закон ЛНР «О таможенных сборах»;
- г) Закон ЛНР «О коммерческой тайне».

6. Какие существуют способы защиты коммерческой тайны?

- а) административные мероприятия (наличие службы безопасности, пропускной режим и так прочее);
- б) своевременная приёмка товаров;
- в) запрет несанкционированного доступа к компьютерной информации;
- г) запрет бесконтрольного использования копировально-множительной техники.

РАЗДЕЛ 11 ПАРТНЁРСТВО В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ

11.1. Виды партнёрства в предпринимательстве

По уровню организации, партнёрство может быть двух видов.

1) зарегистрированная форма организации партнёрства с участием двух, или более, физических или юридических лиц. Прежде всего, такое партнёрство характерно для людей и бизнесов, которые занимаются ведением совместной экономической деятельности. Например, партнёрский бизнес, партнёрство в отношениях нескольких бизнесов и так прочее

2) сотрудничество юридических или физических лиц, которое не закреплено в юридических документах, однако фактически существует и поддерживается. Например, партнёрские отношения между бизнесом и его поставщиками или потребителями и так прочее

По форме организации, партнёрство может быть нескольких видов:

1. *Коммерческое партнёрство.* Это организация партнёрства, которая носит коммерческий характер, и имеет целью получение прибыли. Это форма организации присуща большей части всех партнёрских бизнесов в мире. Для такого партнёрства больше подходят другие определения, например, компаньонство.

2. *Некоммерческое партнёрство.* Этот вид партнёрства представляет собой некоммерческую организацию, которая основана на добровольном членстве и оказывает содействие членам в достижении определённых целей – культурных, социальных и так прочее.

3. *Полное партнёрство.* Представляет собой партнёрство, при котором партнёры несут равную ответственность, которая может быть солидарной или общей.

4. *Ограниченное партнёрство*. Представляет собой партнёрство, в котором каждый из партнёров несёт ограниченную, заранее оговоренную, ответственность.

5. *Стратегическое партнёрство*. Представляет собой сотрудничество физических или юридических лиц с долгосрочной перспективой. Как правило, присуще состоявшимся бизнесам.

Партнёрство – это договорные отношения, которые устанавливаются между предпринимателями и дают возможность получить ожидаемый уровень прибыли за счёт обмена результатами деятельности в товарной или денежной форме.

Партнёрство – это определённая форма организации и ведения предпринимательской деятельности предприятия. В момент создания партнёрства заключается соглашение, посредством которого регулируются различного рода права и обязанности каждого из партнёров, определяется регламент возмещения общих расходов, схема, по которой будет распределяться прибыль, сроки деятельности, а также вопросы, связанные с возможной ликвидацией предприятия. Партнёры несут общую имущественную ответственность за долги, появившиеся в процессе ведения предпринимательской деятельности, а в случае, когда один из партнёров становится банкротом, тогда ответственность за долги предприятия переносится на всех оставшихся партнёров. Каждый предприниматель заинтересован в установлении наиболее эффективных форм партнёрства. Разнообразие форм партнёрства можно группировать по основным направлениям предпринимательской деятельности.

Сотрудничество в сфере производства

Совместное предпринимательство. Эта форма организации смешанного или совместного предприятия.

Совместным называется предприятие, один из учредителей которого иностранное физическое или юридическое лицо. Смешанным называется предприятие, учреждённое двумя или более юридическими лицами одной страны.

Производственная кооперация – это такая форма сотрудничества, при которой каждый из партнёров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного процесса, доход, получаемый по окончании работ и реализации товара делится в соответствии с долей каждого партнёра в общем объёме работ.

Лизинг – это аренда машин или оборудования с правом последующего выкупа. Существует несколько видов лизинга: классический (товарная форма арендных платежей); финансовый (арендные платежи в денежной форме); возвратный (собственник оборудования продаёт его лизинговой компании, с которой потом заключает договор о лизинге этого оборудования); сервисный (краткосрочная аренда оборудования последовательно несколькими лизингопользователями); левиридж-лизинг (в качестве лизингодателя выступает объединение нескольких компаний); рентинг (аренда машин и оборудования на краткосрочный период); хайринг (аренда машин и оборудования на среднесрочный период). Специфический вид лизинга «лизинг персонала» – агентства предоставляющие такие услуги. Организации, занимающиеся оказанием лизинговых услуг, относятся к сфере сервиса.

Франчайзинг (франшиза) – крупная компания заключает договор с мелким самостоятельным предприятием о предоставлении ему исключительного права на выпуск определённых товаров и их сбыт, а также оказание услуг под торговой маркой данной компании на определённом рынке, где франчайзер – головная компания, а франчайзи – мелкая компания.

Проектное финансирование. Осуществляется в двух формах: когда одна из сторон берёт на себя обязательство финансировать реализацию предпринимательского проекта другой стороны, а другая сторона обязуется реализовать такой проект в надлежащей форме; когда одна сторона, имеющая разработанный проект, предлагает другой стороне взяться за его практическую реализацию и обязуется финансировать все работы, связанные с его реализацией.

Лицензирование. Субъектами выступают лицензиар (обладатель определённых прав) и лицензиат (тот, кому права передаются). Эти субъекты заключают между собой соглашение о передаче прав.

Концессия – договорная форма взаимоотношений государства или муниципалитета с предпринимателем об аренде хозяйственных объектов, находящихся в их собственности (месторождения полезных ископаемых, лесные массивы, озёра и так прочее).

Управление по контракту – осуществляется, когда один из предпринимателей передаёт другому ноу-хау в сфере управления, а второй предприниматель обеспечивает необходимый капитал.

Подрядное производство – форма отношений одного предпринимателя с другим, при которой оговаривается обязанность одного из них осуществлять целевое производство товара, составляющего предмет договора, и его доставку заказчику.

Толлинг – договор об обработке давальческого сырья за вознаграждение. Данная форма сотрудничества имеет прямое отношение к сфере сервиса. Пример, в сельской местности распространены маслобойни куда привозят семечки подсолнечника (давальческое сырьё) сельские жители и за определённую плату маслобойщик перерабатывает эти семечки в масло, которое отдаёт заказчику.

Сотрудничество в сфере товарообмена

Бартер – товарообменная сделка, которая предусматривает какие конкретные товары будут обмениваться, пропорции обмена одного товара на другой, сроки взаимных поставок. Данная форма сотрудничества имеет место, когда существует дефицит денежной массы. Предприятия производят расчёты друг с другом тем товаром, который сами производят.

Коммерческая триангуляция – в бартерной сделке принимают участие не две, а три стороны.

Встречная поставка – когда не решено какой обратный товар должен быть поставлен другой стороне.

Сделки в сфере торговли

Сделка купли-продажи – это сделка на тот товар, который у продавца есть в наличии. Форвардная сделка или срочная, заключается на срок от 6 до 14 месяцев. Сделка по купле-продаже товаров на срок, в том числе предварительной и поставке в оговоренное время.

Сделка по передаче информации типа ноу-хау – отношения партнёров по передаче незапатентованных «секретов» за вознаграждение.

Сделка по установлению прямых производственных связей – отношения партнёров, основанные на непосредственном сотрудничестве между предприятиями.

Сделка спот – купля-продажа наличного товара с немедленной оплатой и доставкой.

Сделка по экспорту товара – договор о поставке товара партнёру другой страны.

Сделка по реэкспорту товара – когда один из партнёров приобретает товар за рубежом с целью его поставки партнёру третьей страны (без переработки в своей стране).

Сделка по импорту товара – операции, связанные с ввозом товара из-за рубежа.

Сотрудничество в сфере финансовых отношений

Факторинг – разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента через покупку фактор-компанией счетов клиента.

Коммерческий трансферт – взаимное приобретение партнёрами друг у друга капиталов в национальных валютах в установленных размерах по договорной цене. Каждый предприниматель при совершении любой сделки, а также при планировании любой деловой операции сталкивается с необходимостью выбора партнёра, так и конкретной формы взаимоотношений с этим партнёром. Выбор этой формы определяется той сферой сервиса, в которой предприниматель осуществляет свою деятельность и теми результатами, которые он хотел бы получить.

Аренда

Аренда – (лат. *arrendare*, польск. *arenda* – отдавать взаймы) – это форма партнёрских связей в предпринимательстве, основанная на договоре срочного возмездного владения и пользования основными средствами. Она удобна особенно предпринимателям, начинающим деятельность и не имеющим необходимых денежных ресурсов для покупки земли и других средств производства.

Выбор аренды средств производства зависит от особенностей технологии производства, специализации предприятия, наличия на рынке свободных основных средств для аренды, стоимости арендной платы и так прочее. Рассмотреть субъекты арендных отношений можно на рис. 7

Объекты арендных отношений – это земля и любое имущество (вещь), которое в процессе использования не теряет своих натуральных свойств (так называемые не потребляемые вещи): земля, природные объекты, предприятия, другие имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и так прочее.

Особый объект аренды, в особенности для сельского хозяйства, – это земля.

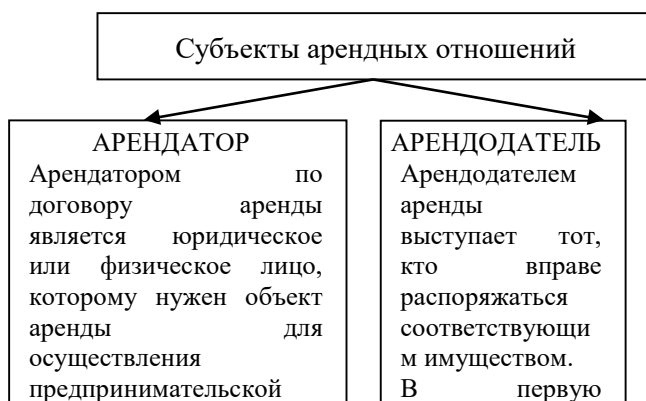


Рис. 7 – Субъекты арендных отношений

Основным документом, регулирующим отношения между арендодателем и арендатором, является договор аренды.

Договор аренды – это гражданско-правовой договор, по которому арендодатель обязуется предоставить арендатору землю или конкретное имущество во временное владение и пользование или во временное пользование, а арендатор обязуется уплачивать арендную плату. При этом плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью. Основная обязанность арендодателя по договору – предоставить

арендатору имущество в состоянии, соответствующем условиям договора и назначению этого имущества, в срок, оговоренный договором. При невыполнении этих обязательств арендатор получает право запросить арендованное имущество и потребовать от арендодателя возместить убытки, вызванные несвоевременной его передачей. Если же в результате задержки при передаче имущества арендатор потерял интерес к исполнению договора аренды, он вправе заявить требования о расторжении договора и возмещении расходов, причинённых его неисполнением. Ответственность за недостатки сданного в аренду имущества возлагается на арендодателя. Договор субаренды может быть заключён арендатором с третьим лицом (субарендатором) лишь при наличии согласия на то арендодателя, при этом срок договора субаренды не может превышать срок основного договора аренды.

Арендная плата. Порядок, условия и сроки её внесения определяются договором аренды. Арендная плата может быть выражена в денежной, натуральной и смешанной формах.

11.2. Экономико-правовые формы предпринимательства на основе зарубежного опыта сотрудничества

Консигнация – разновидность договора комиссии. Широко применяется в сфере предпринимательства, связанного с реализацией товара. Это вид торгово-посреднической операции, когда консигнатор (посредник) продаёт товар со своего склада на основе договора поручения (реже – консигнационного соглашения).

Консигнатор обычно действует в сфере отношений между консигнантом (собственником товара) и розничными торговцами. Заключается консигнационный договор, регулирующий имущественные отношения сторон, возникающие, когда собственник товара (консигнант)

порукает посреднику (консигнатору) реализовать на определённых условиях товар. В договоре обычно указываются: наименование отгружаемого товара, условия (лимитная цена) и срок продажи. Консигнатор обязан хранить товар на своём складе до его реализации, застраховать его в пользу консигнанта. Деятельность консигнатора, которым обычно является собственник складских помещений и одновременно продавец-оптовик, сводится к тому, что он принимает у консигнанта товары на ответственное хранение с целью их последующей реализации (обычно оптом), но при этом даёт обязательство не продать, а лишь предложить товар потенциальному покупателю при первой появившейся возможности (при упущенной возможности он обычно несёт ответственность).

Консигнатор продаёт товар от своего имени, но за счёт консигнанта. Непроданный в срок товар возвращается собственнику-продавцу, если в договор консигнации не включено условие безвозвратности определённой части товара, которую фактически выкупит сам посредник-консигнатор.

Франчайзинг как форма предпринимательства широко распространён в США, Японии, в странах Западной Европы. Это особые партнёрские взаимоотношения предприятий на рынке. Отношения по франчайзингу заключаются в том, что крупная, достаточно стабильная фирма, именуемая франчайзером, предоставляет малому предприятию, не имеющему экономического положения в бизнесе (франчайзы), право (франшизу) в течение определённого времени в определённом месте вести предпринимательскую деятельность с использованием уже применяемой франчайзером усовершенствованной им технологии, ноу-хау, популярной торговой марки; предоставляется возможность обучения персонала франчайзи и консультации. Франчайзер может выполнять обязательства по поставке партнёру

(франчайзи) оборудования, сырья, материалов, по предоставлению ему кредитов, выступить его гарантом, поручителем и так прочее

Для осуществления франчайзинга партнёры заключают договор об организации указанной деятельности. Предмет такого договора – право франчайзи на использование имени, репутаций, способов ведения бизнеса, имеющихся у франчайзера. Например, права на обслуживание клиентов с использованием рекламы и торговой марки фирмы франчайзера, на производство товаров, конструкций, технологий, разработанных фирмой франчайзера.

Следовательно, при любом виде бизнеса на условиях франчайзинга партнёры достигают соглашения о передаче прав, возможностей, имеющихся у франчайзера, партнёру – франчайзи. Помощь и поддержка со стороны франчайзера оказывается за плату (роялти), установленную в договоре.

Использование такой специфической формы партнёрства как франчайзинг, представляется очень важным для экономики ЛНР, где на новой законодательной базе только строятся предпринимательские отношения, бизнес находится в стадии становления и есть желающие заняться бизнесом, при недостаточности финансовой базы, профессиональных знаний и так прочее

В условиях товарного дефицита и ограниченности источников финансирования особое значение приобретает оперативный лизинг. Лизинговая компания закупает машинное оборудование, компьютеры, транспортные средства, складские помещения для использования их в производственных целях арендатором, сохраняя право собственности на них до конца срока аренды.

Соглашение по оперативному лизингу короче амортизационного периода предмета аренды. После окончания срока действия соглашения предмет договора может быть возвращён владельцу или вновь сдан в аренду.

Вопросы для самопроверки

1. Как называется сделка по продаже или покупке определённой суммы валюты с интервалом во времени между заключением и исполнением сделки по курсу дня заключения сделки?

- а) форвардная валютная сделка;
- б) сделка «спот»;
- в) операция «своп»;
- г) валютный фьючерс.

2. Что относится к договору коммерческой концессии?

а) договор, по которому одна сторона обязуется передать имущество в собственность другой стороне, которая обязуется уплатить за него предусмотренную договором сумму;

б) договор, по которому одна сторона обязуется выполнить по заданию другой стороны определённую работу и сдать её результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить его;

в) договор, по которому поставщик-предприниматель обязуется передать в обусловленный срок покупателю товар для использования в хозяйственных целях;

г) договор, по которому одна сторона обязуется предоставить другой стороне за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю.

3. Что характерно для такого условия продажи товаров как консигнация?

а) собственником товара при его получении становится агент-консигнатор;

б) собственником товара считается агент-консигнатор в зависимости от стоимости товара в партии;

в) собственником товара до его реализации остаётся продавец в зависимости от стоимости товара в партии;

г) собственником товара до его реализации остаётся продавец.

4. Форма договорных отношений, выгодная как мелкому, так и крупному бизнесу благодаря возможности владеть и управлять собственным предприятием даже при весьма ограниченном предварительном опыте, а также обучаться ведению дела по схеме, эффективность которой проверена на практике – это...

- а) лизинг;
- б) аутсорсинг;
- в) рекрутинг;
- г) франчайзинг.

5. Франчайзинг относится к такому виду стратегии малого предприятия, как стратегия...

- а) копирования;
- б) участия в продукте крупной фирмы;
- в) оптимального размера;
- г) использования преимуществ крупной фирмы.

6. Франчайзинг – это...

а) право на производство или продажу товара % услуги физическому или юридическому лицу, использование фирменной марки или технологии франшизодателя;

б) аренда оборудования предпринимателем для производственной деятельности;

в) разрешение или право на использование товарного знака;

г) использование товарного знака предпринимателем по устной договорённости с франшизосоздателем.

РАЗДЕЛ 12

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

12.1. Ответственность предпринимателей

В общей форме под ответственностью предпринимателей понимается обязанность и необходимость предпринимателей совершить определённые действия.

Предприниматели как субъекты рыночной экономики, участники гражданского оборота несут в первую очередь гражданскую ответственность, которая представляет собой установленные гражданским законодательством юридические последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения предусмотренных обязанностей и обязательств. Гражданская ответственность проявляется в применении к правонарушителю в отношении другого лица (кредитора) либо государства установленных законом или договором мер воздействия, имеющих для правонарушителя отрицательные имущественные (финансовые) последствия в форме уплаты неустойки (штрафа, пени), возмещения убытков, ареста имущества, возмещения вреда.

Гражданская ответственность является имущественной, носит компенсационный характер, так как главная цель её применения – восстановление прав потерпевшей стороны (кредитора). Гражданская ответственность предпринимателей возникает либо из внедоговорных отношений (она устанавливается соответствующими нормами права), либо из договорных, вытекающих из-за неисполнения или ненадлежащего исполнения заключённых договоров. С точки зрения уровня (роли) ответственности виновной стороны гражданская ответственность подразделяется на долевую, солидарную, субсидиарную и смешанную.

Предприниматель как собственник организации (предприятия) в соответствии с трудовым правом устанавливает материальную ответственность работников за

причинённый предпринимателю ущерб по их вине. Материальная ответственность может быть установлена лишь за ущерб, который возник в результате противоправного или виновного поведения работников. Материальная ответственность бывает двух видов: ограниченная и полная.

В учредительных документах предпринимательских организаций необходимо в соответствии с трудовым правом устанавливать дисциплинарную ответственность работников как форму воздействия (взыскания) на нарушителей трудовой дисциплины. Применяются следующие дисциплинарные взыскания: замечание, выговор, увольнение с работы.

Административная ответственность предпринимателей и должностных лиц предпринимательских организаций установлена за совершение ими административного правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности. Административная ответственность возникает при невыполнении обязанности в соответствии с Кодексом ЛНР об административных правонарушениях, а также при невыполнении обязанностей (обязательств), установленных другими законами.

Уголовная ответственность – это в соответствии с положениями Уголовного кодекса ЛНР вид юридической ответственности предпринимателей, возникающий при совершении противоправных действий в процессе предпринимательской деятельности. Основанием уголовной ответственности предпринимательской деятельности является совершение действия, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного Уголовным кодексом ЛНР. Виновным в преступлении признается лицо, совершившее противоправное деяние умышленно или по неосторожности. Видами уголовного наказания за противоправные действия при осуществлении предпринимательской деятельности являются: штраф; лишение права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью;

обязательные работы; исправительные работы; конфискация имущества; ограничение свободы; арест; лишение свободы на определённый срок.

Налоговыми нарушениями являются противоправные деяния (действие или бездействие) налогоплательщиков, в том числе и предпринимателей, которые привели к неисполнению или ненадлежащему исполнению требований, установленных Законом и другим законодательством, контроль за соблюдением которого, возложен на органы налогов и сборов ЛНР.

12.2. Налоги и сборы, взимаемые с предпринимателей в ЛНР

По видам отчислений налоги делятся на два уровня – уплачиваемые в государственный и местные бюджеты.

К республиканским налогам и сборам относятся:

- 1) налог с оборота;
- 2) налог на прибыль;
- 3) акцизный налог;
- 4) экологический налог;
- 5) сбор за транзит, продажу и вывоз отдельных видов товаров;
- 6) плата за пользование недрами;
- 7) сбор за специальное использование воды;
- 8) сбор на развитие виноградарства, садоводства и хмелеводства;
- 9) сбор за осуществление валютно-обменных операций;
- 10) плата за патент за добычу угля (угольной продукции) артелями.

К местным налогам и сборам относятся:

- 1) подоходный налог;
- 2) плата за землю;
- 3) упрощённый налог;

- 4) плата за патент;
- 5) сельскохозяйственный налог;
- 6) транспортный налог.

Под *налогом* понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, взимаемый в соответствующий бюджет с плательщиков налогов в форме отчуждения, принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности Луганской Народной Республики.

Сбором является обязательный платёж, взимаемый в соответствующий бюджет с плательщиков сборов, с условием получения ими специальной выгоды, в том числе в результате совершения в интересах таких лиц государственными органами, органами местного самоуправления, другими уполномоченными органами и лицами юридически значимых действий.

Совокупность республиканских и местных налогов и сборов, которые взимаются в установленном Законом порядке, составляет налоговую систему Луганской Народной Республики. Основопологающим аспектом налогового законодательства Луганской Народной Республики является то, что физическое лицо – предприниматель имеет право самостоятельно избрать систему налогообложения.

Для физических лиц – предпринимателей налоговым законодательством предусмотрены общая, упрощённая и патентная системы налогообложения.

Сегодня в Луганской Народной Республике активно работают и уплачивают налоги более 40 тысяч физических лиц – предпринимателей. Из общей численности зарегистрированных представителей малого бизнеса более 45% физических лиц – предпринимателей отдали предпочтение патентной системе налогообложения. Выбор малым бизнесом патентной системы налогообложения

обусловлен стимулами, заложенными в законодательстве, одним из которых являются умеренные ставки платежей.

В настоящее время патентная система может применяться предпринимателями по 37 видам деятельности, при чём этот перечень видов деятельности расширяется за счёт внесения соответствующих правок в действующее налоговое законодательство.

Для каждого вида предпринимательской деятельности определён фиксированный размер платы за патент, который рассчитан исходя из предполагаемого получения годового дохода. При этом предприниматели вправе брать патент на период от одного месяца до года.

Суть патента, как и других специальных налоговых режимов, заключается в том, что патентная система налогообложения предусматривает замену нескольких налогов одним. Применяющие её предприниматели освобождены от уплаты других видов налогов, действующих на территории Луганской Народной Республики, кроме ЕСВ.

Основные преимущества патентной системы налогообложения:

- налоговая декларация подаётся один раз по итогам года.

- налогоплательщики, применяющие патентную систему, освобождены от ведения бухгалтерского учёта и ведут только книгу доходов (кроме субъектов хозяйствования, валовый доход которых более 10 млн руб.).

- переход на патентную систему налогообложения или возврат к иным режимам предприниматели осуществляют добровольно по заявлению, которое подаётся в орган налогов и сборов по месту регистрации.

- предприниматель может использовать труд наёмных работников, в том числе по договорам гражданско-правового характера. Однако, средняя численность наёмных работников не должна превышать за налоговый период 3-х человек по

отдельным видам предпринимательской деятельности, при этом такие работодатели освобождаются от обязанности удержания и уплаты подоходного налога с доходов, выплачиваемых наёмным работникам.

– предприниматель может осуществлять одновременно несколько видов деятельности, путём уплаты за патент по каждому виду деятельности, при этом допустимым объёмом является максимальный годовой объём валового дохода, предусмотренного для одного из приобретённых патентов. Ограничений на количество патентов нет.

– гибкая система ставок патента – варьирует от 450 руб. до 10000 руб., в зависимости от избранного вида деятельности.

– системный подход к допустимому объёму годового валового дохода – от 1 млн руб. до 14 млн руб.

– освобождение плательщиков патентной системы налогообложения от применения регистраторов расчётных операций. Документы, подтверждающие приём денежных средств, выдаются только по требованию покупателя.

– для плательщиков патентной системы налогообложения установлена фиксированная ставка ЕСВ – 600 руб.

– статьёй 210 Главы 25 Закона Луганской Народной Республики № 79–II от 28.12.2015 «О налоговой системе» за нарушение порядка получения и использования патента, предусмотрена финансовая ответственность [13].

Упрощённая система налогообложения – особый механизм взимания налогов и сборов, который устанавливает замену уплаты отдельных налогов и сборов на уплату упрощённого налога с одновременным ведением упрощённого учёта и отчётности. Переход на упрощённую систему возможен один раз в течение календарного года.

Условия выбора упрощённого налога:

1) численность работников, состоящих в трудовых отношениях, – не более 10 человек;

2) для плательщиков упрощённой системы налогообложения I группы годовой объём валового дохода за календарный год не превышает 500 000 руб.;

3) для плательщиков альтернативной фиксированной ставки годовой объём валового дохода за календарный год не превышает 6 000 000 руб.;

4) для плательщиков упрощённой системы налогообложения II группы – годовой объём валового дохода за календарный год не превышает 60 000 000 руб.

Уплата упрощённого налога освобождает плательщика от уплаты налога на прибыль и налога с оборота.

Запрещённые виды деятельности (для всех групп плательщиков упрощённого налога):

- обмен валюты;
- деятельность по управлению предприятиями;
- деятельность в сфере финансовых услуг, деятельность страховых брокеров, банков, кредитных союзов, ломбардов, лизинговых компаний, доверительных обществ, инвестиционных фондов и компаний, страховых компаний (кроме деятельности в сфере страхования, которая осуществляется страховыми агентами – физическими лицами – предпринимателями);

- выпуск платёжных документов, платёжных карт, дорожных чеков и/или их обслуживание, клиринг, деятельность в сфере теле- и радиовещания, проводной и беспроводной электросвязи, почты (за исключением курьерской деятельности), услуг мобильной связи (за исключением пополнения счёта);

- инжиниринг и прочие виды работ, связанных с оказанием услуг (выполнением работ) по составлению технических заданий, проектных предложений, проведение научных исследований и технико-экономических обследований, выполнение инженерно-разведывательных работ по строительству объектов, разработка технической

документации, проектирование и конструкторские обработки объектов техники и технологий, оказание консультаций и авторского надзора во время монтажных пусконаладочных работ, выполнение геологоразведочных и изыскательских работ, приводящих к нарушению почвенного покрова, гидрологического режима местности, а также оказание консультаций, связанных с такими услугами (работами);

– приём платежей от физических лиц при помощи платёжных терминалов субъектами хозяйствования, которые в установленном законодательством порядке получили статус платёжного агента (субагента), оператора по приёму платежей.

Запрещённые виды деятельности для плательщиков упрощённого налога I группы:

– предоставление автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов автомобильным транспортом;

– предоставление в аренду (субаренду), ссуду недвижимого имущества, торговых мест и объектов малых архитектурных форм, общая площадь которых превышает 50 квадратных метров;

– осуществление независимой профессиональной деятельности (адвокаты, нотариусы, арбитражные управляющие);

– предоставление услуг бронирования и связанной с этим деятельности, реализация билетов на перевозку пассажиров;

– осуществление деятельности в сфере страхования, которая осуществляется страховыми агентами – физическими лицами – предпринимателями.

Плательщикам упрощённого налога I группы, избравшим ставку в размере 2,5% от суммы валового дохода, запрещается осуществлять торговую деятельность, медицинскую практику и оказание стоматологических услуг.

Ставки налога для плательщиков упрощённой системы налогообложения I группы:

– 2,5% от суммы валового дохода ежемесячно;

– альтернативная фиксированная ставка в размере 2 000 руб. ежемесячно (кроме субъектов хозяйствования, осуществляющих розничную торговлю товарами, стоимость которых превышает 20 000 руб. за одну единицу товара (продукции));

– альтернативная фиксированная ставка в размере 3 000 руб. ежемесячно для субъектов хозяйствования, занимающихся медицинской практикой и оказанием стоматологических услуг, а также для субъектов хозяйствования, осуществляющих розничную торговлю товарами, стоимость которых не превышает 50 000 руб. (включительно) за одну единицу товара (продукции).

Альтернативная фиксированная ставка устанавливается:

– на каждое место осуществления деятельности (местонахождение);

– на основной вид деятельности в случае отсутствия у плательщика стационарного места осуществления деятельности.

Для плательщиков упрощённой системы налогообложения II группы:

– 6% от суммы валового дохода ежемесячно.

Отчётным периодом является:

– для плательщиков, избравших альтернативную фиксированную ставку упрощённого налога I группы – календарный год. Плательщики упрощённого налога I группы, избравшие альтернативную фиксированную ставку, подают налоговую декларацию в течение 30 календарных дней, наступающих за последним календарным днём отчётного (налогового) года.

В случае отказа от альтернативной фиксированной ставки плательщик обязан подать декларацию не позднее 20 числа месяца, следующего за месяцем, в котором совершён отказ. Для плательщиков упрощённой системы налогообложения I–II группы – календарный месяц.

Плательщики упрощённого налога I–II группы подают налоговую декларацию плательщика упрощённого налога, по форме утверждённой Государственным комитетом налогов и сборов Луганской Народной Республики, не позднее 20 числа месяца, следующего за отчётным месяцем. Плательщики упрощённого налога II группы вместе с декларацией подают реестры выданных и полученных накладных и приравненных к ним документов за отчётный месяц, порядок заполнения которых утверждается Государственным комитетом налогов и сборов Луганской Народной Республики.

Плательщики упрощённого налога I–II групп обязаны вести книгу учёта доходов, кроме субъектов хозяйствования, которые ведут бухгалтерский учёт в соответствии с действующим законодательством. Обязательным условием ведения Книги учёта доходов является подтверждение первичными документами хозяйственных операций, отражённых в такой книге.

Налогоплательщики, находящиеся на общей системе налогообложения, не имеют права включать в состав валовых расходов расходы от плательщиков упрощённого налога, не подтверждённые первичными документами. Записи в Книге выполняются по итогам рабочего дня, на протяжении которого получен доход (поступление средств плательщику упрощённого налога в денежной (наличной или безналичной) форме, сумма полученного вознаграждения поверенного (агента)). Книга заполняется в российских рублях с копейками. При получении дохода в иностранной валюте, плательщик обязан произвести пересчёт в российский рубль по официальному курсу Государственного банка Луганской Народной Республики, который действовал на дату получения дохода.

Плательщики упрощённого налога II группы, валовый доход которых составляет 10 000 000 рублей и более за календарный год и / или которые используют труд 50 и более

наёмных работников, обязаны вести бухгалтерский учёт в соответствии с действующим законодательством Луганской Народной Республики. А также физические лица-предприниматели, которые самостоятельно приняли решение о необходимости ведения бухгалтерского учёта.

Чтобы стать плательщиком упрощённой системы налогообложения необходимо подать заявление в соответствующий территориальный орган налогов и сборов по месту регистрации. Свидетельство плательщика упрощённого налога выдаётся бессрочно в течение 10 календарных дней со дня подачи субъектом хозяйствования заявления. Копия свидетельства должна находиться на месте осуществления деятельности плательщика.

Упрощённая система налогообложения положительно влияет на формирование доходной части бюджета и развитие предпринимательства в ЛНР в целом. Около 80% предпринимателей ЛНР применяют упрощённую систему налогообложения.

Налогоплательщики, находящиеся на общей системе налогообложения, уплачивают налог на прибыль по основной ставке 20%, а по операциям с нерезидентами – 10% от суммы по таким операциям при приобретении продукции (товара) и – 20% от суммы по таким операциям при приобретении работ / услуг.

Сроки подачи отчётности по налогу на прибыль один раз в месяц не позднее 20 числа месяца, следующего за последним календарным днём отчётного месяца. Вместе с декларацией предоставляются реестры выданных и полученных накладных и приравненных к ним документов. Ведение бухгалтерского учёта осуществляется следующими плательщиками: юридическими лицами; физическими лицами-предпринимателями, валовый доход которых составляет 10 000 000 руб. и более за календарный год и / или используют труд 50 и более наёмных работников; физическими лицами-

предпринимателями, которые самостоятельно приняли решение о необходимости ведения бухгалтерского учёта. Физические лица-предприниматели, которые ведут бухгалтерский учёт, не обязаны вести Книгу учёта доходов и расходов.

Юридические лица и физические лица-предприниматели, находящиеся на общей системе налогообложения, уплачивают налог с оборота. Перечень неплательщиков НСО определён п. 106.2. ст. 106 Закона № 79–II от 28.12.2015. Ставка налога с оборота составляет 2% от объекта налогообложения.

В случае осуществления нескольких видов деятельности по одному местонахождению, а также при отсутствии места осуществления деятельности общая сумма альтернативной фиксированной ставки упрощённого налога увеличивается дополнительно на 800 руб.

Вопросы для самопроверки

1. Осуществление предпринимательской деятельности без регистрации или с нарушением правил регистрации, а равно представление в орган, осуществляющий государственную регистрацию юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, документов, содержащих заведомо ложные сведения – это...

- а) незаконное предпринимательство;
- б) лжепредпринимательство;
- в) противоправное предпринимательство;
- г) фиктивное предпринимательство.

2. Лицензия – это...

а) признание интеллектуальной собственности юридического лица на результаты интеллектуальной деятельности;

б) сертификат соответствия поставляемой промышленной продукции обязательным требованием государственных стандартов, выданный государственным органом предпринимателю;

в) ценная бумага;

г) разрешение, дающее право на занятие лицензированным видом деятельности, не допускающее отступлений от лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю.

3. Каким законодательством установлена имущественная ответственность предпринимателя?

а) уголовным;

б) трудовым;

в) земельным;

г) гражданским.

4. С какого момента индивидуальный предприниматель вправе заниматься предпринимательством?

а) получения лицензии;

б) наступления совершеннолетия;

в) заключения договора дарения;

г) государственной регистрации.

5. Какой платёж представляют собою налог?

а) коммунальный;

б) долевого;

в) добровольный;

г) обязательный.

РАЗДЕЛ 13

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Обеспечение надёжного правопорядка и национальная безопасность являются прерогативой государства, а это в свою очередь является основой для развития предпринимательства и экономики. Государственное регулирование предпринимательской деятельности представляет собой целенаправленное воздействие государства на процессы возникновения и функционирования субъекта предпринимательства, предоставление ему права на занятие тем или иным видом деятельности, законодательном установлении порядка осуществления указанной деятельности, а также соответствующем контроле, стимулировании и поддержке предпринимательства с целью создания благоприятных условий для реализации предпринимательской инициативы.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности – комплекс мер законодательных, исполнительных и судебных органов власти, а также контрольных функций, осуществляемых на основе нормативных правовых актов государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации существующей социально-экономической системы предпринимательства.

Вмешательство государства в экономику обусловлено:

1) негативными условиями, то есть появлением различного рода отрицательных явлений и тенденций в сфере экономики, которые могут негативно повлиять на предпринимательскую деятельность и экономику государства в целом. Эти тенденции и явления очень разнообразны как по сущности, так и по силе негативного их влияния на экономику. Роль государства заключается в своевременном выявлении

этих тенденций и явлений, причин их возникновения и в принятии соответствующих мер по их устранению;

2) различными предпосылками, то есть ещё не явным проявлением негативных условий и тенденций в экономике и других сферах человеческой деятельности. Роль государства заключается в своевременном выявлении и устранении этих предпосылок;

3) позитивными условиями, то есть появлением всякого рода положительных явлений и тенденций в различных сферах экономики. Роль государства заключается в своевременном их выявлении и принятии определённых мер по их поддержанию.

Функции государственного регулирования предпринимательской деятельности:

1. *Функция организации* обеспечивает правовую основу предпринимательской деятельности (принятие законов); создаёт условия для функционирования рыночных механизмов; организует борьбу с коррупцией, незаконным предпринимательством.

2. *Функция контроля* обеспечивает контроль за соблюдением законодательства предпринимателями; контроль за исполнительными органами власти – госаппаратом.

3. *Функция координации* позволяет согласовать направления деятельности частных структур (рыночной политики ценообразования, политики раздела рынка и сфер влияния); координирует инициативную деятельность в предпринимательстве.

4. *Функция защиты рыночных основ хозяйствования* осуществляет защиту рыночного механизма хозяйствования путём применения антимонопольного регулирования предпринимательской деятельности.

5. *Функция руководства* макроэкономикой позволяет обеспечить макроэкономическую стабильность путём предотвращения социальных последствий кризисов,

стимулирования инициативы предпринимателей через льготы, субсидии.

6. *Функция содействия развитию предпринимательства* проявляется в финансовом содействии (предоставлении субсидий, льготных кредитов); организационном содействии (содействии развитию малому бизнесу путём разработки программ поддержки малого предпринимательства, помощь в организации заграничных ярмарок и выставок).

На государство возлагаются следующие основные функции:

– создание правовой основы. Государство разрабатывает и принимает законы, определяющие права собственности, регулирующие предпринимательскую деятельность, обеспечивающие качество продукции и так прочее. При помощи правовой основы государство обеспечивает законные правила, регулирующие отношения между субъектами предпринимательской деятельности;

– обеспечение надлежащего правопорядка в стране и национальной безопасности. Государство должно обеспечить права и безопасность каждого гражданина, общества в целом и всех субъектов рыночной экономики. Если государство должным образом не выполняет эту функцию, то в государстве создаются условия для развития криминальной обстановки: уголовной преступности, мафии, коррупции, взяточничества и других негативных явлений, что пагубно влияет на предпринимательскую деятельность и экономику страны в целом;

– стабилизация экономики, то есть устойчивое развитие экономики, когда достигаются и поддерживаются на оптимальном уровне основные макроэкономические показатели: объём валового национального продукта, национальный доход, уровень инфляции и безработицы, дефицит бюджета и так прочее. Для обеспечения стабилизации экономики государство обязано использовать все имеющиеся

в его распоряжении рычаги и методы посредством проведения соответствующей фискальной, финансово-кредитной, научно-технической и инвестиционной политики.

Механизм государственного регулирования предпринимательской деятельности должен представлять целостную совокупность методов и инструментов управления. Это составное звено механизма управления экономикой в целом, вследствие чего необходимо согласование методов государственного регулирования предпринимательской деятельностью и методов управления социально-экономическим развитием отраслей, регионов и страны в целом. Эффективный механизм государственного регулирования предпринимательской деятельности должен опираться на административно-контрольные и экономические инструменты. В то же время необходимо учитывать социально-политические, психологические, морально-нравственные и другие факторы развития общества. Мировой опыт государств с развитой рыночной экономикой показывает, что в условиях реформирования экономики, в кризисных ситуациях роль государства возрастает; в условиях стабильности и оживления – снижается. Но во всех случаях государство должно придерживаться основного правила – так воздействовать на предпринимательскую деятельность и экономику страны, чтобы не разрушить рыночной основы и не допустить кризисных явлений.

Практика хозяйствования показывает, что наибольший эффект от государственного регулирования предпринимательской деятельностью достигается при комплексном использовании всех механизмов и методов.

Все методы государственного регулирования предпринимательской деятельности подразделяются на четыре основных вида: административные, правовые, экономические и смешанные.

Методы государственного регулирования предпринимательской деятельности:

Административные методы – установление требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности; установление запретов на те или иные проявления при её осуществлении; применение государством санкций и мер ответственности. Это меры запрета, разрешения и принуждения. Они имеют силу приказа и не опираются на экономические интересы и реализующие их меры. Кроме того, они не связаны с созданием дополнительного материального стимула или опасностью финансового ущерба.

Административные методы регулирования в экономически развитых странах с рыночной экономикой используются в незначительных масштабах. Их сфера действия в основном ограничивается охраной окружающей среды и созданием минимальных бытовых условий относительно слабо социально защищённых слоёв населения. Однако в критические моменты их роль значительно возрастает, например, во время войны или критического положения в экономике. К административным методам государственного регулирования предпринимательской деятельности относятся:

- лицензирование;
- квотирование;
- контроль над ценами;
- контроль за доходами;
- контроль валютного курса;
- контроль учётного процента.

Особенностью данных методов регулирования предпринимательства является то, что они:

- не связаны с созданием дополнительных материальных стимулов для их реализации;
- базируются на силе и авторитете государственной власти;

– включают в себя меры запрета, разрешения и принуждения.

Административные (прямые) инструменты государственного регулирования предпринимательской деятельности включают:

– комплекс законов о регулировании предпринимательской деятельности;

– совокупность соответствующих стандартов и нормативов;

– систему лицензирования хозяйственной деятельности;

– аудит;

– систему сертификации (маркировки) продукции;

– добровольные согласования между государственными органами власти и предпринимателями;

– методы и инструменты прогнозирования, планирования и программирования развития предпринимательской деятельности.

Как свидетельствует мировая практика, административные методы наиболее эффективно используются в следующих сферах: естественная государственная монополия (железнодорожный транспорт, связь, фундаментальная наука); охрана окружающей среды и использование ресурсов; сертификация, стандартизация, метрология; социальная политика (прежде всего определение и поддержание минимально допустимых параметров жизни населения: гарантированный минимум заработной платы, пособий по безработице и так прочее).

Правовые методы – система устанавливаемых норм и правил. Она состоит в разработке законов, обеспечивающих нормы функционирования рыночных структур (банков, бирж, акционерных обществ), предпринимательства и коммерции, защиту прав потребителей и интересов общества, равноправие рыночных субъектов.

К разряду правовых методов относятся:

1. Конституция;
2. Гражданский кодекс;
3. Законы и нормативные акты.

Основные экономические методы – это:

- регулирование учётной ставки (дисконтная политика, осуществляемая центральным банком);
- установление и изменение размеров минимальных резервов, которые финансовые институты государства обязаны хранить в центральном банке;
- операции государственных учреждений на рынке ценных бумаг, такие как эмиссия государственных обязательств, торговля ими и погашение.

При помощи этих инструментов государство стремится изменить соотношение спроса и предложения на финансовом рынке (рынке ссудных капиталов) в желаемом направлении. По мере относительного снижения роли рынков свободных капиталов в финансировании капиталовложений и особенно в связи с уменьшением роли фондовой биржи и ростом самообеспечения крупных компаний финансовыми средствами действенность этих инструментов в наиболее экономически развитых странах несколько ослабела.

Все экономические средства государственного регулирования подразделяются на прямые и косвенные.

Прямые (бюджетные) методы – это безвозвратное целевое финансирование из специализированных бюджетных и внебюджетных фондов разного уровня, государственные расходы на хозяйственные цели. Эти институты способствуют выравниванию финансового положения предприятий, территорий, отраслей, защите наиболее уязвимых секторов экономики и групп населения, достижению приоритетов экономического развития. К прямым методам относятся: субвенции, субсидии, дотации, пособия, доплаты.

Методы косвенного воздействия заключаются в том, что государство не оказывает прямого действия на субъект хозяйствования и принимаемые им решения. Законодательные структуры и правительство создают предпосылки, нормативную базу, чтобы при самостоятельно выбранных решениях субъекты строили свою политику в соответствии с экономическими целями государства. Косвенные формы экономического регулирования воздействуют на производство и потребление опосредованно, автоматически, носят безадресный характер. К ним относятся:

- кредитно-денежная политика;
- налоговая политика;
- амортизационная политика.

Смешанные методы государственного регулирования предпринимательской деятельности либо находятся на стыке других видов государственного регулирования экономики, либо объединяют некоторые из них. К ним относятся:

- государственное предпринимательство;
- государственное прогнозирование;
- государственное планирование;
- государственное программирование;
- государственный заказ;
- региональная политика.

Наряду с перечисленными методами, имеющими внутриэкономический характер, существует целый арсенал средств внешнеэкономического регулирования. Практически все рычаги воздействия на процесс воспроизводства государства оказывают существенное влияние на внешнеэкономические связи. Однако имеются и специальные инструменты. Это в первую очередь меры стимулирования экспорта товаров и услуг, капиталов, научно-технического и административного опыта: кредитование экспорта, гарантирование экспортных кредитов и инвестиций за рубежом, введение или отмена количественных ограничений,

изменение пошлины во внешней торговле; меры по привлечению или ограничению доступа иностранного капитала в экономику страны, изменение условий его функционирования и репатриации, качественная селекция (с точки зрения отраслевой направленности и технического уровня) поступающего из-за границы капитала, привлечение в государство иностранной рабочей силы, участие в международных экономических организациях, интеграционных межгосударственных объединениях.

В целях регулирования предпринимательской деятельности государство должно опираться главным образом на экономические, косвенные методы и только в отдельных случаях применять методы административного воздействия.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности должно быть направлено не на конкретных хозяйственных субъектов, а на формирование общих условий функционирования рынка, способствующих поддержанию и развитию экономики. Не вмешиваясь непосредственно в экономические процессы, государство должно создавать благоприятные условия для развития предпринимательства. Тем самым государство берёт на себя ответственность за регулирование рисков, которые мешают росту экономики и достижению целей экономических субъектов в меняющихся условиях.

Общим подходом к государственному регулированию предпринимательской деятельности должно стать выполнение государством функции по защите рыночных основ экономики, которая должна осуществляться в следующих направлениях:

- защита права собственности субъектов экономических отношений;
- охрана интересов участников экономической деятельности;

– создание равных условий для реализации предпринимательской инициативы и защита прав потребителей;

– активная поддержка отечественных производителей и потребителей;

– использование протекционистских мер для защиты внутреннего рынка от экспансии зарубежного капитала.

Создание равных стартовых возможностей и условий для предпринимательской деятельности требует формирования специальной системы финансирования, кредитования и страхования частного предпринимательства, обеспечивающей равный доступ к финансовым ресурсам, включая средства не только государственного и местных бюджетов, но и коммерческих финансово-кредитных структур. Это даст возможность, во-первых, обеспечить нормальное функционирование предпринимательских организаций на начальном этапе их деятельности, а во-вторых, обезопасить потенциальных инвесторов от возможных финансовых убытков.

Государство должно регулировать не столько сам рынок, сколько условия, влияющие на него: развитие и размещение производительных сил, специализацию предприятий, рациональное использование природных и людских ресурсов, формирование и использование доходов. Законы рынка по своей природе могут определять перспективы развития всего общества лишь стихийно, с непредсказуемыми результатами. В этом состоит их ограниченность, и именно это диктует необходимость их сочетания с планомерным государственным регулированием экономики.

Экономические методы являют собой применение различных экономических рычагов и стимулов. Инструменты: нормы, нормативы (например, нормы амортизационных отчислений); лимиты (например, лимиты выбросов загрязняющих веществ в природную среду); размеры ставок

налогов, пошлин, иных обязательных платежей; квоты (например, при экспорте товаров); размеры капиталов и фондов (например, установление минимального размера уставного капитала).

Экономические рычаги, используемые государством для регулирования предпринимательской деятельности, довольно разнообразны. Основные из них:

- налоги;
- перераспределение доходов и ресурсов;
- ценообразование;
- государственная предпринимательская деятельность;
- кредитно-финансовые механизмы и др.

Для создания нормальных условий для предпринимательской деятельности, стабилизации и подъёма экономики государство должно проводить соответствующую экономическую политику, которая складывается из фискальной, научно-технической, инвестиционной, ценовой, амортизационной, кредитно-денежной и других видов политики, при реализации которых оно в комплексе использует как экономические, так и административные методы.

Фискальная (бюджетная) политика государства – это регулирование государственным бюджетом и налогообложением с целью стабилизации и оживления экономики. Во время спада производства для увеличения совокупного спроса государство увеличивает свои расходы на организацию общественных работ (строительство дорог, мостов и других объектов) и на реализацию различных государственных программ, тем самым оживляя многие отрасли. На подъём экономики государство может воздействовать, сокращая свои доходы, то есть уменьшая налоги с населения и предприятий. У населения повышается спрос на потребительские товары, а у предприятий появляется больше возможностей для инвестирования, что в конечном

итоге должно привести к оживлению экономики. Государственная система налогообложения самым существенным образом влияет на предпринимательскую деятельность. Это объясняется тем, что налоговое бремя может быть таким, что даже у хорошо работающего предприятия не будет оставаться достаточно средств не только для расширенного воспроизводства, но и простого воспроизводства. Государство должно предусматривать определённые льготы в налогообложении для предприятий, которые функционируют в желательных для государства сферах экономики; для стимулирования малого бизнеса; для предприятий, значительную часть своих доходов, направляющих на реконструкцию, техническое перевооружение и расширение действующего производства. Налоговая политика должна стимулировать предпринимательскую деятельность в наращивании выпуска продукции и оказании всевозможных услуг. Фискальная (бюджетная) политика государства направлена в первую очередь на сглаживание экономических колебаний. Осуществляя только эту политику, государство не может выполнять свои функции без соответствующей кредитно-денежной политики, особенно в условиях глубокого экономического кризиса.

Кредитно-денежная политика – это целенаправленное управление государства банковским процентом, денежной массой и кредитами. В отличие от бюджетной кредитно-денежная политика позволяет справиться и со спадом производства, и с инфляцией. Суть этой политики состоит в том, что государство воздействует на денежную массу и процентную ставку, а они в свою очередь – на потребительский и инвестиционный спрос.

Научно-техническая политика государства – система целенаправленных мер, обеспечивающих комплексное развитие науки и техники, внедрение их результатов в

народное хозяйство. Ускорение научно-технического прогресса является важнейшим фактором подъёма экономики и превращения страны в мощное индустриальное государство. Так, например, выход Японии на самые передовые позиции в мире за сравнительно короткий срок обусловлен в первую очередь тем, что в послевоенный период эта страна правильно сориентировалась и стала целенаправленно проводить государственную политику, направленную на ускорение НТП. Единая государственная научно-техническая политика предполагает выбор приоритетных направлений в развитии науки и техники и поддержку государства в их развитии. Общепризнаны следующие приоритетные направления в развитии науки и техники: комплексная автоматизация производства, электронизация народного хозяйства, разработка новых материалов и технологий, биотехнология. Выбор приоритетов необходим не только в направлениях НТП, но и в отраслях народного хозяйства.

Известно, что такие отрасли промышленности, как машиностроение, химическая, электроэнергетика, ускоряют НТП во всех остальных отраслях народного хозяйства, поэтому они всегда должны быть в центре внимания государства.

Воздействие государства на предпринимательство выражается в совокупности мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых органами государственного управления и направленных на достижение намеченных целей развития предпринимательства в стране.

Государственная политика в сфере регулирования предпринимательской деятельности представляет собой целенаправленное воздействие государства на деятельность и условия функционирования хозяйствующих субъектов.

Политика государственного регулирования и поддержки предпринимательства призвана обеспечить:

- формирование благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности;
- ускорение развития предпринимательства в приоритетных функциональных комплексах народного хозяйства;
- развитие производственной, социальной и рыночной инфраструктуры;
- эффективную структурную перестройку народно-хозяйственного комплекса и производство продукции, обладающей конкурентными преимуществами на мировом, национальном, региональном и местном рынках;
- инновационный характер инвестиционного процесса во всех формах и структурах предпринимательства.

Объекты государственной политики регулирования предпринимательской деятельности обусловлены объектами государственного регулирования экономики страны.

На большинстве уровней управления можно выделить несколько блоков объектов государственного регулирования. Такое деление носит условный характер, потому что управленческое решение в рыночной экономике, как правило, имеет финансовое выражение.

Блок 1 – макроэкономические объекты государственного регулирования экономики. В данный блок входят: структура и экономический рост национального хозяйства; инвестиционный климат; цены и ценообразование; антиинфляционная политика; научно-техническая и инновационная политика; государственный сектор экономики, антимонопольная политика; развитие частного предпринимательства, проблемы теневой экономики.

Блок 2 – включает денежно-финансовые объекты: денежно-финансовое обращение; налоги и налогообложение; государственный внутренний и внешний долг; платёжно-торговый баланс государства; экспортно-импортные операции.

Блок 3 – объектов государственного регулирования экономики содержит социальные и экологические проблемы: занятость, безработица, миграционные процессы; социальная защита и социальное обеспечение; здравоохранение, окружающая среда.

Учитывая многообразие сфер воздействия государства на предпринимательскую деятельность, основные направления государственного регулирования предпринимательской деятельности можно рассматривать в двух аспектах, каждый из которых характеризуется наличием специальных нормативных актов:

- во-первых, в зависимости от видов и сфер осуществляемой предпринимательской деятельности;

- во-вторых, в зависимости от содержания и используемых способов государственного воздействия на предпринимательство.

Важнейшим направлением формирования условий хозяйствования и воздействия на рыночную экономику является кредитно-денежная политика. Главная цель кредитно-денежной политики – регулирование хозяйственной конъюнктуры путём воздействия на состояние кредитного и денежного обращения, создание условий достижения устойчивого роста производства, стабильного уровня цен, высокого уровня занятости и баланса внешнеэкономической деятельности. Главной целью кредитно-денежной политики является последовательное снижение инфляции.

Одним из инструментов финансового регулирования, влияющим на развитие предпринимательства, является предоставление прямых кредитов и субсидий, в первую очередь на обновление производственного процесса за счёт государственных средств. Эти средства применяются тогда, когда частный бизнес не в состоянии самостоятельно вывести то или иное звено национального производства из полосы затруднений.

Важным рычагом воздействия на предпринимательскую деятельность является инвестиционная политика. С её помощью государство может воздействовать на темпы роста производства, изменение структуры производства, ускорение научно-технического прогресса и решение социальных проблем. Государство должно быть заинтересовано в освобождении от функций инвестора, оно должно создавать условия, стимулирующие предпринимателей к инвестиционной деятельности.

Одним из наиболее эффективных направлений воздействия государства на предпринимательскую деятельность является регулирование ценообразования. С помощью ценовой политики государство воздействует на спрос и предложение, перераспределение доходов и ресурсов, обеспечивает минимальный прожиточный минимум, направляет антиинфляционные и антимонопольные процессы в желательное для себя русло.

Политика ценообразования позволяет обеспечивать стабильность цен, что является основой для оживления инвестиций и подъёма предпринимательской активности. Государственный контроль над ценами необходим для устранения издержек рыночной экономики в случаях, когда другие методы не дают желаемого результата.

Государственное регулирование цен целесообразно вводить только на продукцию, которая в конечном итоге определяет общий уровень и динамику цен, а также на социально значимые товары и услуги. Одновременно с этим должны быть продуманы меры по повышению эффективности контроля за соблюдением дисциплины цен.

Регламентирование критериев и процедуры признания несостоятельными различных субъектов рынка является важным направлением политики государственного регулирования предпринимательской деятельности. В силу очевидных причин банкротство государственных

предприятий при командно-административной системе хозяйствования было очень редким, почти невозможным событием.

Суть государственного регулирования процедур банкротства проявляется в определении того, что является основанием для прекращения деятельности предприятия, регулировании порядка и условий осуществления мер по предупреждению несостоятельности, а также порядок и условия проведения процедур банкротства и иные отношения, возникающие при неспособности должника удовлетворить в полном объёме требования кредиторов.

Меры, направленные на предотвращение банкротства предпринимательских структур, могут применяться исключительно в целях смягчения негативных последствий структурных макроэкономических изменений в экономике и не должны исключать ответственности в сфере экономического риска за самостоятельно принимаемые решения. Сложность регулирования процедур несостоятельности обусловлена длительностью процесса, участием судебной системы в процессе, участием нескольких заинтересованных сторон.

Реализация основных направлений государственного регулирования осуществляется на основе норм хозяйственного, административного и уголовного права. Важнейшими инструментами госрегулирования выступают:

- регистрация имущественных прав и лицензирование хозяйственной деятельности;
- судебная система разрешения хозяйственных споров и пресечения нарушений законодательства;
- административное пресечение недобросовестной предпринимательской деятельности;
- дифференцированные режимы пользования невозпроизводимыми ресурсами (платными и бесплатными);

– нормы административной и судебной ответственности за нанесение ущерба обществу, потребителям или партнёрам за несоблюдение стандартов качества и экологии.

Помимо методов законодательного (нормативно-правового) регулирования предпринимательской деятельности со стороны государства, а также методов государственного регулирования, связанных с ориентацией на рыночный механизм (прямых и косвенных), большое значение имеет механизм взаимодействия государства и бизнеса посредством участия в нём объединений предпринимателей.

Через объединения предпринимателей осуществляется координация государственных и хозяйственных решений, принимаемых на основе согласования позиций, сочетания интересов или взаимоисключения определённых решений и действий.

Влияние предпринимательских объединений определяется тем, насколько успешно они могут выполнять функции организации бизнеса, такие как:

– представительство в отношениях с государством, политическими партиями, органами власти различных уровней;

– выработка стратегии взаимоотношений с наёмными работниками;

– поддержание единства и разрешение конфликтов в предпринимательской среде;

– оказание консультационных, информационных и других видов услуг.

Предпринимательские объединения в своей работе изучают и обобщают интересы своих членов, которые могут существенным образом различаться. Важно их выявить, систематизировать и сформулировать, чтобы на этой основе выработать цели деятельности в конкретном направлении. Для реализации целей разрабатываются программы действий, направленные:

– на урегулирование отношений между предпринимателями на отраслевом уровне, в том числе путём создания негласных отраслевых или общенациональных картелей в тех государствах, где картели запрещены законом;

– разработку предложений, рекомендаций, представляемых в государственные органы для последующего принятия законодательных актов, постановлений, судебных решений;

– получение от государства различных льгот, кредитов, субсидий, выполнение конкретных требований административного характера;

– проведение консультаций с государственными служащими относительно финансовых возможностей правительства по реализации конкретных хозяйственных проектов в рамках отрасли, региона или государства в целом.

Предпринимательские объединения являются одним из ключевых факторов реализации политики государственного регулирования и поддержки предпринимательства, способствуя достижению своей главной цели – оптимальному сочетанию интересов предпринимателей с экономическими интересами государства.

Опыт стран Запада показывает, что взаимодействие предпринимателей и государства необходимо для достижения согласованности интересов основных субъектов государственной и хозяйственной власти в целях обеспечения нормального функционирования и развития национальной экономики и общества. Во многих странах функционируют объединения малого и среднего бизнеса, выполняющие своего рода роль посредника во взаимоотношениях предпринимателей и власти, берущие на себя некоторые регулирующие функции. Эффективное саморегулирование предполагает наличие: кодекса поведения, механизмов его защиты, эффективной системы разрешения споров. Основным мотивом создания схем саморегулирования является

получение дополнительной прибыли участниками таких схем (за счёт конкурентных преимуществ, преодоления «провалов» рынка и так прочее). В то же время растёт количество схем саморегулирования, введённых в ответ на угрозу государственного вмешательства. Достоверность намерений государства вмешаться в случае неадекватного функционирования рынка и неспособности бизнеса самостоятельно решить проблему создала мощный стимул к развитию саморегулирования.

Вопросы для самопроверки

1. Что относят к методам косвенного регулирования экономики?

- а) налоги;
- б) лицензии;
- в) государственные закупки;
- г) ставку рефинансирования.

2. Как называется государственная политика в сфере расходов и налогообложения?

- а) политика, основанная на количественной теории денег;
- б) монетарная политика;
- в) деловой цикл;
- г) фискальная политика.

3. Что не относят к прямым инструментам регулирования экономики?

- а) установление минимальной зарплаты;
- б) установление экологических стандартов;
- в) установление порядка регистрации субъектов предпринимательской деятельности;

г) установление льгот для субъектов хозяйствования, занимающихся определёнными видами деятельности.

4. Какой базовый принцип лежит в основе разграничения применения административных и экономических методов регулирования, построения организационных структур управления на базе чёткого разграничения полномочий?

- а) системности и целостности государственной политики;
- б) протекционизма;
- в) координации регионального и республиканского уровней;
- г) селективности и протекционизма.

5. Что относится к административно-правовому регулированию в системе специальных механизмов и инструментов?

- а) налоговые льготы;
- б) приостановление и прекращение деятельности предприятий;
- в) косвенные субсидии;
- г) применение мер административного пресечения и юридической ответственности за правонарушения.

6. Экономические средства воздействия на предпринимательские отношения с помощью создания условий, влияющих на мотивацию поведения хозяйствующих субъектов – это...

- а) косвенные методы государственного регулирования предпринимательской деятельности;
- б) налоговые льготы;
- в) прямые методы государственного регулирования предпринимательской деятельности;
- г) экономические методы.

ГЛОССАРИЙ

Административные методы государственного регулирования экономики – установление требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности; установление запретов на те или иные проявления при её осуществлении; применение государством санкций и мер ответственности.

Аренда – (лат. *arrendare*, польск. *arenda* – отдавать взаймы) – форма партнёрских связей в предпринимательстве, основанная на договоре срочного возмездного владения и пользования основными средствами.

Бартер – товарообменная сделка, которая предусматривает какие конкретные товары будут обмениваться, пропорции обмена одного товара на другой, сроки взаимных поставок.

Бизнес-план – документ, в котором даётся описание основных разделов развития организации на конкурентном рынке с учётом собственных и заёмных финансовых источников, материальных и кадровых возможностей и предполагаемых рисков, возникающих в процессе реализации предпринимательских проектов

Встречная поставка – когда не решено какой обратный товар должен быть поставлен другой стороне.

Допустимый риск – это угроза неполной потери прибыли от того или иного проекта или от предпринимательской деятельности в целом.

Договор аренды – это гражданско-правовой договор, по которому арендодатель обязуется предоставить арендатору землю или конкретное имущество во временное владение и пользование или во временное пользование, а арендатор обязуется уплачивать арендную плату.

Имущественный риск – это риск потери имущества предпринимательской организации, а риск, связанный с

ответственностью, – это риск, когда действиями одного предприятия наносится ущерб другому

Инжиниринг – это совокупность интеллектуальных видов деятельности.

Инновационная предпринимательская деятельность – это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры, улучшения качества выпускаемой продукции (работ, услуг), совершенствования технологий их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на рынке.

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

Катастрофический риск, как правило, приводит к банкротству предприятия, то есть к потере предпринимателем всех средств.

Критический риск характеризуется не только потерей прибыли, но и неполучением предполагаемой выручки.

Коммерческий трансферт – взаимное приобретение партнёрами друг у друга капиталов в национальных валютах в установленных размерах по договорной цене.

Коммерческая тайна – режим конфиденциальности информации, позволяющий её обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду.

Коммерческая триангуляция – в бартерной сделке принимают участие не две, а три стороны.

Консигнация – разновидность договора комиссии.

Концессия – договорная форма взаимоотношений государства или муниципалитета с предпринимателем об аренде хозяйственных объектов, находящихся в их собственности (месторождения полезных ископаемых, лесные массивы, озёра и такое прочее).

Корпорация – это акционерное общество, объединяющее деятельность нескольких предприятий для достижения их общих целей или защиты привилегий.

Кредитно-денежная политика государства – это целенаправленное управление государства банковским процентом, денежной массой и кредитами.

Культура предпринимательства – это определённая, сложившаяся совокупность принципов, приёмов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в государстве правовыми нормами (законами, нормативными актами), этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

Критический риск характеризуется не только потерей прибыли, но и неполучением предполагаемой выручки.

Лизинг – это аренда машин или оборудования с правом последующего выкупа.

Личный риск – один из случаев прямого ущерба для индивидуума.

Материальные потери – это не предусмотренные проектом затраты или прямые потери материальных объектов в натуральном выражении (здания, сооружения, передаточные устройства, продукция, полуфабрикаты, материалы, сырьё, комплектующие изделия).

Научно-техническая политика государства – система целенаправленных мер, обеспечивающих комплексное развитие науки и техники, внедрение их результатов в народное хозяйство.

Научно-техническая политика государства – система целенаправленных мер, обеспечивающих комплексное развитие науки и техники, внедрение их результатов в народное хозяйство.

Новаторская функция предпринимательства – содействие процессу создания новых идей (технических, организационных, управленческих и др.), осуществление опытно-конструкторских разработок, создание новых товаров и новых услуг и такое прочее

Не страхуемые риски – группа предпринимательских рисков, которые не берутся страховать страховые компании, но при этом именно они являются потенциальными источниками дополнительной прибыли, связанной с риском, для предприятия.

Объекты арендных отношений – это земля и любое имущество (вещь), которое в процессе использования не теряет своих натуральных свойств (так называемые не потребляемые вещи): земля, природные объекты, предприятия, другие имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и такое прочее.

Обычный риск рассчитан только на проигрыш и может быть классифицирован по типу потери: личный риск, имущественный риск и риск, связанный с ответственностью

Подрядное производство – форма отношений одного предпринимателя с другим, при которой оговаривается обязанность одного из них осуществлять целевое производство товара, составляющего предмет договора, и его доставку заказчику.

Прямые (бюджетные) методы – это безвозвратное целевое финансирование из специализированных бюджетных и внебюджетных фондов разного уровня, государственные расходы на хозяйственные цели.

Правовые методы государственного регулирования экономики – система устанавливаемых норм и правил. Она состоит в разработке законов, обеспечивающих нормы функционирования рыночных структур (банков, бирж, акционерных обществ), предпринимательства и коммерции, защиту прав потребителей и интересов общества, равноправие рыночных субъектов.

Предпринимательство – это особенный вид экономической активности (под которой мы понимаем целесообразную деятельность, направленную на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица.

Предприниматель – это человек с непостоянными доходами: фермер, ремесленник, сапожник, портной.

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

Процентный риск – опасность потерь коммерческими банками, кредитными организациями, инвестиционными фондами в результате повышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлечённым средствам, над ставками по предоставляемым кредитам.

Сделка по передаче информации типа ноу-хау – отношения партнёров по передаче незапатентованных «секретов» за вознаграждение.

Сделка по установлению прямых производственных связей – отношения партнёров, основанные на непосредственном сотрудничестве между предприятиями.

Сделка спот – купля-продажа наличного товара с немедленной оплатой и доставкой.

Сделка по экспорту товара – договор о поставке товара партнёру другой страны.

Сделка по реэкспорту товара – когда один из партнёров приобретает товар за рубежом с целью его поставки партнёру третьей страны (без переработки в своей стране).

Сделка по импорту товара – операции, связанные с ввозом товара из-за рубежа.

Спекулятивный – как вариант получения прибыли или убытка, например, от приобретения / продажи ценных бумаг.

Страхуемый риск – это вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления которых проводится страхование

Толлинг – договор об обработке давальческого сырья за вознаграждение.

Трудовые потери – потери рабочего времени, вызванные случайными или непредвиденными обстоятельствами (например, применение опытно-статистических норм времени вместо технически обоснованных (единица измерения – человеко-час или человеко-день рабочего времени)).

Уголовная ответственность – это в соответствии с положениями Уголовного кодекса ЛНР вид юридической ответственности предпринимателей, возникающий при совершении противоправных действий в процессе предпринимательской деятельности.

Уставный фонд – совокупность материальных (вещевых) и денежных средств и других нематериальных ценностей, которые являются постоянным взносом его основателей-участников в созданное ими хозяйственное общество, с целью обеспечения деятельности предприятия и получения на этой основе прибыли.

Управление по контракту – осуществляется, когда один из предпринимателей передаёт другому ноу-хау в сфере управления, а второй предприниматель обеспечивает необходимый капитал.

Управление рисками – это специфическая сфера менеджмента, требующая знаний финансовой деятельности предприятия, страхового дела, анализа хозяйственной деятельности и такое прочее

Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, производящий продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Предприятие – это юридическое лицо (организация, предприятие, концерн), отвечающее определённым признакам, установленным законодательством страны.

Предпринимательская этика – это совокупность норм поведения предпринимателя, требования, предъявляемые культурным обществом к его стилю работы, характеру общения между участниками бизнеса, их социальному облику.

Факторинг – разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента через покупку фактор-компанией счетов клиента.

Франчайзинг (франшиза) – крупная компания заключает договор с мелким самостоятельным предприятием о предоставлении ему исключительного права на выпуск определённых товаров и их сбыт, а также

оказание услуг под торговой маркой данной компании на определённом рынке.

Финансово-промышленная группа (ФПГ) – объединение самостоятельных предприятий различных отраслей народного хозяйства, при этом во главе стоит один или несколько банков, который распоряжается денежным капиталом и координирует все сферы деятельности.

Фискальная (бюджетная) политика государства – регулирование государственным бюджетом и налогообложением с целью стабилизации и оживления экономики.

Форма предпринимательства – это система норм, определяющая внутренние отношения между партнёрами по предприятию и отношения этого предприятия с другими предприятиями и государственными органами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современные рыночные отношения невозможны без развития предпринимательства, поскольку главной фигурой в рыночных условиях является предприниматель. Рыночная система требует формирования нового общественного слоя предпринимателей, инициативная деятельность которого основана на экономической самостоятельности людей, их личной заинтересованности и ответственности. Малое предпринимательство в экономически развитых государствах во многом влияет на темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта, формируя его в объёме 40–50%, а в некоторых отраслях – до 70–80%. Помимо экономических вопросов, малый бизнес улучшает социальное состояние в регионах и в государстве в целом, реализовывая личные амбиции и творческий потенциал предпринимателей. В экономически развитых государствах малые предприятия обеспечивают занятость до 50% общего числа занятых. Именно в сфере малого производства происходит большая часть всех инноваций, которые создают дополнительные рабочие места и формируют «средний класс». В этих государствах проводится активная и последовательная политика по поддержке и развитию предпринимательства. Предпринимательство сопряжено всегда с большими рисками. По мнению большинства людей, никто не может дать гарантии успешности бизнеса, а рассчитывать приходится лишь на собственные силы и средства. Вероятность потерять деньги, стабильную зарплату пугает и отталкивает от занятия собственным бизнесом. Однако не следует откладывать начатие собственного дела, следует тщательно проанализировать риски и грамотно составить бизнес-план. Неоспоримо, что каждый человек обладает различными способностями и желаниями, которые вполне успешно можно реализовать в малом предпринимательстве. И всё-таки

незначительная численность населения пытается воспользоваться данной перспективой. Большой численности людей удобней и комфортней не иметь предпринимательские риски и не сталкиваться с рядом трудностей, которые являются неотъемлемой частью предпринимательской деятельности, а приходиться и уходить в определённое время на работу и выполнять поставленные перед ними конкретные задачи. Тем не менее, малый бизнес даёт и ряд очевидных и весомых преимуществ для человека: достойный заработок, реализация собственного потенциала и идей, престиж.

Таким образом, можно выявить явную необходимость в специальных программах по стимулированию и обучению населения в сфере малого бизнеса и финансовой грамотности, так как малый бизнес окружает нас повсеместно, создавая часть инфраструктуры для комфортной жизнедеятельности всего общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абакумова О. А. Основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.А. Абакумова, А.В. Любаненко, А.А. Чукреев; Тюменский гос. ун-т, Ин-т гос-ва и права. – Тюмень : ТюмГУ, 2016. – 356 с. – Режим доступа: <https://icdlib.nspu.ru/views/icdlib/4996/read.php> (Дата обращения: 24.11.2019).
2. Ананьева Н.В. Основы предпринимательства : учеб. пособие / Н.В. Ананьева. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2016. – 128 с.
3. Арустамов Э.А. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : учебник / Э.А. Арустамов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и Ко, 2015. – 232 с. – Режим доступа: http://www.medcollegelib.ru/book_/ISBN9785394010316.html, свободный (Дата обращения: 24.10.2019).
4. Богачев В.И. Развитие предпринимательства в условиях хозяйственного комплекса Луганской Народной Республики : монография / В.И. Богачев, В.Г. Пеннер, И.А. Денисенко; под ред. В.И. Богачева. – Луганск : [Б. и.], 2018. – 173 с.
5. Брагин Л.А. Конкурентоспособность организаций малого бизнеса в сфере торговли / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина, А.Ф. Никишин // Российское предпринимательство, 2018. – Том 19. – № 11. – С. 3493–3502.
6. Гражданский кодекс Луганской Народной Республики № 265-П от 8 октября 2018 года.
7. Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия) : учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – 8-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2015. – 408 с.
8. Грибов В.Д. Экономика организации (предприятия) : учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – 10-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2016. – 416 с.

9. Закон ЛНР «О развитии сельского хозяйства» № 106–II от 08.07.2016.
10. Закон ЛНР «О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей» № 27–I от 1 октября 2014 г.
11. Закон ЛНР «О коммерческой тайне» № 268–II от 08.10.2018.
12. Закон ЛНР «О культуре» № 49–II от 11.09.2015.
13. Закон ЛНР «О системе налогообложения Луганской Народной Республики» № 4–II от 30.12.2014.
14. Закон ЛНР «Об общественных объединениях» № 15–I (с изменениями) от 30.06.2014.
15. Закон о Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2019 год № 36–III от 05.03.2019.
16. Законопроект ЛНР «Об акционерных обществах» № 96–ПЗ/15 от 21.08.2015.
17. Закон ЛНР «О Программе социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2018 год» № 224–II от 03.04.2018.
18. Кондраков Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. – М.: Инфра-М, 2017. – 192 с.
19. Конищева Д.В. Критерии определения размеров малого и среднего бизнеса в России и за рубежом / Д.В. Конищева // Молодой учёный, 2018. – № 9. – С. 83–86. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/195/48619/> (дата обращения: 06.11.2019).
20. Конституция Луганской Народной Республики № 1–I от 18.05.2014 (с изменениями).
21. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / Н.Ю. Круглова. – М. : КноРус, 2018. – 77 с.

22. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 608 с. – (Высшее образование).
23. Маховикова Г.А. Анализ и оценка рисков в бизнесе : учебник для академического бакалавриата / Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 464 с.
24. Резник С.Д. Основы предпринимательской деятельности: учебник / С.Д. Резник, И.В. Глухова, А.Е. Черницов; под общ. ред. С.Д. Резника. – Пенза: ПГУАС, 2014. – 304 с.
25. Рубин Ю.Б. Основы предпринимательства / Ю.Б. Рубин. – М. : МФПУ Синергия, 2016. – 464 с.
26. Тимофеев Д.В. Тенденции и проблемы производства инновационных товаров, работ и услуг в промышленности России / Д.В. Тимофеев // Креативная экономика, 2017. – Том 11. – № 9. – С. 1003–1018.
27. Хизрич Роберт Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. Предприниматель и предпринимательство / Р. Хизрич, М. : Питерс ; пер. с англ. И. Андреевой, Е. Николаенко ; общ. ред. В. Загашвили. – М. : Прогресс-Универс, 1991. – 160 с.
28. Цёхла С.Ю. Механизм формирования и развития потенциала малого предпринимательства в сфере создания новых рабочих мест на региональном рынке труда С.Ю. Цёхла, Е.А. Полищук // Российское предпринимательство, 2017. – Том 18. – № 17. – С. 2587–2598.
29. Энциклопедический словарь предпринимателя / сост. С.М. Синельников, Т.Г. Соломоник, Р.В. Янборисова; науч. ред. М.Б. Биржаков. – СПб : Алга-фонд : АЯКС, 1992. – 382 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

ДЛЯ ЗАМЕТОК

Учебное издание

**ДЕНИСЕНКО Игорь Анатольевич
КУДЕЛЯ Лариса Владимировна
СУЛЕЙМАНОВА Виктория Ильдаровна**

**ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Учебное пособие

Редактор – Денисенко И.А.
Корректор – Денисенко И.А.
Вёрстка – Ретивцев И.В.

Подписано в печать 13.05.2020. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman.
Печать ризографическая. Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 15,35.
Тираж 500 экз. Заказ № 60.

Издатель

ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко
«Книта»
ул. Оборонная, 2, г. Луганск, ЛНР, 91011. Т/ф: (0642)58-03-20
e-mail: knitaizd@mail.ru