

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Создание собственного дела
сборник учебно-методических материалов

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
экономического факультета
Амурского государственного
университета*

Составитель: Рычкова Е.С.

Создание собственного дела: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 59 с.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра экономической безопасности и экспертизы, 2017

© Рычкова Е.С., составление

Содержание

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Краткое изложение лекционного материала | 4 |
| 2 | Методические рекомендации к практическим занятиям | 43 |
| 3 | Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы | 56 |

1. Краткое изложение лекционного материала

Лекция – одна из базовых форм обучения обучающихся. Углубляясь в значение термина, можно сказать, что лекцией следует называть такой способ изложения информации, который имеет стройную логическую структуру, выстроен с позиций системности, а также глубоко и ясно раскрывает предмет.

В зависимости от задач, назначения и стиля проведения различают несколько основных видов лекций: вводная, информационная, обзорная, проблемная, визуализационная, бинарная, конференция, консультация. Лекция, особенно проблемного характера, дополняет учебники и учебные пособия. Она оказывает существенное эмоциональное влияние на обучающихся, будит мысль, формирует интерес и желание глубоко разобраться в освещаемых лектором проблемах.

Тема 1. Сущность и содержание процесса создания собственного дела

Цель: Ознакомление с сущностью и содержанием процесса создания собственного дела

План:

1. Предмет и задачи курса «Создание собственного дела» задачи и особенности изучения курса. Программа изучения курса. Информационное обеспечение курса.

2. Сущность и содержание процесса создания собственного дела. Жизненный цикл предприятия. Создание собственного дела как начальный этап жизненного цикла предприятия. Создание собственного дела как процесс. Предпосылки создания собственного дела. Субъекты процесса создания собственного дела. Понятие и признаки предпринимательской деятельности. Предпринимательская среда как объект создания собственного дела. Предприятие как результат процесса создания собственного дела. Основные принципы создания собственного дела.

Создание собственного дела в России осуществляется в соответствии с действующим гражданским законодательством, федеральными законами об отдельных организационно-правовых формах участников предпринимательской деятельности и нормативными актами, регулирующими весь процесс создания и функционирования предпринимательских организаций. Создание собственного дела в той или иной организационно-правовой форме предполагает следующие предпосылки: 1) наличие имущества для формирования первоначального капитала; 2) наличие определенного объема финансовых средств, необходимых для формирования минимального размера уставного (складочного) капитала; 3) наличие нежилых помещений, необходимых для размещения офиса будущей организации и осуществления намеченных видов деятельности, или наличие возможностей для аренды нежилых помещений; 4) предварительное изучение предполагаемого рынка, на котором предприниматель будет предлагать для реализации результат предпринимательской деятельности; 5) формирование команды квалифицированных учредителей (партнеров) собственного дела, хорошо знающих технологию осуществления определенных видов деятельности, ведение бухгалтерского и налогового учета и др.

Важно самому предпринимателю объективно ответить на следующий вопрос: обладаю ли я всем необходимым, чтобы вести собственное дело? Поскольку предприниматель на своей фирме будет самым главным работником, ему необходимо дать своим положительным и отрицательным чертам объективную оценку. Вот несколько вопросов, которые он должен задать себе: могу ли я начать свое дело? насколько умею я ладить с людьми? насколько я тверд в принятии решений? обладаю ли я достаточным запасом физических сил и эмоциональным потенциалом для успешного ведения дела? насколько хорошо я планирую и организую свои дела?

Нужно ответить и на вопрос: какой вид бизнеса следует выбрать? Обычно наилучшим видом бизнеса является тот, в котором будущий предприниматель наиболее

заинтересован, а также тот, для ведения которого уже имеются определенные навыки. Можно проконсультироваться со службами поддержки предпринимательства о потенциальных возможностях различных видов бизнеса в своем районе. Соответствие его квалификации возможностям местного рынка увеличит шансы на успех

Будущий предприниматель должен быть компетентным в той области деятельности, в которой он намеревается создать собственное дело.

Предприниматель должен уметь рассчитывать предполагаемые последствия от риска, сохранять предпринимательскую тайну, владеть всей информацией о деятельности собственного предприятия, потребителях продукции, клиентах, поставщиках, конкурентах в особенности. В России до сих пор не сформирована позитивная предпринимательская среда, процветают бюрократия и коррупция, действует агрессивная внешняя среда, поэтому будущему предпринимателю нужно уметь предвидеть решения федеральных и местных властей, которые часто ущемляют права предпринимателей, научиться защищать не только свое имущество и активы от посягательства агрессивных сил, но и свою жизнь.

Принципы. Задумав создать собственное дело, будущий предприниматель должен ответить на ряд вопросов:

- для кого будет работать его фирма, кто его будущие потребители (покупатели), есть ли для него место под «солнцем рынка». Поэтому процесс принятия предпринимательского решения должен начинаться с оформления идеи – для кого производить продукцию, товары, выполнять работу, кому оказывать услуги (в зависимости от вида и типа рынка);

- что производить, какие конкретно товары, какие конкретно выполнять услуги, а затем уже определить, есть ли у него условия и факторы для своей деятельности. При этом следует помнить, что предприниматели имеют право заниматься только законной и (или) лицензируемой деятельностью;

- как производить продукцию (товары), выполнять работы, оказывать услуги, на какой технической и технологической основе, с какими качественными характеристиками, с какими издержками, с каким уровнем конкурентоспособности. Поэтому очень важно знать, какое сложилось соотношение на рынке между спросом и предложением товара, который собирается предложить предприниматель (в любой сфере деятельности – производственной, торгово-посреднической, финансово-кредитной) на рынке, причем не вообще на рынке, а на определенном территориальном рынке. Если спрос большой и устойчивый, то есть смысл создавать собственное дело и производить данные товары.

Будущий предприниматель, планируя создать собственное дело, должен руководствоваться важнейшими рыночными принципами, среди которых можно выделить следующие.

Во-первых, нужно найти потребность и удовлетворить ее, поскольку предпринимательская деятельность направлена на удовлетворение чужих потребностей.

Во-вторых, производить товары следует с более низкими издержками (себестоимостью), иначе рынок может не признать эти товары, а предприниматель не сумеет их реализовать (продать) и получить планируемую прибыль.

В-третьих, предприниматель, устанавливая цену на производимые товары, должен учитывать поведение конкурентов, покупательский спрос потребителей, уровень насыщения рынка. Проблема ценообразования играет существенную роль в механизме создания и функционирования собственного дела, общий алгоритм которого можно выразить следующей краткой схемой: предпринимательская идея -> цели предпринимателя -> разработка предпринимательского проекта -> реализация его в виде создания собственного дела -> функционирование организации (первая стадия жизненного цикла).

Тема 2. Основные этапы процесса создания собственного дела

Цель: Ознакомление с основными этапами процесса создания собственного дела

План:

1. Функции, реализуемые предпринимателем в процессе создания собственного дела. Предприниматель как владелец предприятия и менеджер. Основные функции предпринимателя. Управленческий цикл. Особенности реализации функций предпринимателя при создании собственного дела.

2. Основные этапы процесса создания собственного дела. Процесс. Этап. Основные этапы процесса создания собственного дела, их связь с функциями предпринимателя. Сущность и содержание подготовительного этапа, этапа планирования создания собственного дела и этапа юридического оформления вновь создаваемой фирмы. Взаимосвязь основных этапов создания собственного дела.

Практически любой предприниматель, задумав создать собственное дело, осуществляет следующие этапы выполнения этого непростого решения:

- возникновение и обоснование идеи о занятии определенным видом предпринимательской деятельности;
- постановка ближайших и перспективных целей осуществления своей предпринимательской идеи;
- формирование конкретного решения об открытии своего дела в определенной организационно-правовой форме;
- подбор квалифицированных и надежных соучредителей нового дела;
- определение финансовых источников, необходимых для ведения предпринимательской деятельности на первом этапе функционирования фирмы;
- разработка необходимых (в зависимости от организационно-правовой формы) учредительных документов;
- проведение комплекса организационных мероприятий по созданию собственного дела: проведение первого собрания учредителей, принятие на нем решения об учреждении фирмы, утверждение учредительных документов, избрание исполнительных органов управления, выбор фирменного наименования, подбор квалифицированных сотрудников, изготовление печати, штампов, выбор товарного знака и др.;
- разработка обоснованного бизнес-плана;
- государственная регистрация фирмы в установленном порядке;
- постановка на учет в налоговом органе по месту нахождения фирмы (месту жительства индивидуального предпринимателя);
- постановка на учет в территориальных органах Пенсионного фонда РФ, фонда социального страхования, в территориальном фонде обязательного медицинского страхования;
- получение соответствующих кодов экономической деятельности в территориальном статистическом органе;
- открытие в установленном порядке в любом банке расчетных (текущих) и других счетов; заключение договоров (контрактов) на поставку сырья, материалов, комплектующих изделий и других факторов производства, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности; получение в соответствии с законодательством разрешения (лицензии) на осуществление отдельных видов деятельности;
- проведение глубоких маркетинговых исследований рынка, выбор способов продвижения товаров на рынок, определение путей сбыта продукции потребителям; определение методов формирования цен на продукцию или услуги;
- заключение договоров поставки, купли-продажи товаров (услуг) с потребителями; проведение необходимой рекламной кампании товаров (услуг);
- издание приказа об учетной политике организации; организация учета доходов и расходов в соответствии с нормативными документами Минфина РФ и др.

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

Предпринимательская деятельность как процесс как раз и начинается с идеи, которая при определенных условиях реализуется в конкретный предпринимательский проект, который должен базироваться на принципе: найти потребность и удовлетворить ее.

Без поставленной ближайшей (тактической) и отдаленной (стратегической) цели нечего и думать (хотя думать, конечно, можно) пускаться в плавание по морю, называемому предпринимательством, где вас ожидают рифы и штормы (риски), а может накрыть и «девятый вал» (банкротство).

Невозможно заниматься предпринимательством, не зная реально достижимой цели, которая была бы понятна и подчиненным, и потребителям результатов вашей деятельности (товаров, услуг). Цель должна быть четко сформулирована самим предпринимателем, руководителем фирмы, чтобы ее довести до всех сотрудников, которые воплощают цель в конкретные результаты труда.

Приступая к созданию собственного дела, целесообразно помнить следующее:

1. К цели ведут только ясные цели.

Следовательно, формулировка цели должна содержать: а) количественные показатели, которые фирма должна 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 фирма и сотрудники; г) привлечение известных ответственных исполнителей; д) определение затрат на достижение этой цели и условий осуществления цели.

2. Чем ближе цель, тем больше она мобилизует. Вопрос в управлении предпринимательской фирмой: диалектическое сочетание тактики и стратегии.

3. Цель (или цели) фирмы должна быть сконцентрирована на самом важном – ваши товары должны удовлетворить потребность (потребности), неудовлетворенную другими товарами. Если данная потребность уже удовлетворена, то необходимо возбудить спрос на вашу продукцию другими средствами (мерами), т.е. сформировать новый спрос, новый рынок.

4. Цели нужно соизмерять с возможностями фирмы, с ее техническим, интеллектуальным, кадровым, финансовым уровнем и сырьевыми возможностями.

5. Цель (цели) необходимо конкретизировать в мероприятиях, при этом должно быть понимание целей и мероприятий другими сотрудниками, т.е. они должны быть убеждены в целесообразности достижения этой цели.

Организация собственного дела при наличии соответствующих материальных, финансовых и других возможностей может быть осуществлена посредством следующих форм: приобретение (покупка) предприятия (бизнеса), аренда предприятия в целом как имущественного комплекса, используемого для осуществления предпринимательской деятельности, применение метода франчайзинга и учреждение собственного дела в определенной организационно-правовой форме.

Тема 3. Предпринимательская идея и цели создания собственного дела

Цель: Ознакомление с основами предпринимательских идей и целями создания собственного дела

План:

1 Понятие предпринимательской идеи. Роль подготовительного этапа в процессе создания собственного дела. Материальные, социальные и психологические проблемы, толкающие людей на создание собственного дела. Мотивы начала осуществления предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея.

2. Цели создания собственного дела. Цель. Значение целеполагания в процессе создания собственного дела. Основные правила целеполагания. Система целей создания собственного дела. Личные цели предпринимателя. Социально-экономические функции предпринимательства. Необходимость и инструменты поддержания баланса личных и общественных целей предпринимательства.

Предпринимательская идея – это потенциальная возможность и необходимость собственной реализации индивидуума для решения собственных целей путём удовлетворения потребностей других.

Предпринимательская деятельность как процесс как раз и начинается с идеи, которая при определённых условиях реализуется в конкретный проект, суть которого должна базироваться на принципе: найти потребность и удовлетворить её.

Невозможно заниматься предпринимательством, не зная реально достижимой цели, которая была бы понятна и подчинённым, и потребителям результатов вашей деятельности (товаров, услуг). Цель должна быть чётко сформулирована самим предпринимателем, руководителем фирмы, чтобы её довести до всех сотрудников, которые воплощают вашу цель в конкретные результаты труда.

Искусство постановки цели – это искусство управления фирмой, это возможность контроля за ходом и результатом достижения цели, это возможность правильной мотивации сотрудников и т.д. Поэтому важнейшая цель предпринимателя – это определение набора целей.

Следовательно, чтобы стать предпринимателем, начать создавать собственное дело, нужно знать, чего хочет потребитель, сформулировать цель и стремиться её достичь с меньшими расходами. Постоянно изучать чего хотят люди, и искать возможность дать им то, что они хотят!

Организация собственного дела при наличии соответствующих материальных, финансовых и других возможностей может быть осуществлена посредством следующих форм: приобретение (покупка) предприятия (бизнеса), аренда предприятия в целом как имущественного комплекта, используемого для осуществления предпринимательской деятельности или учреждение собственного дела в определённой организационно-правовой форме.

Тема 4. Информационное обеспечение создания собственного дела

Цель: Ознакомление с информационным обеспечением создания собственного дела

План:

1. Информация как фактор предпринимательства. Факторы предпринимательства. Предпосылки превращения информации в важнейший фактор предпринимательства. Информация. Формы и виды информации. Требования к информации, используемой в предпринимательской деятельности. Основные этапы информационного обеспечения предпринимательской деятельности. Новые информационные технологии как основа современного предпринимательства.

2. Основные направления исследования предпринимательской среды при создании собственного дела. Предпринимательская среда. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Подсистемы внешней предпринимательской среды. Структура рынка. Основные направления исследования предпринимательской среды. Методы исследования предпринимательской среды. Источники получения информации. Инфраструктура информационного обеспечения процесса создания собственного дела в современных российских условиях.

Информация это основа для принятия любых управленческих решений в предпринимательской деятельности. Она необходима начиная от решения, о создании

предприятия, завершая распределением полученной прибыли. От оперативности и точности информации зависит эффективность принятых предпринимателем управленческих решений.

Следует напомнить, что согласно теории периодизации общества в экономической науке выделяют 7 периодов. Индустриальной эпохой считаются XVIII-XX вв., постиндустриальная – с 80-х годов 20 века. В эту эпоху отмечаются снижение роли материального производства и развитие сектора услуг и информации. Следовательно для предпринимателя очень важными являются вопросы связанные с получением информации и ее использованием.

Сбор, обработка, накопление, хранение, поиск, распространение и предоставление потребителю информации, а также создание и использование информационных технологий и средств их обеспечения, регулируются Федеральным Законом от 20 февраля 1995 года № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».

Данным законом определены основные понятия, используемые в информационном обеспечении предпринимательской деятельности:

1 - информация - сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления;

2 - информатизация - организационный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав по использованию информационных ресурсов;

3 - информационные процессы - процессы сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации;

4 - информационная система - организационно упорядоченная совокупность документов (массивов документов) и информационных технологий;

5 - информационные ресурсы - документы и массивы документов в информационных системах, т.е. в библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах;

6 - конфиденциальная информация - документированная информация, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Предпринимательская деятельность тесно связана с такими понятиями как, получение информации, накопление, хранение, обработка и использование информации. При определении ценности предпринимательской информации необходимо руководствоваться такими критериями, как полезность, своевременность и достоверность информации. Полезность и своевременность информации заключается в том, что она создает выгодные условия для принятия правильного и своевременного решения, в последующем получения экономической и другой эффективности. При этом информация обязательно должна быть достоверной, ибо недостоверная информация сводит к нулю и полезность и достоверность. Как правило, сведения представляющие интерес для предпринимателя им перепроверяются. Ценность информации также зависит от ее сохранности, т.е. от возможности утечки информации. Утечка информации приводит ее к обесцениванию.

Согласно постановления Правительства Российской Федерации не являются коммерческой тайной:

- Организационные сведения (устав, лицензии и т.д.);
- Финансовые сведения (документы об исчислении и уплате налогов, других платежей);
- Сведения о штате предприятия и условиях деятельности;
- Сведения о собственности (размер имущества).

Имеют право на ознакомление с перечисленными сведениями:

- Правоохранительные органы по возбужденному уголовному делу;
- Налоговые службы;

- Аудиторские фирмы;
 - Предпринимательские предприятия и частные лица, вступающие с ними в сделку.
- Источники информации, система их сбора и анализа.

В предпринимательской деятельности используется два основных вида информации — внутренняя и внешняя.

Внутренняя информация подразделяется на:

- бухгалтерскую;
- статистическую;
- производственную.

Бухгалтерская информация представлена в различных формах бухгалтерской отчетности:

- годовой;
- промежуточной (квартальной);
- налоговой.

На основании обобщения и обработки бухгалтерской информации принимаются основные управленческие решения о повышении эффективности производства, о распределении и перераспределении финансовых, трудовых и материальных ресурсов, о распределении прибыли и т.п. Из всех информации она является наиболее точной, так как в ней отражается движение имущества и обязательств организации, как в стоимостном, так и в натуральном выражении. Недостатком бухгалтерской информации является ее низкая оперативность. Так, наиболее полная информация представляется в годовом отчете, затем в квартальных отчетах, а минимальным периодом пригодным для использования в управленческой деятельности, является календарный месяц. В предпринимательской деятельности значительная часть управленческих решений требует представления информации и обобщения за более короткие периоды (декада, неделя, рабочая смена).

Статистическая отчетность представляет интерес для предпринимателя тем, что в ее основе заложены те же принципы, что при формировании бухгалтерской отчетности. В статистической отчетности, в отличие от бухгалтерской отчетности преимущество отдается натуральным, а не стоимостным показателям. Поэтому на основании данных такой отчетности можно детально отслеживать движение имущества организации, а также его состояние (физическая и моральная изношенность, номенклатура и т.п.).

Основным недостатком статистической информации также является ее невысокая оперативность - большая часть статистической отчетности представляется либо за год, либо за квартал.

Производственная информация представляется и обобщается по окончании каждой рабочей смены (обособленно или с нарастающим итогом с начала отчетного периода). Производственная информация обладает меньшей точностью. Эта неточность обусловлена тем, что сбором и обработкой оперативной информации занимаются работники, не являющиеся специалистами в информационной области – это мастера цехов, бригадиры производственных звеньев и т.п.

Внешняя информация используется организацией, как правило, при осуществлении маркетинговой деятельности.

Для эффективного управления маркетингом необходима своевременная и правильная оценка рынков сбыта и конкуренции.

В этой работе важными являются сбор данных характеризующих рынок и его сегменты; сведения о предприятиях-производителях, работающих на данном рынке; о количестве потребителей; об объемах, приходящихся на отдельных потребителей; о географической концентрации потребителей, о спросе на продукцию и изменениях на него. Кроме того, оцениваются емкость и размер рынка.

Емкость рынка это максимально возможный объем сбыта данной продукции. Емкость рынка определяется объемом (в физических единицах или стоимостном выражении) продаваемых на нем товаров в течение года.

Размер рынка - это территория, на котором происходит обмен продукции. Если сфера обмена охватывает территорию района, города, республики или области, то это местный товарный рынок. Если сфера обмена охватывает территорию страны, то это «рынок страны» и т.д. Для большей части сельскохозяйственной продукции значение имеет в основном местный рынок.

Существенное значение имеет оценка цен данной продукции (услуги). Следует учитывать, что цена товара оказывает значительное влияние на объем продаж и величину поступлений от продаж.

Небезынтересной представляется обработка информации о периодах максимального и минимального объемов продаж.

Существенное значение для организации маркетинговой деятельности имеет информация о законодательных ограничениях по продаже того или иного товара (налоговые, таможенные запреты; необходимость наличия лицензии и т.п.); установлению цены на продукцию (государственное регулирование ценообразования). В отношении сельскохозяйственной продукции государственное влияние имеет тенденцию к максимальной поддержке процесса производства и реализации, а не ограничения.

При осуществлении маркетинговых мероприятий распространение информации о товаре имеет не меньшее значение, чем сбор информации о рынках сбыта. Она включает в себя следующий набор элементов:

- реклама;
 - стимулирование сбыта;
 - прямой маркетинг;
 - паблик рилейшнз;
- решения, принимаемые службой маркетинга.

Тема 5. Решение предпринимателя как основа создания собственного дела

Цель: Ознакомление с методами принятия решений предпринимателя как основы создания собственного дела

План:

1. Понятие и виды предпринимательских решений. Предпринимательское решение. Классификация предпринимательских решений. Решение предпринимателя о создании собственного дела в системе предпринимательских решений. Требования к решению предпринимателя о создании собственного дела.

2. Основные процедуры выработки и принятия решения о создании собственного дела. Широкий и узкий подходы к процессу принятия решения о создании собственного дела. Основные процедуры выработки и принятия решения о создании собственного дела. Альтернатива. Критерий. Показатель. Прогноз. Прогнозирование при создании собственного дела.

Решение – один из необходимых моментов волевого действия и способов его выполнения. Под предпринимательскими решениями понимаются такие решения, которые принимаются и реализуются в процессе управления и направлены на достижение целей организации.

Предпринимательское решение является результатом предпринимательской деятельности. В более широком понимании предпринимательское решение рассматривают как основной вид управленческого труда, совокупность взаимосвязанных, целенаправленных и логически последовательных управленческих действий, обеспечивающих реализацию управленческих задач.

Предпринимательские решения можно классифицировать по многочисленным признакам. Однако определяющим моментом являются условия, в которых принимается решение.

Обычно решения принимаются в обстановке определенности или риска (неопределенности).

В зависимости от сферы разработки и реализации предпринимательских решений могут использоваться разные формы.

Формы разработки: указ, закон, приказ, распоряжение, указание, акт, протокол, инструкция, договор, соглашение, план, контракт, оферта, акцепт, положение, правила, модель.

Формы реализации: предписание, убеждение, разъяснение, принуждение, наставление, сообщение, деловая беседа, личный пример, обучение, совет, деловые игры (тренинга), совещания, заседания, отчет, деловое слово.

Обычно в принятии любого решения присутствуют в различной степени три момента: интуиция, суждение и рациональность. При принятии чисто интуитивного решения люди основываются на собственном ощущении того, что их выбор правилен. Правильность УР достигается благодаря возможности человека проникнуть в суть решаемой проблемы и понять ее. Часто такое проникновение приходит неожиданно, когда человек занимается другими делами, или даже во сне. Развитое ассоциативное мышление помогает человеку решать совершенно разноплановые проблемы. Здесь присутствует "шестое чувство", своего рода озарение.

Классификация предпринимательских решений выглядит следующим образом:

1. По функциональной направленности: планирующие; организующие; активизирующие; координирующие; контролирующие; информирующие.
2. По организации: индивидуальные; коллегиальные (групповые); корпоративные.
3. По причинам: ситуационные; по предписанию; программные; инициативные; сезонные.
4. По повторяемости выполнения: однотипные; разнотипные; инновационные (нет альтернатив).
5. По масштабам воздействия: общие; частные.
6. По времени действия: стратегические; тактические; оперативные.
7. По прогнозируемым результатам: с определенным результатом; с вероятностным исходом.
8. По характеру разработки и реализации: уравновешенные; импульсивные; инертные; рискованные; осторожные.
9. По методам переработки информации: алгоритмические; эвристические.
10. По числу критериев: однокритериальные; многокритериальные.
11. По направлению воздействия: внутренние и внешние.
12. По глубине воздействия: одноуровневые и многоуровневые.
13. По ограничениям на ресурсы: с ограничениями, без ограничений.
14. По способу фиксации: письменные и устные.

Координирующие предпринимательские решения необходимы для согласования изменяющихся условий внешней и внутренней среды для обеспечения возможной гармонизации в деятельности компании. Контролирующие решения направлены на обеспечение своевременного выполнения производственных планов и намеченных рубежей развития. Информационные решения направлены на упорядочение информационного поля для работников компании и предоставления им необходимой информации.

Организация разработки и реализации предпринимательских решений базируется на выборе приоритета в индивидуальном или коллегиальном подходе к этому процессу. Индивидуальный подход весьма характерен для организаций.

Групповой подход к разработке предпринимательских решений характеризуется большей обоснованностью, меньшим числом ошибок и неопределенностей, разработкой оригинальных подходов, причастностью разработчиков к его выполнению. При коллегиальном подходе к разработке предпринимательских решений существенно увеличивается по сравнению с индивидуальным время подготовки решения.

Причины, вызвавшие разработку предпринимательских решений, весьма разнообразны, но могут быть сведены к двум группам: неожиданные и плановые. К неожиданным относятся ситуационные и инициативные, а к плановым - по предписанию, программные и сезонные. Ситуационные предпринимательские решения вызываются событиями, нарушившими или могущими нарушить запланированный ход деятельности компании. Инициативные предпринимательские решения - это творческий вклад предпринимателя в деятельность компании.

Однотипные предпринимательские решения имеют общую предметную область (экономика, технология). Разнотипные предпринимательские решения имеют разные локальные для компании базы управляемых параметров. Инновационные предпринимательские решения обычно касаются процесса реструктуризации и реформирования компании для повышения ее конкурентоспособности - это комплексные решения и их трудоемкость еще выше, чем у разнотипных.

Стратегические предпринимательские решения разрабатываются на длительный срок (5-10 лет) с охватом ключевых элементов компании (персонал структура, производство и т.д.). Тактические предпринимательские решения являются инструментарием для стратегических решений и разрабатываются т .меньший период (1-3 года) с охватом части ключевых элементов компании. Оперативные предпринимательские решения разрабатываются при возможности или возникновении ситуаций, мешающих реализации тактических предпринимательские решения. Оперативные предпринимательские решения являются кратковременными.

Уравновешенные решения принимают менеджеры, внимательно и критически относящиеся к своим действиям, выдвигаемым гипотезам и их проверке. Импульсивные решения принимаются руководителями, которые легко генерируют самые разнообразные идеи в неограниченном количестве, но не в состоянии их как следует проверить, уточнить и оценить. Инертные решения - результат осторожного поиска. В них преобладают контрольные и уточняющие действия над генерированием идей, поэтому в таких решениях трудно обнаружить оригинальность, блеск, новаторство. Рискованные решения принимаются без тщательного обоснования действий предпринимателем, который уверен в своих силах. Осторожные решения характеризуются тщательностью оценки всех вариантов, сверхкритичным подходом к делу, большим количеством согласований.

Способ фиксации предпринимательских решений может быть письменный и устный. По регламенту многих фирм руководители должны в письменной форме предоставлять наиболее ответственные предпринимательские решения для экономической и правовой экспертизы и в дальнейшем для исполнения. Устные предпринимательские решения тоже имеют правовую силу, их можно обжаловать в суде, если имеются по крайней мере два человека, слышавшие это решение, озвученное руководителем.

Тема 6. Управление предпринимательским риском на этапе принятия решения о создании собственного дела

Цель: Ознакомление с методами управления предпринимательским риском на этапе принятия решения о создании собственного дела

План:

1. Понятие и виды предпринимательского риска. Неопределенность предпринимательской деятельности. Предпринимательский риск. Виды предпринимательского риска.

2. Управление предпринимательским риском на этапе принятия решения о создании собственного дела. Управление предпринимательским риском. Риск-менеджмент. Этапы управления предпринимательским риском при принятии решения на создание собственного дела. Методы нейтрализации предпринимательского риска.

Эффективное осуществление предпринимательской деятельности в современных условиях невозможно без специальных методов анализа и управления рисками. Функция управления рисками приобретает все большую роль и становится одним из важнейших условий обеспечения финансовой стабильности предпринимательских организаций.

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

выявлять потенциально возможные ситуации, связанные с неблагоприятным развитием событий для предпринимательской фирмы, т.е. 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.

Таким образом, управление рисками — это специфическая область менеджмента, требующая знаний в области финансов фирмы, страхового дела, анализа хозяйственной деятельности предпринимательской фирмы и т.д. Деятельность предпринимателя в этой области направлена на защиту своей фирмы от рисков, угрожающих ее 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 риск. Качественное управление риском повышает шансы предпринимательской фирмы добиться успеха в долгосрочной перспективе, значительно уменьшает опасность ухудшения финансового положения. Управление предпринимательскими рисками фирмы основывается на определенных принципах.

Следующим этапом процесса управления рисками является исследование источников рисков и факторов, влияющих на уровень рисков в деятельности организации. Их анализ применительно к конкретной предпринимательской организации 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. Для более полного анализа 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, расчетно-аналитические.

Экспертные методы оценки риска являются наиболее распространенными, так как они позволяют оценить риск и качественно, и количественно. Эти методы основаны на опросе определенных специалистов (экспертов) с последующей математической обработкой полученных данных. Целью такого исследования является получение дополнительной информации, на основе которой будут осуществляться необходимые расчеты или приниматься решения.

После всестороннего анализа рисков в деятельности организации предпринимателю необходимо определить основные методы нейтрализации рисков, которые столь же разнообразны, сколь разнообразны и сами риски, возникающие в деятельности организации. Применение стандартных путей, используемых в настоящее время большей частью предпринимательских организаций, несмотря на свою эффективность, в целом ряде случаев явно недостаточно. Кроме того, управляя рисками, лишь очень немногие предприниматели исходят из принципа комплексной защиты, который заключается в использовании ряда взаимосвязанных приемов, с тем чтобы обеспечить максимальную защиту интересов фирмы.

В момент принятия решения о поведении организации в отношении риска большую роль играет личность предпринимателя или человека, принимающего управленческие решения на данном уровне. Личностью предпринимателя, качеством и характером его решений обусловлено и то обстоятельство, что в сходных условиях уровень риска и зачастую связанный с ним уровень доходности идентичных предпринимательских организаций различаются. Это, в свою очередь, связано с различным отношением к риску и, соответственно, с различным пониманием приемлемого уровня риска.

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

Тема 7. Основные варианты начала осуществления предпринимательской деятельности

Цель: Ознакомление с основными вариантами начала осуществления предпринимательской деятельности

План:

1. Характеристика сфер предпринимательской деятельности. Сферы предпринимательской деятельности. Производственное предпринимательство. Отрасль. Основные отрасли производства. Торгово-коммерческое предпринимательство. Финансово-кредитное предпринимательство. Виды финансово-кредитного предпринимательства. Посредническое предпринимательство. Особенности создания предприятия в различных сферах предпринимательской деятельности в современных российских условиях.

2. Основные способы начала осуществления предпринимательской деятельности. Наследование и дарение бизнеса. Создание собственного дела «с нуля». Приобретение предприятия и выкуп доли соучредителя бизнеса как способы начала осуществления предпринимательской деятельности. Аренда предприятия. Франчайзинг. Виды франчайзинга. 3. Преимущества и критерии субъекта малого предпринимательства. Крупное, среднее и малое предпринимательство. Преимущества малого бизнеса. Основные направления государственной поддержки малого предпринимательства. Критерии субъекта малого предпринимательства в Российской Федерации.

Организация создания собственного дела в России осуществляется в соответствии с действующим гражданским законодательством, федеральными законами об отдельных организационно-правовых формах участников предпринимательской деятельности и нормативными актами, регулирующими весь процесс создания торгового предприятия.

Действующее законодательство определило следующие способы организации создания предприятия: по решению собственника имущества или трудового коллектива, на основе принудительного деления предприятий или выделения из состава действующих предприятий отдельных подразделений.

В настоящее время существуют следующие наиболее распространенные способы создания предприятия:

- 1) создать свое предприятие "с нуля", на основе собственной или копировании чужой идеи;
- 2) купить франшизу, т.е. приобрести у головной фирмы лицензию на ведение определенного вида деятельности под торговой маркой владельца;
- 3) купить действующее предприятие.

Первый способ – организация создания предприятия "с нуля" является наиболее рискованным, так как при организации нового дела риск всегда выше по сравнению с другими способами ведения бизнеса. Вместе с тем, начиная предпринимательскую деятельность "с нуля", можно обойтись относительно небольшой суммой первоначального капитала, что является несомненным преимуществом данного способа. В связи с этим примерно две трети начинающих предпринимателей предпочитают открывать свое предприятие, а не покупать действующее.

Второй способ – приобретение франшизы. Приобретение франшизы предполагает процедуру продажи франчайзингового пакета франчайзера одному или нескольким франчайзи.

Это вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определенный вид бизнеса, используя разработанную систему его ведения.

Система франчайзинга прочно зарекомендовала себя как один из самых надежных механизмов, позволяющих быстро получить прибыль от своего дела. Одна из причин успеха франчайзинга заключается в особом эффекте сотрудничества между франчайзи и франчайзером.

Преимущества для франчайзера.

1. Франчайзер (правообладатель) получает уникальную возможность расширять сеть своих предприятий и продвигать собственный бренд без прямых затрат на создание предприятия. Размер экономии денежных средств не трудно вычислить, он равен размеру первоначальных инвестиций франчайзи на создание предприятия заданного бизнес-формата, который разнится в зависимости от отрасли функционирования. К примеру, инвестиционные затраты на ремонт и на покупку оборудования для открытия фирменного салона обуви "Эконика" равны от 30 000 долл., а при открытии розничного предприятия по продаже одежды и аксессуаров SELA величина необходимых инвестиций варьируется от 30 000 до 100 000 долл.

2. Привлечение франчайзи и передача им своих технологий позволяет франчайзерам осуществлять региональную экспансию. Естественно, что предприятие, обладающее опытом функционирования на региональном рынке, уже имеет информацию о ситуации в данном регионе, что существенно сокращает расходы на маркетинговые исследования о ситуации на рынке, а за франчайзером остаются только контрольные функции.

3. Франчайзинг позволяет получить франчайзеру дополнительные средства для развития бизнеса, которые складываются, как правило, из двух составляющих: 1) первоначальный взнос (паушальный платеж); 2) регулярные ежемесячные или ежеквартальные выплаты (роялти).

4. Франчайзи, будучи собственником предприятия, более заинтересован в его развитии, чем наемный работник, таким образом, не требуется дополнительных средств для мотивации франчайзи.

Преимущества для франчайзи.

1. Франчайзинг предоставляет франчайзи возможность получить значительные выгоды от передачи ему франчайзером доказавшей эффективность на практике бизнес-технологии, что позволяет предприятию значительно сэкономить средства на "раскрутку" предприятия.

Франчайзинговая система предоставляет информацию, которая помогает франчайзи выбрать подходящее местоположение для предприятия, использовать выработанную и успешно функционирующую маркетинговую и логистическую стратегию ведения бизнеса, таким образом, франчайзи не нужно беспокоиться о проблемах, возникающих на начальной стадии, потому что он имеет опыт своего франчайзера.

2. Франчайзи получает право пользоваться известной торговой маркой. Клиенты не видят существенной разницы между покупками в корпоративном и франшизированном фирменном магазине сети.

3. Методическая и информационная поддержка франчайзи франчайзером. Являясь, как правило, крупной фирмой, франчайзер имеет большие возможности по подготовке качественного методического и информационного обеспечения, разнообразных учебных и справочных материалов. Эти материалы используются франчайзи для повышения качества обслуживания клиентов. При вступлении во франшизную систему франчайзеры, как правило, предоставляют франчайзи специальное обучение.

4. Франчайзи, владея собственным предприятием, обладает уникальной возможностью работать в сети, что значительно повышает его конкурентоспособность. Так, франчайзи получают возможность закупать товары по более низким оптовым ценам, а при наличии единого распределительного центра сокращать издержки предприятия на логистику. Например, при покупке франшизы винного супермаркета "Ароматный мир" франчайзи включается в единую логистическую систему, сеть универсамов "Копейка" владеет собственным распределительным центром, а для франчайзи мебельных салонов "Феликс" скидки, предоставляемые на покупку продукции, выше, чем у их дилеров.

5. Франчайзи получает возможность рекламировать свое предприятие с помощью более масштабной рекламы, чем обычные малые предприятия. Так, франчайзи фирменного салона обуви "Эконика-Стиль" получают мощную рекламную поддержку за счет общей рекламы розничной сети салонов "Эконика-Стиль" и рекламы эксклюзивных торговых марок обуви.

6. Франчайзи получают доступ к кредитным ресурсам. Как известно, в России коммерческие банки неохотно работают с малыми предприятиями. Предприятия франчайзи более привлекательны для банков, так как их кредитование характеризуется более низким уровнем риска, чем при работе с малыми предприятиями, не входящими во франшизную систему. Это связано как с более низким уровнем банкротств предприятий-франчайзи, так и со значительной степенью планирования бизнеса франчайзинговыми компаниями, в том числе и политики заимствования.

Третий способ – покупка действующего предприятия. Приобретение готового предприятия на западе успешно применяется уже много лет, однако в России эта форма бизнеса стала развиваться только в последние годы.

Существуют две основные причины продажи большей части российских предприятий – это внешние, когда меняется маркетинговая ситуация, возникают проблемы с инвестициями, и внутренние, когда владелец меняет профиль бизнеса или у него пропадает интерес к данному роду деятельности и появляются новые жизненные цели, или он испытывает финансовые трудности.

При принятии решения о покупке торгового предприятия необходимо убедиться, что выбранное предприятие действительно подойдет. Для того чтобы сделать правильный выбор из возможных предложений, при покупке предприятия следует учитывать следующие аспекты.

Во-первых, условия покупки:

- где находится бизнес на момент покупки, т.е. его расположение;
- какова цена предприятия;
- что планируется дальше делать – расширить бизнес и продать или купить еще и другие активы.

Во-вторых, мотивы продавца – почему он продает свое предприятие и почему именно сейчас. Необходимо изучить рынок, в котором работает предприятие, изучить законодательные изменения, которые могли стать причиной решения о продаже бизнеса. Покупатель не просто должен верить словам и представленным документам, а провести свое расследование – поговорить с партнерами продавца, с будущими подчиненными или попросить провести аудит.

Следует также выяснить репутацию бизнеса в среде потребителей и поставщиков, и существуют ли у владельца соглашения, способные повлиять на ценность имущества или ограничить вашу свободу действий.

В-третьих, следует обратить внимание на приобретаемое помещение и наличие необходимом торгового оборудования. Следует узнать, собственное это помещение или арендованное, проверить, на какой срок оформлен договор его аренды, насколько адекватна арендная ставка средней цене по району, где находится помещение, кому оно реально принадлежит, его состояние, была ли сделана перепланировка, что включено в список имущества. Все оборудование и мебель должны быть с указанием номеров моделей, дат и условий приобретения.

В-четвертых, необходимо выяснить, сколько у предприятия учредителей, все ли согласны с продажей, в каком состоянии партнерские отношения.

В-пятых, следует обратить внимание на персонал: изучить условия работы и отдыха, удовлетворение работой.

В-шестых, необходимо получить предоставление исключительного права на торговую марку, метод работы, эмблемы.

В-седьмых, если покупателя все устраивает, ему следует встретиться с собственником, так как объект продажи может представлять не сам продавец, а бизнес-брокер. Чтобы удостовериться в правдивости заявленных данных о бизнесе, можно предложить продавцу подписать договор купли-продажи, в котором описаны условия проверки бизнеса, возможность отказа от сделки и процедура перехода прав на бизнес. Кроме того, на этом этапе уместен торг по цене бизнеса.

В-восьмых, окончательным шагом покупки готового предприятия является подписание договора купли-продажи, который должен предусматривать возможность отказа от совершения сделки в случае несоответствия заявленных продавцом сведений о бизнесе фактически обнаруженным. Составление письменного договора необходимо именно на этом этапе, так как перед оплатой разумно провести тщательную проверку бизнеса, в том числе по параметрам, которые продавец считает конфиденциальными. Покупателю следует лично познакомиться с арендодателем, местными властями, ключевыми поставщиками и клиентами и т.п.

Тема 8. Особенности создания предприятий различных организационно-правовых форм

Цель: Ознакомление с особенностями создания предприятий различных организационно-правовых форм

План:

1. Понятие и виды организационно-правовых форм предприятий. Организационно-правовая форма предприятия. Индивидуальное и коллективное предпринимательство. Индивидуальный предприниматель. Юридическое лицо.

2. Особенности создания хозяйственных товариществ. Хозяйственное товарищество. Простое товарищество. Полное товарищество. Товарищество на вере. Цели и особенности создания простого, полного товарищества и товарищества на вере в современных российских условиях.

3. Особенности создания хозяйственных обществ. Хозяйственное общество.

Выбор организационно-правовой формы предприятия производится с учетом взаимодействия формы предприятия и его характеристик. Сюда относится, в частности, учет таких вопросов, как, например:

- правоспособность;
- состав учредителей и участников;
- порядок учреждения;
- капитал и вклады;
- отношения собственности и имущество учредителей;
- ответственность;
- органы управления предприятием;
- управление делами, представительство предприятия;
- распределение прибылей и убытков;
- ликвидация и др.

Организационная форма предприятий характеризует порядок первоначального создания имущества предприятия и последующего изменения его роли в процессе использования полученной прибыли. Данный порядок включает в себя перечень учредителей предприятия, форму объединения их капиталов, способы распределения прибыли и др.

Правовая форма предприятия характеризует права и ответственность собственников предприятия в ходе функционирования, ликвидации или реорганизации предприятия.

Рассмотрим некоторые особенности коммерческих предприятий различных организационно-правовых форм в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

Сектор малого предпринимательства является неотъемлемым, объективно необходимым элементом любой развитой хозяйственной системы, без которой экономика и общество в целом не могут нормально существовать и развиваться. Именно в секторе малого предпринимательства создается и циркулирует основная масса национальных ресурсов, которые являются питательной средой для малого и среднего бизнеса.

Развитие малого предпринимательства оказывает значительное влияние на:

- формирование конкурентной среды;
- внедрение новых технологий;
- освоение новых рынков, которые крупные компании считают недостаточно емкими, расширяя, тем самым, ассортимент потребительских товаров;
- рост занятости населения;
- защиту окружающей среды;
- стимулирование повышения эффективности производства крупных компаний (косвенным образом) и т.д.

Малые предприятия могут принимать различные организационно-правовые формы.

В случае превышения субъектом малого предпринимательства установленной среднесписочной численности работников он лишается льгот, предусмотренных законодательством, на весь квартал, в котором допущено указанное превышение.

Наибольшее влияние на развитие мелкого предпринимательства оказывают следующие факторы:

- в развитии инфраструктуры и средств связи произошел скачок;
- повысился общеобразовательный уровень людей с одновременным накоплением опыта в крупных компаниях;
- уменьшение габаритов, стоимости и упрощение использования информационных систем;
- способствование малыми фирмами решению вопроса безработицы;
- в создании малых предприятий дополнительным стимулом оказалось сокращение рабочей смены;

большая конкурентоспособность за счет меньших издержек, обусловленных отсутствием лишнего бюрократического аппарата, снижением накладных расходов и меньшими колебаниями заработной платы;

расширение сферы услуг, базирующейся на малых предприятиях и др.

Назначение малого бизнеса в экономической системе государства состоит в том, что он помогает строить связи крупного бизнеса с потребителями. Кроме того, малые предприятия являются поставщиками крупных корпораций, для которых экономически не выгодно производство различных деталей и полуфабрикатов, предоставление услуг, обслуживание и ремонт и т.д.

Субъекты малого предпринимательства обладают рядом преимуществ перед крупными структурами, основными из них являются:

независимость действий;

гибкость и мобильность при принятии оперативных решений;

быстрое адаптирование к особенностям местных условий;

шансы на быстрый материальный успех;

совмещение нескольких профессий и др.

В то же время можно выделить следующие существенные недостатки по сравнению с крупными предприятиями:

более высокий уровень риска;

отсутствие навыков управления и некомпетентность руководителей;

высокая зависимость от макрофакторов;

сложности при поиске партнеров, инвесторов и т.д.

Малые предприятия из-за недостатка собственных средств испытывают ряд характерных трудностей:

сложность технического перевооружения и реконструкции;

сложность в приобретении современного дорогостоящего оборудования;

трудности с кадрами;

слабая обеспечиваемость материально-сырьевыми ресурсами, кредитами и т. п.

Базовыми элементами данной системы выступает сформированная сеть инфраструктурной, информационной и финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства. Система государственной поддержки заключается в формировании и развитии инфраструктуры для предпринимательства, установлении щадящего налогового режима, оказании различных видов финансовых, управленческих, технических, информационных услуг и т.д.

Совместное предприятие является наиболее интенсивно развивающейся формой международного экономического сотрудничества, его отличает наличие как национального, так и иностранного капитала. Это самостоятельный в организационном, финансовом и правовом смыслах субъект хозяйствования, образованный в форме взносов капитала двумя или более независимых друг от друга партнеров, которые совместно владея им, пользуются результатами его деятельности. Учредителями совместных предприятий могут быть как юридические, так и физические лица.

Целями создания совместных предприятий можно назвать:

привлечение инвестиций;

использование высоких технологий, новейшей техники;

совершенствование организационной структуры (менеджмент, маркетинг);

интеграция в мировую экономику и т.д.

Величина уставного фонда, права и управление совместным предприятием регулируются в соответствии с законодательством в зависимости от выбранной организационно-правовой формы.

Тема 9. Основные направления планирования процесса создания собственного дела

Цель: Ознакомление с основными направлениями планирования процесса создания собственного дела

План:

1. Сущность и содержание процесса планирования создания собственного дела. Внутрифирменное планирование. Основные концепции предприятия и направления внутрифирменного планирования. Виды внутрифирменного планирования. Цель, задачи, принципы планирования создания собственного дела. Этапы планирования создания собственного дела.

2. Основные направления планирования процесса создания собственного дела. Финансовое планирование. Роль финансового планирования при создании собственного дела. Инвестиционное планирование. Источники финансирования создания собственного дела. Налоговое планирование. Ценовая политика предприятия. Производственное планирование. Кадровое планирование. Планирование обеспечения экономической безопасности вновь создаваемого предприятия.

Общие принципы планирования предпринимательской деятельности. Особенности бизнес-планирования при создании нового предприятия.

Целью планирования является обеспечение рационального использования времени в процессе достижения поставленных целей.

В деловой жизни принято выделять 3 вида плановых периодов:

- долгосрочные цели (2-3 года и более) определяют многолетние планы;
- среднесрочные цели (1 год) определяют годовые планы;
- текущие цели (1-3 месяца) определяют месячные и декадные или недельные планы.

Многолетние планы служат основанием для составления годовых планов, в то время, как квартальные планы являются средством контроля за их реализацией.

Особое место в плановой организации деятельности предприятия занимает перспективное планирование, которое представляет собой процесс определения целей создания организации, а также путей их достижения. Стратегическое планирование формирует основу для всех управленческих решений.

В рамках стратегического планирования решается множество вопросов управления предприятием, в том числе: разработка обще фирменной стратегии; подготовка стратегических решений в отдельных хозяйственных областях; анализ конкурентной среды; формирование маркетинговой стратегии на рынке; изучение жизненного цикла продукции и другие. Таким образом, планирование является составной частью стратегического управления предприятием.

Рабочим инструментом планирования и для вновь создаваемых и для действующих предприятий является бизнес-план. Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности и в то же время как необходимый элемент принятия проектно-инвестиционных решений.

Бизнес-план дает представление о возможностях развития производства, способах продвижения товаров на рынок, ценах, возможной прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятий, определяет зоны риска, предполагает пути их снижения. Бизнес-план используется независимо от сферы деятельности и масштабов предприятия, формы собственности и организационно-правовой формы компании. В нем решаются как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимоотношений с другими предприятиями и организациями.

В зависимости от направленности и масштабов планируемого дела объем работ по составлению бизнес-плана может изменяться в достаточно большом диапазоне. В одном случае план требует менее объемной проработки, часть разделов может вообще

отсутствовать. В другом - план предстоит разрабатывать в полном объеме, проводя для этого трудоемкие и сложные маркетинговые исследования.

Жестко регламентированных форм и структуры бизнес-плана не существует. Однако, в нем должны содержаться разделы, в которых раскрываются основная идея и цели бизнеса, характеризуется специфика продукта предприятия, дается оценка рынка и определяется стратегия поведения фирмы, определяется организационная и производственная структура, формируется финансовый проект и стратегия финансирования, определяются перспективы роста предприятия, маркетинговые исследования.

Основные рекомендации в подготовке бизнес-плана - это краткость, т.е. изложение самого главного по каждому разделу; доступность в изучении и понимании, т.е. бизнес-план должен быть понятен широкому кругу людей, а не только специалистам. Бизнес-план не должен изобиловать техническими подробностями, он должен быть убедительным, лаконичным, пробуждать интерес у потенциальных инвесторов, только заинтересовав их, можно надеяться на успех всего дела.

В современной практике бизнес-план выполняет четыре функции.

Первая из них связана с возможностью его использования для разработки стратегии бизнеса, эта функция необходима в период создания предприятия, а также при выработке новых направлений деятельности.

Вторая функция – планирование. Она позволяет оценить возможности развития нового предприятия, контролировать процессы внутри фирмы.

Третья функция позволяет привлекать извне денежные средства – ссуды, кредиты. В современных условиях без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект. Современные банки принимают целый комплекс мер по обеспечению возврата денежных средств, среди которых требования банковских гарантий, реального залога и другие. Однако решающим фактором при предоставлении кредита является наличие тщательно проработанного бизнес-плана.

Четвертая функция позволяет привлечь к реализации планов компании потенциальных партнеров, которые пожелают вложить в производство собственный капитал или имеющуюся у них технологию. Решение вопроса о предоставлении капитала, ресурсов или технологии возможно лишь при наличии бизнес-плана, отражающего курс развития компании на определенный период времени.

Существует два основных подхода к разработке бизнес-плана. Первый заключается в том, что бизнес-план составляется группой наемных специалистов, а инициаторы проекта участвуют в нем посредством подготовки исходных данных.

Другой подход, – когда инициаторы проекта сами разрабатывают бизнес-план, методические рекомендации получают у специалистов, в частности у возможных инвесторов.

Бизнес-план – это экономически обоснованный аналитический документ, показывающий реальность планируемого проекта. С другой стороны, бизнес-план выступает как средство действенной рекламы для будущих инвесторов, партнеров. Поэтому он должен быть написан деловым языком, понятным финансистам, банкирам, партнерам по бизнесу. Количественная информация, характеризующая разделы бизнес-плана, должна быть четкой, емкой, но в то же время относительно краткой. Объем бизнес-плана зависит от цели проекта, но главное – он должен конкретно характеризовать и конечную цель, и все направления деятельности фирмы, в результате реализации которых будет обеспечено достижение цели.

Как правило, бизнес-план разрабатывается на несколько лет (3-5), но на первый год он должен быть конкретным плановым документом.

Наряду с внутри фирменными функциями, бизнес планирование имеет большое значение при определении стратегии планирования на макро уровне. Совокупность долгосрочных бизнес-планов предприятий составляет информационную базу, которая

является основой для разработки национальной политики планирования в рамках государственного регулирования экономики.

Тема 10. Структура и содержание бизнес-плана вновь создаваемой фирмы

Цель: Ознакомление со структурой и содержанием бизнес-плана вновь создаваемой фирмы

План:

1. Понятие и роль бизнес-плана в создании собственного дела. Бизнес-план. Цели разработки бизнес-плана в процессе создания собственного дела. Требования к разработке бизнес-плана вновь создаваемой фирмы. Применение современных информационных технологий при разработке бизнес-планов.

2. Структура и содержание бизнес-плана вновь создаваемой фирмы. Структура бизнес-плана вновь создаваемой фирмы. Общая характеристика фирмы (резюме). Характеристика товаров (услуг). Рынок сбыта товаров (услуг). Конкуренция на рынке сбыта. План маркетинга. План производства. Организационный план. Риски в деятельности фирмы. Финансовый план. Бюджетный план. Анализ безубыточности бизнеса. Прогноз движения денежной наличности. Приложения к бизнес-плану.

Важным фактором, определяющим успех любого предприятия, начинающего свою деятельность, выступает наличие хорошо проработанного бизнес-плана. Можно ли вообще обойтись без бизнес-плана, начиная новое дело? Конечно можно. Ни один юридический акт не закрепляет в обязательном порядке подготовку такого документа. Однако следует знать, что, пренебрегая составлением бизнес-плана, оказываешься в итоге не готовым к тем неприятностям, которые ожидают всех начинающих любое дело. Многие проблемы в бизнесе решаются еще на стадии проектирования путем тщательной проработки планов. Вся наша жизнь состоит из различных планов, которые помогают заблаговременно принять решение о том, как наилучшим образом достичь желаемой цели. Ежегодно многие начинающие бизнесмены в разных странах разоряются главным образом потому, что не занимались детальным изучением и планированием своего дела.

В бизнесе, как и любой другой сфере человеческих отношений, эффективное планирование включает в себя постановку цели, определение конкретных задач, в том числе первоочередных, сбор исчерпывающей информации, выбор возможных способов достижения целей, анализ сдерживающих факторов, поиск возможных путей преодоления неблагоприятных обстоятельств, принятия кардинального решения о наилучшем способе про-, движения к цели, создание плана и его корректировка с учетом возможные альтернатив.

Если придерживаться плана, то поставленные цели будут достигнуты. Если все-таки цели не достигаются, то это свидетельствует о том, что необходимо создавать новые планы, пересматривая свои задачи уже на основе накопленного опыта. Не исключено, что придется вообще обратиться к другому рынку, радикально изменив свою первоначальную идею по созданию бизнеса. Это вполне естественно.

Весь процесс планирования протекает циклично: от постановки задач к исследованию рынка, от исследования рынка к решению задач в свете полученной информации и далее к составлению бизнес-планов и оценке перспектив.

Состав бизнес-плана и степень его детализации зависит от величины создаваемого предприятия, сферы, к которой он относится, от размеров предполагаемого рынка сбыта, перспектив роста, сложности продукции. Предприниматель, желающий начать производство наукоемкой продукции, должен подготовить достаточно подробный план. Это диктуется сложностью самого продукта и рынка подобной продукции. Если же речь идет о розничной торговле одним или небольшой ассортиментной группой товаров, то бизнес-план может быть гораздо более простым.

Личное участие руководителя в составлении бизнес-плана обязательно. К этому в бизнесе относятся очень серьезно. Например, многие западные банки и инвестиционные компании отказываются рассматривать заявки на выделение средств, если становится известно, что бизнес-план от начала и до конца был подготовлен консультантом со стороны, а руководителем лишь подписан. Это не означает, что не следует пользоваться услугами консультантов. Совсем наоборот, привлечение экспертов всегда приветствуется инвесторами. Речь о другом — составление бизнес-плана требует личного участия руководителя фирмы или человека, собирающегося открыть свое дело. Включаясь в эту работу лично, он как бы моделирует свою будущую деятельность, проверяя на прочность и сам замысел, и себя: хватит ли у него сил подготовить проект, а потом и пойти дальше, обеспечив успех своему начинанию.

Бизнес-план является тем документом, который описывает все основные аспекты будущего предприятия, анализирует возможные проблемы и определяет способы их решения. Он выполняет три основные функции. Во-первых, бизнес-план позволяет разработать и обосновать концепцию ведения бизнеса, выполняя при этом роль стимула для самообразования будущего предпринимателя. Еще на стадии проектирования, а не в процессе функционирования бизнеса, у предпринимателя появляется возможность конкретизировать свои цели, отработать стратегию и избежать многих просчетов, рассмотрев свое предприятие «на бумаге» с позиций маркетинга, производства, управления, финансов.

Во-вторых, бизнес-план является важным средством для контроля за текущей деятельностью фирмы и оценки возможных направлений деятельности бизнеса. Сверяясь с бизнес-планом, выявляют отклонения от плановых показателей, определяют их причины, вносят коррективы в текущий план и принимают управленческие решения о развитии бизнеса в будущем.

В-третьих, бизнес-план выполняет функцию, связанную с привлечением дополнительных финансовых ресурсов. Большинство кредиторов или инвесторов не станут даже обсуждать проблему, не говоря уже о самой возможности получения финансовых средств, не ознакомившись с бизнес-планом.

Бизнес-план разрабатывается на два-три года. Особое внимание в нем уделяется первому году, основные показатели на который разрабатываются по месяцам. Второй год разрабатывается поквартально, и лишь начиная с третьего года можно ограничиться годовыми показателями.

Исходным пунктом всех бизнес-планов является определение тех задач, которые прямо или косвенно должны служить достижению общей цели бизнеса, а именно — его выживаемости и успешному развитию. Поступательное развитие бизнеса в итоге основывается на двух важных требованиях:

1) получении достаточной прибыли для обеспечения владельца бизнеса приемлемым личным доходом, а предприятие — необходимой суммой средств для реинвестирования в дело;

2) наличии достаточного количества денег для поддержания адекватного финансового обеспечения бизнеса и достижения положительного потока денежных средств (превышение прихода денег над расходом), для оплаты запланированных долгов и, следовательно, для продолжения деятельности.

За этими основными требованиями скрывается ряд специфических задач, относящихся к соответствующим разделам бизнес-плана, которые посвящены изучению емкости и перспектив развития потенциального рынка, оценке затрат и прибыльности бизнеса, выявлению возможных проблем и способов их решения.

Бизнес-планирование для начинающего предпринимателя становится первым опытом стратегического планирования, а для малого предприятия имеет жизненно важное значение, поскольку такое предприятие часто не имеет ресурсов, которые позволили бы ему выправить свое положение в случае допущения каких-либо ошибок.

Бизнес-план для вновь создаваемого предприятия должен состоять из следующих основных разделов:

- «Резюме бизнес-идеи»;
- «Описание бизнеса»;
- «Система управления»;
- «План производства»;
- «План маркетинга (торговли)»;
- «Финансовый план и его оценка».

Особое внимание следует обратить на «Резюме», которое является своеобразной визитной карточкой всего бизнес-плана. Разрабатывается оно на заключительном этапе, когда все разделы плана уже подготовлены. «Резюме» должно быть кратким. Оно представляет собой самостоятельный рекламный документ, в котором содержатся основные положения и результаты бизнес-плана. Эта часть бизнес-плана должна быть написана так, чтобы вызвать интерес у потенциальных инвесторов. По ее содержанию инвесторы часто судят о том, стоит ли им читать деловой план до конца.

«Резюме» должно содержать следующую информацию: 1. Название бизнеса, адрес, юридический статус (индивидуальное предпринимательство, товарищество, общество, унитарное предприятие, кооператив и т.д.), биографические сведения о собственниках бизнеса, их опыте работы, квалификации и образовании.

2. Краткое описание управленческой структуры, основные руководящие работники, их функции, возраст, опыт работы, образовательный и квалификационный уровень.

3. Характер и вид планируемого бизнеса, его отличие от конкурентов.

4. Сумма денег, которая требуется для начала бизнеса (в том числе собственный вклад и потребность в кредитных ресурсах), и на что конкретно она будет потрачена (товарные запасы, оборудование, транспорт и т.д.).

5. Результаты маркетингового исследования рынка: обзор потенциальных покупательских групп, расчет ожидаемого объема продаж на первый и второй годы деятельности.

6. Доходность бизнеса: операционные и эксплуатационные издержки, время, за которое будет достигнута точка безубыточности, ожидаемая прибыль и рентабельность вложенного капитала.

Раздел «Описание бизнеса» разрабатывается на основе анализа результатов маркетингового исследования с целью не столько создания своего бизнеса и обеспечения ему успешного старта, сколько в самообразовании начинающего предпринимателя: получении конкретных профессиональных знаний и навыков, тщательной проработке и более глубоком осмыслении концепции собственного бизнеса, ознакомлении с законодательством, регулирующим предпринимательскую деятельность. В этом разделе необходимо отразить и обосновать следующие основные вопросы.

1. Вид и характеристика бизнеса. Существуют разнообразные типы фирм, начиная с небольших торговых предприятий в виде киосков, магазинов, кафе и заканчивая производственными предприятиями, которые выпускают и продают продукцию не только массового потребления, но и производственного назначения. Не исключено, что начинающий предприниматель предложит что-либо оригинальное, не имеющее аналогов на данном рынке.

И хотя дела в некоторых областях бизнеса в конкретный момент могут идти успешнее, нельзя сказать, что какой-то один тип бизнеса лучше, чем другой. Часто общеэкономические тенденции не отражают местных условий или подчас идут вразрез с индивидуальным предпринимательским чутьем. И то, какой бизнес подходит тому или иному кандидату в предприниматели, во многом зависит от его индивидуальных предпочтений, финансовых возможностей, умений, интересов и местных рыночных условий. Потому, прежде чем остановить свой выбор на той или иной сфере бизнеса, необходимо хорошо представлять себе различные виды бизнеса, их особенности,

преимущества и недостатки. Кроме того, следует ознакомиться с прогнозами изменения деловой активности по отдельным отраслям и сферам деятельности, а также проконсультироваться у специалистов.

2. Месторасположение, юридический адрес и организационно-правовая форма бизнеса. Месторасположение фирмы, особенно в розничной торговле и сфере услуг, имеет определяющее значение. Главным фактором при выборе месторасположения торгового предприятия выступают потребности отдельных групп потребителей, которых оно намеревается обслуживать. Для большинства клиентов удобное месторасположение предприятия является первостепенным соображением, на основе которого они принимают решение о покупке.

Выбор месторасположения для предприятий розничной торговли и сферы услуг обычно осуществляется одним из двух способов. Если нет привязки к конкретному району, то выбор места расположения предприятия осуществляется по следующей схеме. Вначале выбирается район проживания потенциальных клиентов, устраивающих предпринимателя по ряду причин. Затем определяется приемлемая зона внутри района и наконец конкретное место для торговой точки или предприятия. В этой зоне и оценивается возможная доходность бизнеса. Если же предприниматель с самого начала привязан к конкретному месту, то он должен сначала оценить будущие доходы от продаж, а уже потом принимать решение об открытии и размещении предприятия.

Для некоторых типов предприятий удобное месторасположение не является важным фактором. Это в первую очередь касается предприятий, которые не выходят непосредственно на массового потребителя: производственные, строительные, транспортные и другие фирмы. При выборе места их расположения чаще всего обращают внимание на такие факторы, как расстояние до наиболее реальных источников снабжения исходными материалами и рынков сбыта готовой продукции, возможности транспортировки продукции, ее хранения, обеспеченность необходимыми

3. Товары или услуги, их ассортимент, основные характеристики, а также предполагаемый набор преимуществ для покупателей. Особое внимание следует уделять описанию новых продуктов (товаров и услуг), подчеркивая то, почему они будут пользоваться спросом у клиентов. Отдельно указываются и те группы товаров, которыми планируется заниматься в будущем.

Фирма не добьется успеха, если не будет производить и предлагать на продажу товары, пользующиеся спросом. После принятия решения об ассортиментном перечне товаров прорабатывается вопрос об объемах закупок отдельных видов товаров для формирования начальных товарных запасов. Широкий ассортимент товаров предполагает не только большое количество разнообразной продукции, но и «глубокий» их состав за счет подбора цветов, размеров, сортов и т.д. для каждого товара.

4. Потенциальные клиенты. Успех или неудача бизнеса определяется тем, насколько предприятие сможет удовлетворять потребности будущих клиентов. Требуется полный анализ мотивов покупательского спроса потенциальных клиентов, чтобы со ответственно организовать бизнес и разработать оптимальную сбытовую политику (общее сбытовое предложение). Общее сбытовое предложение должно разрабатываться именно для той потребительской группы, которую собирается обслуживать бизнес. Поэтому вначале нужно определить, кто конкретно будет покупать предлагаемые товары или услуги и какой пакет преимуществ будет для них желательным. Для этого необходимо знать способы определения покупательских групп и потребителей, установить их потребности и те факторы, которые оказывают влияние на их решение о сделке или покупке.

Большинство начинающих предпринимателей начинают с кабинетного анализа будущего бизнеса и тех преимуществ, которые он может предложить, и пытаются «наугад» вычислить, используя интуицию и жизненный опыт, какая покупательская группа подойдет. Этим занимаются, до некоторой степени, все бизнесмены. Однако

полезно пойти дальше, устроив своеобразную «мозговую атаку» на эту проблему вместе с семьей и друзьями. Можно собрать вместе шесть—восемь человек и попытаться сначала по очереди, а потом вместе ответить на два вопроса:

«Кто покупатели?» и «Почему они могут быть покупателями?». После обсуждения всех точек зрения и идей предприниматель должен сам детально их проанализировать и оценить. Вероятно, от некоторых из них, как не до конца продуманных или нереальных, придется отказаться. Главное, не следует торопиться и принимать поспешные решения. Все эти полученные результаты могут прояснить ряд скрытых моментов, которые до этого вообще могли не рассматриваться, и откроют совершенно новые и перспективные способы определения будущих клиентов.

5. Исходное сырье, материалы, комплектующие изделия. Этот вопрос важен для предприятий, которые планируют заниматься производственной деятельностью. Для них на первых порах организационно-функциональные проблемы являются приоритетными, так как они и будут в дальнейшем определять важнейшие стоимостные показатели.

Производственная фирма должна позаботиться в первую очередь о складских запасах для обеспечения бесперебойной работы. При этом следует помнить, что излишние складские запасы сказываются на оборачиваемости оборотного капитала и, следовательно, на величине прибыли. В области снабжения необходимым сырьем и материалами очень важно позаботиться о постоянных источниках поставок, чтобы исключить срывы, а также продумать вопросы их транспортировки и хранения.

6. Возможные оптовые поставщики. Многие начинающие предприниматели сталкиваются с проблемой выбора поставщиков. Это не такой простой вопрос, как может показаться на первый взгляд. В конечном итоге от его решения будет зависеть уровень издержек, цены, рентабельность и другие факторы, которые определяют успех бизнеса. Первостепенное значение здесь следует уделять поиску и анализу информации о потенциальных поставщиках, их репутации, условиях поставок и оплаты, оптовых ценах, возможных дополнительных услугах, ассортименте поставляемых товаров или продуктов и их качестве.

7. Товарная политика конкурентов. Цель данного исследования состоит в том, чтобы обосновать тактику конкурентной борьбы и избежать распространенной ошибки, когда начинающие предприниматели настойчиво пытаются внедриться на перенасыщенный рынок. Для определения товарной политики конкурентов необходимо ответить на следующие вопросы: какой основной ассортимент товаров или услуг поддерживают однотипные с вами фирмы, и как он удовлетворяет запросы клиентов? Сбыт каких товаров конкуренты наиболее активно стимулируют (например посредством рекламы, предоставления возможных выгод клиентам)? Какие преимущества конкуренты пытаются продемонстрировать покупателям?

Проанализировав ответы на эти вопросы, можно сравнить собственные возможности с преимуществами конкурентов. Если конкуренты оценены объективно, выявлены их важнейшие достоинства и имеющиеся недостатки, можно ожидать, что выбранная конкурентная стратегия и методы конкурентной борьбы (среди них — цены, качество, сервис, исполнение договоров и доставка, оперативность и т.д.) будут адекватными.

8. Уровень розничных цен и базовых торговых надбавок на предлагаемые товары. Цена является важным критерием взаимодействия между предпринимателем и его потенциальными клиентами. Она есть один из ключевых факторов будущей маркетинговой стратегии, или стратегии продвижения сбыта.

Будущую ценовую политику следует хорошо продумать. Она должна учитывать интересы потенциальных клиентов, отвечая при этом как рыночным, так и финансовым целям бизнеса. Для этого необходимо провести тщательный анализ рыночных цен на аналогичные товары у конкурентов. Опираясь на результаты данного анализа, можно установить различие в розничных ценах у отдельных конкурентов по ассортиментам

разных товарных групп и определить границы, в пределах которых формируются розничные цены. Зная эти границы, можно обосновать и уровень собственных цен, который позволит достичь приемлемых финансовых результатов в плановом периоде. Цель данного исследования состоит в выборе такого уровня торговых надбавок и розничных цен, которые бы дали наилучшее сочетание выручки от реализации и уровня валового дохода в товарообороте (торговой маржи) для обеспечения максимального роста рентабельности продаж (подробнее см. раздел «Управление финансовыми ресурсами предприятия»).

Уровень цен очень часто имеет заметное влияние на количество проданного товара. Это зависит от того, насколько важна розничная цена для потенциальных покупателей. Общеизвестно, что для большинства товаров понижение цены вызывает увеличение количества покупок. Существуют, конечно, и исключения, когда низкая цена может ассоциироваться с плохим качеством. Устанавливая цену, всегда необходимо помнить о том, как она может отразиться на количестве проданных товаров и обеспечит ли в конечном итоге желаемый объем товарооборота и достаточный уровень валового дохода для покрытия всех издержек обращения и получения нормальной прибыли.

На стадии планирования невозможно полностью предсказать объем продаж каждого товара, но все же следует попытаться приблизительно оценить их удельный вес в общем объеме реализации за определенный период. Подобные оценки могут быть получены на основе анализа опубликованных статистических данных об объемах товарооборота в разрезе отдельных групп товаров за прошлый период и прогнозов изменения деловой активности в будущем.

И последний шаг перед принятием решения о ценах на товары — это определение базовых торговых надбавок к оптовым ценам на отдельные группы товаров. Надбавки и должны обеспечить как конкурентную розничную цену, так и требуемый уровень торговой маржи.

На данной стадии планирования не следует принимать никаких твердых решений о политике ценообразования, пока не станет ясно, будет ли бизнес приносить прибыль. Здесь нужно продумать прежде всего все преимущества, которые клиенты будут связывать с ценой. Для этого и важны данные, полученные на основе анализа ценовой политики конкурентов. В дальнейшем, при планировании доходов и издержек бизнеса, выбранная на данной стадии ценовая политика может уточняться в пределах выявленных границ розничных цен у различных конкурентов для обеспечения желаемых финансовых результатов — объема товарооборота, валового дохода, прибыли.

Раздел бизнес-плана «Система управления» должен содержать:

- сведения о членах руководящего состава предприятия, которые в обязательном порядке включают биографию, данные об образовании и опыте работы;
- описание организационной структуры управления предприятием, функций исполнителей и должностных обязанностей руководителей и служащих, включая требования к профессиональной квалификации административно-управленческого и вспомогательного персонала;
- описание системы оплаты и стимулирования труда руководителей и служащих;
- расчет текущих затрат на содержание управленческого аппарата: заработная плата, амортизационные отчисления, арендная плата, коммунальные платежи, транспортные услуги и др.

Подготовка данного раздела позволит начинающему предпринимателю прояснить собственное представление о кадровом обеспечении и лучше разобраться в тех управленческих проблемах, которые могут возникнуть в процессе функционирования предприятия. Успешное решение этого вопроса в значительной степени определяется уровнем подготовленности предпринимателя к будущей деятельности. Он должен не только владеть основами менеджмента, но и хорошо разбираться в законах, регулирующих условия организации и оплаты труда. Кроме того, необходимо иметь

представление о сложившейся практике организации и оплаты труда в выбранной сфере бизнеса. Неудачи многих начинающих предпринимателей являются результатом отсутствия у них специальных навыков. Даже только переход из положения сотрудника в положение владельца в той же самой области бизнеса не всегда оказывается простым и легким. Можно быть превосходным продавцом или модельером, но совершенно неспособным бизнесменом.

Вновь создаваемая фирма формируется для решения необходимых на момент создания задач. Трансформация в процессе деятельности первичных задач неизбежно приведет к необходимости пересмотра стратегии фирмы, ее организационной структуры и состава работников.

Раздел «План производства» разрабатывается для производственных предприятий. Он включает в себя:

- характеристику производственных зданий и помещений (собственных и арендных): месторасположение, балансовую стоимость, арендную плату и т.д.;
- характеристику используемого основного и вспомогательного оборудования: количество единиц, первоначальная стоимость, нормы амортизации, производительность, сменность работы и т.д.;
- описание производственного процесса, его стадий, операций: складирование, обработка, сборка, довершение, контроль качества, упаковка;

Структура и содержание бизнес-плана

- характеристику исходного сырья, материалов, комплектующих: нормы расходов, складские запасы, расчет материальных затрат и т.д.;

- определение потребности в рабочих кадрах: численность по профессиям и специальностям, заработная плата и система стимулирования, расчет фонда оплаты труда производственного персонала;

- расчет косвенных производственных затрат: коммунальные затраты, электроэнергия, транспорт и др.;

- расчет стоимости производства по всей номенклатуре производимой продукции.

В разделе «План маркетинга (торговли)» обосновываются основные направления деловой активности будущего предприятия. В нем находят отражение следующие вопросы:

- описание способов продаж: оптовая или розничная торговля, методы торговли;
- характеристика собственных и арендных торговых помещений: площадь, месторасположение, наличие торгового оборудования, его стоимость, нормы амортизации;

- обоснование основных рекламных средств, которые начинающий предприниматель предполагает использовать для продвижения сбыта (газеты, радио, почтовые отправления, уличные рекламные щиты и т.д.), и расчет затрат на рекламу. Основным критерий выбора средств для рекламы — это минимальные издержки на один рекламный контакт с потребителем;

- расчет потребности в персонале, занимающемся продажами: численность, категории, квалификационные требования;

- описание системы оплаты и стимулирования труда торгового (сбытового) персонала и определение фонда оплаты их труда;

- описание способов стимулирования продаж: уровень цен, торговые скидки, снижение цен на отдельные товары, купоны, конкурсы, продажа в кредит и т.д.;

- оценка возможного объема продаж на первый квартал и прогноз его динамики на ближайшие 2—3 года;

- оценка торговых (маркетинговых) издержек по отдельным статьям.

Наиболее важным разделом бизнес-плана является «Финансовый план». После того как выбрано направление бизнеса и определены все основные функциональные вопросы будущего предприятия, наступает самый ответственный момент — необходимо

определить потребность в финансовых ресурсах для обеспечения запланированных объемов продаж. Определение финансовых потребностей предприятия осуществляется в процессе подготовки и оценки проектов трех основных плановых документов: отчета о доходах, отчетного баланса и баланса движения денежных средств. Каждый из этих документов разрабатывается на 2—3 года, и в комплексе они составляют финансовый план предприятия. При подготовке финансового плана для вновь создаваемого предприятия необходимо по возможности проанализировать важнейшие финансовые показатели и соотношение между ними аналогичных действующих предприятий, а также ознакомиться с теми требованиями, которые предъявляются к обеспечению финансовой устойчивости любого предприятия в данной сфере бизнеса.

Проект отчета о доходах разрабатывается в виде таблицы. Он характеризует уровень прибыльности бизнеса и возможности его выживания. Оценка проекта отчета о доходах начинается с оценки прогнозируемых финансовых поступлений от продаж и расчетов расходных статей, составляющих издержки бизнеса. Прибыль определяется как разность между валовыми доходами и издержками.

Проект отчетного баланса представляет собой документ, характеризующий состав и размещение капитала фирмы и его источников. В нем суммируются все активы, которые необходимы для нормального функционирования бизнеса. Они финансируются как за счет собственных средств владельца бизнеса, так и за счет заемных ресурсов. Владелец бизнеса обязан в деталях определить все активные статьи баланса, а также сумму денежных средств, необходимых для финансирования этих статей. После определения потребности в финансовых ресурсах можно вычислить объем заемных средств, которые необходимо занять у кредиторов, как разницу между стоимостью активов и суммой собственных средств.

Баланс движения денежных средств показывает возможности фирмы своевременно получать денежные средства и оплачивать по обязательствам. Он также выступает технико-экономическим обоснованием возможности возврата кредита и будущих инвестиций.

Оценка финансового плана включает расчет и анализ набора стандартных финансовых коэффициентов. К ним относятся показатели рентабельности, ликвидности, платежеспособности, деловой активности, безубыточности, а также коэффициенты, характеризующие уровни отдельных статей издержек в объеме продаж или валового дохода (валовой прибыли).

Тема 11. Юридическое оформление внутренней среды вновь создаваемой фирмы

Цель: Ознакомление с юридическим оформлением внутренней среды вновь создаваемой фирмы

План:

1. Юридическое оформление – завершающий этап процесса создания собственного дела. Значение юридического обеспечения предпринимательской деятельности. Составляющие внутренней и внешней среды вновь создаваемой фирмы. Основные направления юридического оформления вновь создаваемой фирмы и ее взаимоотношений с предпринимательской средой. Роль юриста фирмы в процессе юридического оформления создания собственного дела. Инфраструктура юридического обеспечения процесса создания собственного дела.

2. Сущность и содержание юридического оформления внутренней среды вновь создаваемой фирмы. Основные процедуры юридического оформления внутренней среды вновь создаваемой фирмы. Подбор учредителей. Выбор названия предприятия. Разработка проектов учредительных документов вновь создаваемой фирмы. Содержание устава АО, ООО, учредительного договора АО, ООО. Юридический адрес фирмы. Критерии и варианты выбора местоположения юридического лица. Порядок проведения

учредительного собрания хозяйственного общества. Порядок формирования уставного капитала хозяйственного общества. Накопительный счет. Порядок открытия накопительного счета. Особенности учреждения хозяйственного общества одним лицом.

Образование новых предприятий и расширение действующих определяется следующими факторами: 1) наличие неудовлетворенного спроса на продукцию (услуги); 2) наличие ресурсов, необходимых для организации производства продукции; 3) уровень развития науки и техники соответствующей отрасли производства.

Определяющим является спрос на продукцию, вызванный реальными потребностями рынка и наличием ресурсов для организации производства. Если предприятие начнет изготовление продукции, не пользующейся спросом потребителя, ему грозит разорение. Такая продукция остается на складах нереализованной, а затраты на ее изготовление — неоплаченными. Наряду с этим ресурсы (материальные и денежные) составляют базу, обеспечивающую деятельность предприятия, включая формирование требующихся средств производства и финансов, без которых невозможна организация производства.

Решение о формировании новых предприятий принимает владелец капитала (ресурсов). На первом этапе капитал нужен для строительства и организации объектов предприятия, закупки достаточных запасов сырья, материалов, найма рабочей силы. На базе первоначальных капитальных вложений, израсходованных или предназначенных на указанные цели, образуется уставный капитал предприятия. Увеличение уставного капитала, по мере надобности, происходит за счет прибыли, целенаправленно откладываемой на фирме для развития производства, а в отдельных случаях — за счет ассигнований из бюджета вышестоящего органа по принадлежности предприятия. Кроме того, предприятие может получить средства за счет выпуска и продажи акций и других ценных бумаг, а также взять кредиты, погашаемые впоследствии из прибыли. Дополнительные средства могут быть получены также от продажи излишнего имущества. За счет привлечения дополнительных денежных средств предприятие увеличивает свои основные и оборотные средства или модернизирует их, за счет этого наращивает выпуск продукции, повышает ее качество, увеличивает доход.

Основную цель, которая преследуется при образовании нового предприятия, формулирует владелец (владельцы) капитала.

В зависимости от того, в чьей собственности находится капитал предприятия, цели его создания и реорганизации могут меняться, но в основном они заключаются в следующем:

- увеличение выпуска продукции, в которой нуждаются потребители, и получение дохода за счет ее реализации;
- вовлечение в производство незанятого трудоспособного населения и решение тем самым социальной проблемы трудоустройства;
- вовлечение в производство имеющихся в наличии неиспользуемых природных ресурсов;
- организация изготовления принципиально новых видов промышленной продукции с использованием передовых достижений науки и техники;
- удовлетворение личных интересов (амбиций) отдельных граждан или группы лиц, создающих фирму (прежде всего небольшую — типа товарищества), индивидуальной или совместной деятельности.

Создание предприятия фиксируется соответствующими документами. Прежде всего оформляется основной документ — устав предприятия. В нем указывается юридический статус нового предприятия, излагаются задачи, обоснование и принципы его создания, Указываются учредители, их адреса и денежный вклад каждого учредителя, устанавливаются сроки и формы деятельности предприятия, его права и обязанности как юридического лица. В уставе обозначается размер уставного капитала и источники его

образования, указывается вид и сфера деятельности, даются гарантии для охраны окружающей среды и здоровья людей, устанавливается форма управления фирмой и ее филиалами, указывается система учета и отчетности, адрес новой фирмы, ее название.

Устав предприятия утверждается учредителем (учредителями) и вместе с заявкой учредителя регистрируется местными органами власти. После этого предприятие получает право на собственную печать и открывает расчетный счет в банке. На этом заканчивается формальное юридическое формирование нового предприятия и начинается полномасштабная его коммерческая деятельность.

Тема 12. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с персоналом

Цель: Ознакомление с юридическим оформлением взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с персоналом

План:

1. Сущность и содержание юридического оформления взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с персоналом. Трудовые отношения. Работодатель. Работник. Основные процедуры юридического оформления взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с персоналом.

2. Содержание штатного расписания, должностных инструкций и трудового договора. Содержание штатного расписания предприятия. Порядок разработки штатного расписания предприятия. Должностная инструкция. Основные разделы должностной инструкции. Трудовой договор. Существенные и несущественные условия трудового договора. Приказ (распоряжение) работодателя о приеме работника на работу.

Возникновение идеи о создании организации;

1. Изучение и определение возможностей использования новых технологий, средств и предметов труда;

2. Изучение рынка;

3. Подбор поставщиков;

4. Подбор соучредителей организации;

5. Определение финансовых источников;

6. Разработка учредительных документов и бизнес-плана;

7. Проведение организационных мероприятий по созданию организации;

8. Осуществление государственной регистрации и открытие необходимых счетов в банках, изготовление печатей, постановка в налоговой службе, в пенсионном фонде (ФСЗН).

Существует три вида порядка образования юридических лиц:

1. Распорядительный

2. Разрешительный

3. Явочно-нормативный

Введён заявительный принцип государственной регистрации практически для всех субъектов хозяйствования.

Установлены два основных учредительных документа, которые необходимо иметь предприятиям в зависимости от организационно-правовой формы собственности: устав и учредительный договор.

В учредительных документах определяются:

1. Наименование юридического лица;

2. Местонахождение;

3. Цели и предмет деятельности;

4. Порядок управления;

5. Размер уставного фонда;

6. Порядок образования имущества

7. Порядок распределения прибыли и убытков;

8. Порядок реорганизации и ликвидации и др.

Уставные документы оформляются в нескольких экземплярах, подписываются и сшиваются, нотариально заверяются.

Перед регистрацией, юридическое лицо обязано согласовать в регистрирующих органах своё наименование, т.к. это один из способов индивидуализации организации.

Регистрация – это процедура реализации деятельности субъекта хозяйствования.

Государственная регистрация субъектов хозяйствования осуществляется на основании заявительного принципа в день подачи документов, необходимых для её проведения.

Для государственной регистрации учредители должны представить следующие документы: заявление, копия решения о создании юридического лица, учредительные документы, сведения о собственниках, справку с налогового органа по месту жительства физического лица, платежный документ, подтверждающий внесение платы за государственную регистрацию.

Для легализации деятельности налогоплательщик становится на учет по месту своего расположения, регистрируется в органах статистики с присвоением кодов деятельности, открывает счет в банке, на который зачисляется уставный фонд, становится на учет в фонд социальной защиты населения, необходимо заключить договор аренды помещения, получить необходимые лицензии, обеспечить движение денежных средств по счету (не позднее 3 месяцев), разместить органы управления юридического лица по указанному адресу.

Кроме этого субъекты хозяйствования обязаны:

- Своевременно уплачивать налоги и сборы;
- Обеспечивать организацию учета деятельности;
- Обеспечивать безубыточную деятельность
- Вносить необходимые изменения в учредительные документы.

Тема 13. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с государством

Цель: Ознакомление с юридическим оформлением взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с государством

План:

1. Порядок государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Роль государственной регистрации предприятия в процессе создания собственного дела. Варианты деятельности предпринимателя по государственной регистрации своего предприятия. Правовая база государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Регистрирующий государственный орган. Порядок государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Основания для отказа в государственной регистрации предприятия. Порядок постановки юридического лица и индивидуального предпринимателя на учет в налоговом органе и органах государственных внебюджетных фондов. Порядок регистрации предприятия в органах государственной статистики. Порядок регистрации товарного знака и знака обслуживания предприятия. Порядок регистрации выпуска акций АО. Порядок уведомления государственного антимонопольного регулирующего органа о создании предприятия. Изготовление печати вновь создаваемой фирмы.

2. Порядок получения вновь создаваемой фирмой лицензии на осуществление определенных видов предпринимательской деятельности. Лицензирование предпринимательской деятельности. Правовая база лицензирования предпринимательской

деятельности. Лицензия. Лицензируемые виды деятельности. Лицензирующие органы. Порядок получения лицензии. Причины отказа в выдаче лицензии.

3. Государственное регулирование качества товаров (работ, услуг) вновь создаваемой фирмы. Правовая база государственного регулирования качества товаров (работ, услуг) вновь создаваемой фирмы. Техническое регулирование: понятие, объекты, принципы, формы. Порядок проведения обязательной сертификации продукции. Обязанности предпринимателей по выполнению требований государственного санитарно-эпидемиологического надзора. Санитарно-эпидемиологическое заключение. Порядок проведения санитарно-эпидемиологической экспертизы продукции вновь создаваемой фирмы.

4. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с государственными контролирующими органами. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. Государственный контроль (надзор). Организация государственного контроля (надзора) предпринимательской деятельности. Государственная защита прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля. Контрольно-кассовая техника. Обязанности предпринимателя по эксплуатации контрольно-кассовой техники.

Создание предприятия основывается на определенных законодательно регулируемых принципах и проходит несколько этапов:

- возникновение идеи о создании нового предприятия (организации), необходимого для производства конкретных видов продукции, товаров (работ, услуг);
- изучение и определение возможностей использования новых технологий, средств и предметов труда;
- изучение рынка, на удовлетворение потребностей которого должно работать предприятие;
- подбор поставщиков необходимых факторов производства (сырья, материалов, комплектующих изделий, оборудования, энергетических ресурсов, информации и др.);
- подбор соучредителей предприятия (организации);
- определение финансовых источников, необходимых для формирования уставного капитала (уставного фонда), нужного для первоначального этапа функционирования предприятия;
- разработка учредительных документов и бизнес-плана;
- проведение организационных мероприятий по созданию предприятия (организации) в зависимости от организационно-правовой формы и формы собственности;
- осуществление государственной регистрации предприятия, изготовление печатей, штампов;
- постановка на учет в органе государственной налоговой службы, в территориальном органе пенсионного фонда и др.

Порядок создания юридических лиц регулируется специальными законами и законодательными актами. К ним относятся: Гражданский кодекс Республики Беларусь, Закон об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью и др.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь установлены два основных учредительных документа, которые необходимо иметь предприятиям в зависимости от организационно-правовой формы собственности: устав и учредительный договор.

В учредительных документах в обязательном порядке должны определяться:

- наименование юридического лица;
- местонахождение;
- цели и предмет деятельности;
- порядок управления деятельностью;

- условия о размере и составе уставного фонда;
- порядок образования имущества;
- условия и порядок распределения прибыли и убытков;
- порядок реорганизации и ликвидации и др.

Регистрация- это в законодательном порядке установленная процедура легализации деятельности субъектов хозяйствования. Государственной регистрации подлежат все вновь создаваемые (реорганизованные) субъекты хозяйствования.

Деятельность юридических лиц, осуществляемая без государственной регистрации, запрещается и признается незаконной.

Регистрация субъектов хозяйствования производится по месту их нахождения после утверждения фирменного названия на основании документов, представляемых их учредителями.

К государственным органам, осуществляющим регистрацию, в зависимости от вида деятельности коммерческих и некоммерческих организаций относятся: Национальный банк, Комитет по надзору за страховой деятельностью при Министерстве финансов, администрации свободных экономических зон, Министерство юстиции Республики Беларусь, Министерство иностранных дел Республики Беларусь, областные исполкомы и Минский городской исполком, городские исполкомы областных центров Республики Беларусь.

Для государственной регистрации коммерческих и некоммерческих организаций учредители представляют в регистрирующий орган основные документы:

- заявление, оформленное в установленном порядке;
- копия решения о создании юридического лица;
- учредительные документы;
- документы, подтверждающие формирование в соответствии с законодательством уставного фонда коммерческой организации;
- документы, содержащие сведения о собственниках имущества (учредителях, участниках) коммерческих организаций - физических лицах;
- справку налогового органа по месту жительства физического лица - собственника имущества (учредителя, участника) коммерческой (некоммерческой) организации о предоставлении декларации о доходах и имуществе;
- гарантийное письмо или другой документ, подтверждающий право на размещение юридического лица по месту нахождения;
- платежный документ, подтверждающий внесение платы за государственную регистрацию и др.

При принятии решения соответствующим органом о государственной регистрации субъекта хозяйствования сведения о данном юридическом лице вносятся в Единый государственный регистр, и выдается свидетельство о его регистрации.

После осуществления процедуры государственной регистрации для субъектов хозяйствования наступает организационный период, в течение которого они обязаны легализовать свою деятельность путем проведения следующих действий:

- в 10-дневный срок со дня государственной регистрации стать на учет в качестве налогоплательщика в налоговой инспекции по месту своего расположения;
- зарегистрироваться в органах статистики с присвоением кодов видов деятельности;
- выбрать обслуживающий банк и открыть в нем расчетный счет, зачислив на него при необходимости сформированный в установленном порядке и размере уставный фонд;
- стать на учет в фонд социальной защиты населения;
- осуществить найм квалифицированного персонала;
- заключить договоры аренды административных и производственных помещений, расчетно-кассового обслуживания и иные хозяйственные договоры;

- осуществлять объявленную в учредительных документах деятельность в соответствии с установленными правилами (например, в течение 6 месяцев со дня регистрации должны быть получены необходимые лицензии и организовано производство);

- обеспечить движение денежных средств по счету в срок не позднее 3 месяцев со дня открытия счета;

- разместить органы управления юридического лица по указанному в учредительных документах адресу, а также обеспечить нахождение по этому адресу документов бухгалтерского учета и отчетности.

Тема 14. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с партнерами

Цель: Ознакомление с юридическим оформлением взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с партнерами

План:

1. Понятие сделки и договора. Значение юридического оформления взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с партнерами. Основные партнеры вновь создаваемой фирмы. Сделка. Виды сделок. Договор. Виды договоров. Содержание договора. Порядок заключения договора. Порядок ведения деловых переговоров. Обеспечение экономической безопасности вновь создаваемой фирмы при заключении договоров. Деловая репутация вновь создаваемой фирмы (индивидуального предпринимателя).

2. Особенности заключения договоров купли-продажи, аренды предприятия, франчайзинга. Порядок заключения договора купли-продажи предприятия. Документы, прилагаемые к договору. Передаточный акт предприятия. Порядок перехода к покупателю права на фирменное наименование, товарный знак. Государственная регистрация договора купли-продажи предприятия. Договор аренды предприятия. Документы, прилагаемые к договору. Передаточный акт предприятия. Арендная плата. Государственная регистрация договора аренды предприятия. Особенности заключения договора франчайзинга.

Огромное количество проектов распадается из-за конфликтов между партнёрами. Грамотно выстроить отношения между ними - одна из первых забот. Что нужно предпринять партнёрам, чтобы избежать неприятных моментов.

Первое. В самом начале необходимо определить долю каждого партнёра в бизнесе, а также порядок их изменения в тех или иных ситуациях. Часто если партнёров двое, доли распределяются 50 на 50. Но такое распределение таит в себе высокую вероятность возникновения конфликта. В случае разногласий между партнёрами может случиться дедлок - неразрешимая тупиковая ситуация (поскольку у партнёров равные доли). Идеальный вариант - это определить основной центр принятия решений и установить соотношение долей, например, как 51 % и 49 % соответственно. При этом в уставе прописывается правило принятия решений простым большинством голосов.

Если же распределить доли указанным способом не представляется возможным, можно прописать в уставе или корпоративном договоре, что при возникновении «тупиковой» ситуации окончательное решение принимается партнёром, который занимает должность генерального директора. В случае, если генеральным директором является наёмный менеджер, можно прописать, что последнее слово остаётся за партнёром, который старше по возрасту. Данная возможность предусмотрена абзацем 5 подпункта 1 пункта 32 закона об обществах с ограниченной ответственностью (указанной нормой предусмотрено, что устава может быть определён иной порядок определения числа голосов участников общества, по сравнению с общепринятым). Во всяком случае каких-либо запретов для реализации данного решения в законодательстве на данный момент не

имеется. Существуют также иные способы разрешения тупиковых ситуаций, именуемых «русская рулетка», «техасская перестрелка» и т.д. О них довольно подробно можно прочитать в интернете, либо в одной из моих следующих статей (они являются довольно сложными с точки зрения реализации процедурами, поэтому имеет смысл посвятить им отдельную статью).

Второе. Юридическое лицо является, по сути, общим котлом, в который каждый из партнёров скидывается своим вкладом. Кто-то деньгами, кто-то интеллектуальной собственностью, кто-то энергией (активностью), кто-то медийным весом (пиаром). Здесь очень важно закрепить активы, передаваемые каждым партнёром создаваемому для бизнеса юридическому лицу. В первую очередь это, конечно же, касается интеллектуальной собственности (далее - ИС). Важно, чтобы исключительное право на каждый объект ИС было передано юридическому лицу (собственником стало юридическое лицо). Делается эта процедура с помощью заключения договора отчуждения исключительного права от партнёра к компании. В противном случае, партнёр в любое время может выйти из проекта и увести с собой всю принадлежащую ему ИС.

Если партнёром в проект в качестве вклада заводятся деньги, то его оформление также имеет важное значение. Вряд ли стоит его оформлять как займ, поскольку в таком случае такие средства необходимо будет вернуть и вкладом это уже вряд ли назовешь (хотя все зависит от конкретных договоренностей между партнёрами). Так или иначе, идеальный вариант - оформить деньги в качестве вклада в имущество общества, если деньги вносятся после создания юридического лица. Если же вклад вносится на стадии создания компании, то его можно внести в оплату уставного капитала компании, благо законодательство разрешает вносить деньги в любом размере, главное чтобы их количество было равно или превышало номинальную стоимость вклада такого партнёра.

Что касается такого вклада в бизнес, как активность (деятельность) или PR или продажи, то такой вклад вряд ли получится оформить, зато можно использовать возможности опциона, который позволит вывести партнера из проекта, если его обязательства по активности, пиару, продажам или иной «активности» не будут выполнены. Механика того как это сделать описана здесь.

Третье. Необходимо определить сценарии развития некоторых наиболее важных событий будущего. Во-первых, договориться о том, в течение какого времени каждый из партнёров обязуется не выходить из компании (бизнеса). Во-вторых, определить верхний или нижний предел стоимости долей партнёров, если кто-то из них вдруг захочет продать свою долю третьему лицу. В-третьих, договориться о том, кого в качестве инвесторов (новых партнёров) они точно не хотят видеть, а кого с удовольствием примут в бизнес. В четвертых, в течение какого времени и в каких объемах дивиденды не будут распределяться между партнёрами, а будут направляться на развитие бизнеса. Все эти договоренности закрепляются в специальном документе, именуемом корпоративный договор или договор об осуществлении прав участников ООО. Конечно, существует возможность договориться по гораздо более широкому перечню вопросов, я обозначил лишь наиболее важные из них на мой личный взгляд.

Четвёртое. Ни в коем случае не забудьте зарегистрировать доменное имя сайта и товарный знак на юридическое лицо. На практике часто сталкиваются с тем, что доменное имя зарегистрировано на одного из партнёров, а товарный знак вообще не оформлен. Такое положение вещей представляет собой мину замедленного действия, ибо в цифровую эпоху интеллектуальная собственность - основной актив очень многих компаний. Тяжелее дела обстоят с аккаунтами в социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Instagram, Одноклассники и т.д.). На данный момент мне не известно о возможности зарегистрировать аккаунты (публичные страницы) проекта на компанию. Выходом из этой ситуации может служить соглашение партнёров о распределении прав на указанные активы в случае расхода. Законодательство не запрещает заключать подобного рода договоры.

Тема 15. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с финансово-кредитными учреждениями

Цель: Ознакомление с юридическим оформлением взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с финансово-кредитными учреждениями

План:

1. Порядок заключения кредитного договора. Роль финансово-кредитных учреждений в развитии предпринимательства. Критерии выбора банка для получения кредита. Принципы банковского кредитования. Кредитный договор. Порядок заключения кредитного договора. 2. Порядок открытия вновь создаваемой фирмой банковских счетов. Виды банковских счетов. Критерии выбора банка для открытия счетов. Порядок открытия банковских счетов. Должностные лица, имеющие право первой и второй подписи при операциях с банковским счетом. Содержание договора банковского счета. Обслуживание банковского счета вновь создаваемой фирмы.

Структура кредитной системы и сущность кредита. Кредитные системы развитых стран состоят из Центрального банка, банковского сектора, а также страховых и специализированных небанковских кредитно-финансовых институтов.

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

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

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

Небанковская КО — имеет право осуществлять отдельные банковские операции, предусмотренные Федеральным законом «О банках и банковской деятельности в РСФСР».

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

Банковское кредитование юридических и физических лиц на производственные и социальные нужды осуществляется при строгом соблюдении определенных принципов, которые являются главным элементом системы кредитования, так как отражают сущность и содержание кредита. Эти принципы стихийно сложились на раннем этапе развития кредита, а затем нашли отражение в кредитном законодательстве. Принципы кредитования: возвратность, платность и срочность.

Возвратность кредита — обязательность выплаты кредитору суммы основного долга на оговоренных условиях.

Срочность кредита — возврат кредитору заемных средств осуществляется не в любое подходящее для заемщика время, а в заранее оговоренные сроки возврата кредита. Срок кредитования является предельным временем, в течение которого ссудные средства находятся в распоряжении заемщика. Нарушение этого принципа заемщиком влечет за собой применение определенных санкций в форме увеличения взимаемого процента, а затем — предъявления финансовых требований в судебном порядке.

Платность кредита означает, что заемщик должен не только вернуть полученные от банка кредитные ресурсы, но и оплатить право их использования, что связано с платностью услуг, оказываемых банками при кредитовании. За предоставление банковской ссуды, как правило, взимается определенная плата в виде процентов. Размер процентной ставки устанавливается сторонами по кредитному договору.

Помимо основных принципов, выделяют три дополнительных принципа кредитования:

- обеспечение кредита означает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов кредитора при возможном нарушении заемщиком принятых на себя обязательств. Возврат банковского кредита может быть реализован с помощью залога, банковских гарантий, страхования и других способов, предусмотренных законодательством и договором между партнерами;

- целевой характер кредита распространяется на большинство видов кредитных операций и выражает необходимость целевого использования средств, полученных от кредитора;

- дифференцированный характер кредита определяет дифференцированный подход к различным категориям заемщиков со стороны КО.

Совокупное применение на практике всех условий банковского кредитования позволяет соблюдать как общегосударственные интересы, так и интересы обеих сторон кредитной сделки (кредитора и заемщика).

Виды и формы кредитов, предоставляемых предпринимателю в мировой практике выделяют следующие виды кредитов: банковский, коммерческий, потребительский, государственный, международный и ростовщический. Далее речь пойдет о банковском кредите.

Банковский кредит:

- предоставляется специализированными кредитно-финансовыми организациями, имеющими лицензию на осуществление данных операций от Центрального банка (ЦБ);

- заемщиком может быть только юридическое лицо;

- инструментом кредитных отношений является кредитный договор или кредитное соглашение;

- доход от кредита поступает кредитной организации в форме ссудного или банковского процента.

В настоящее время в мире отсутствует единая классификация банковских кредитов. Кредит, как правило, классифицируют по нескольким базовым признакам, к важнейшим из которых относятся категории кредитора и заемщика, а также форма, в которой предоставляется конкретная ссуда.

Рассмотрим более подробно основные признаки, характеризующие банковские кредиты:

1. Способы погашения. По способам погашения выделяют ссуды, погашаемые единовременным взносом со стороны заемщика, и ссуды, погашаемые в рассрочку в течение всего срока действия кредитного договора. Первые используются при краткосрочном кредитовании для покрытия текущих потребностей в наличных средствах. Вторые используются при долгосрочных ссудах и, как правило, при среднесрочных. К этой группе относятся такие виды кредитов, как вексельные, лизинг, факторинг, форфейтинг и др.

2. Сроки погашения. В зависимости от срока погашения ссуды подразделяются на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные. Российские банки занимаются в основном краткосрочным кредитованием, предоставляя ссуды на срок 1—6 месяцев, что связано с нестабильным положением на рынке ссудных капиталов и в экономике в целом. В развитых странах популярны среднесрочные и долгосрочные кредиты,

3. Наличие обеспечения. Важным элементом кредитования выступает обеспеченность банковских ссуд. В роли обеспечения может быть любое имущество,

принадлежащее заемщику на правах собственности, например, собственность или ценные бумаги. При нарушении заемщиком своих обязательств это имущество переходит в собственность банка, который после реализации возмещает понесенные убытки. Ссуды без обеспечения называются доверительными, единственной формой обеспечения возврата в этом случае служит кредитный договор. При выдаче такой ссуды учитываются высокая репутация заемщика, его финансовое положение, его будущий доход, а также соблюдение заемщиком правил кредитования в прошлом.

В случае предоставления ссуды под гарантии третьих лиц существует юридически оформленное обязательство со стороны гаранта (юридического лица, пользующегося доверием со стороны кредитора или органа государственной власти) возместить фактически нанесенный банку ущерб при нарушении заемщиком условий кредитного договора.

4. Способ взимания ссудного процента. Процент по ссуде может выплачиваться в момент погашения ссуды, либо равномерными взносами заемщика в течение всего срока действия кредитного договора (что характерно для оплаты средне и долгосрочных ссуд), либо процент может удерживаться банком в момент непосредственной выдачи ссуды заемщику. Последняя форма широко применялась российскими коммерческими банками в период нестабильной экономической ситуации в 1993— 1995 гг., в то время как для развитой экономики такие ссуды нехарактерны.

5. Виды процентных ставок. Банковские ссуды могут быть выданы на условиях фиксированной или плавающей процентной ставки. В первом случае ставка устанавливается на весь период кредитования и не подлежит пересмотру, во втором процентные ставки изменяются в зависимости от ситуации, складывающейся на кредитных рынках. В России преобладают фиксированные процентные ставки.

6. Целевое назначение. Банковские ссуды могут иметь общий характер, использоваться заемщиком по своему усмотрению для удовлетворения любых потребностей в финансовых ресурсах (характерен для краткосрочных ссуд). Целевые ссуды предполагают, что заемщик должен использовать выделенные банком ресурсы исключительно для решения задач, определенных условиями кредитного договора. Нарушение обязательств влечет за собой применение к заемщику установленных договором санкций (досрочный отзыв кредита или увеличение процентной ставки).

7. Категории заемщиков. Распределяя ссуды по категориям потенциальных заемщиков, можно выделить: коммерческие ссуды, которые предоставляются предприятиям и предпринимателям в сфере торговли и услуг; аграрные ссуды (в современных российских условиях они осуществляются в основном по линии государственного кредита, что связано с тяжелым финансовым состоянием большинства заемщиков—аграрных структур); ссуды посредникам на фондовой бирже предоставляются брокерским, маклерским и дилерским фирмам, осуществляющим операции по купле-продаже ценных бумаг; ипотечные ссуды предоставляются обычными и специализированными ипотечными банками владельцам недвижимости; межбанковские ссуды — наиболее распространенная форма хозяйственного взаимодействия между КО.

Банковские кредиты детализируются и по другим признакам. Их подразделяют в зависимости от валюты, которая используется в процессе кредитования, от того, лимитируется или нет ссудная задолженность, а также в зависимости от размера кредита.

В отечественной практике к разряду крупных кредитов относят ссуды, размер которых одному заемщику превышает 5% капитала банка.

Условия предоставления кредитов и этапы кредитования

Одна из основных особенностей практики кредитования в России состоит в том, что у российских банков отсутствует единая нормативная и методологическая база организации кредитного процесса. Банковские инструкции, которые ориентировались на советскую распределительную систему, оказались неприемлемыми для условий рынка.

Поэтому каждый банк, исходя из своего опыта, вырабатывает свои подходы, свою систему кредитования, основываясь на существующем международном и отечественном опыте по улучшению возвратности ссуд и упорядочению отношений с клиентом.

Основные условия кредитования:

соблюдение требований, предъявляемых к основным элементам кредитования;

совпадение интересов обеих сторон кредитной сделки;

возможность банка кредитора и заемщика выполнять свои обязательства;

соблюдение принципов кредитования;

возможность реализации залога и наличие гарантий;

обеспечение коммерческих интересов банка;

планирование взаимоотношений сторон кредитной сделки.

Кредитный процесс начинается со дня выдачи ссуды.

Однако до этого момента и вслед за ним проходит значительная работа между клиентом заемщиком и банком кредитором:

Этап 1. Переговоры о кредите. Предложение о выдаче кредита может исходить как от клиента, так и от банка. В отечественных условиях клиент ищет банк, который может выдать ссуду. В западной практике типичной является ситуация, когда банк ищет клиента, предлагая ему свой продукт, в том числе кредиты под различные условия.

Этап 2. Рассмотрение конкретного проекта. Неустойчивость экономической ситуации, инфляция приводят к особой осторожности в оценке российскими банками кредитоспособности клиента, объекта кредитования и надежности обеспечения, качества залога и гарантий. В коммерческих банках России задачи этого этапа возлагаются обычно на кредитный отдел (управление) или в банке выделяются специальные аналитические подразделения, которые делают всестороннюю оценку кредитуемого мероприятия.

Крупные кредиты, как правило, рассматриваются на кредитном комитете банка. К заседанию этого комитета прорабатываются все экономические и юридические вопросы, принимается окончательное решение, определяются конкретные условия кредитования.

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

Этап 4. Использование кредита и контроль за кредитными операциями: соблюдение лимита кредитования (кредитной линии) целевым использованием кредита, уплатой ссудного процента, полнотой и своевременностью возврата ссуд. На этом этапе банк не прекращает работу по оперативному и традиционному анализу кредитоспособности и финансовых результатов работы клиента — могут проводиться встречи, переговоры с клиентом, уточняются условия и сроки кредитования.

Тема 16. Ответственность предпринимателя за правонарушения в процессе создания собственного дела

Цель: Ознакомление с основными правонарушениями в процессе создания собственного дела

План:

1. Понятие юридической ответственности. Статус предпринимателя. Юридическая ответственность предпринимателя. Материальная ответственность. Административная ответственность. Уголовная ответственность.

2. Ответственность предпринимателя за правонарушения в процессе создания собственного дела. Основные виды правонарушений предпринимателей в процессе создания собственного дела. Осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации и лицензии. Лжепредпринимательство. Незаконное получение кредитов, льгот, освобождения от налогов. Уклонение от налогов. Незаконное использование чужого товарного знака.

В общей форме под ответственностью предпринимателей понимается обязанность, необходимость совершить определенные действия, направленные на восстановление неисполненных установленных (договором) обязательств, нарушенных прав хозяйствующих субъектов, клиентов работников, государства.

Предприниматели несут юридическую ответственность, которая представляет собой установленную правовыми нормами обязанность предпринимателей претерпевать неблагоприятные последствия при неисполнении ими установленных нормами права (законами) и договорами обязанностей и обязательств.

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 является имущественной, носит компенсационный характер, так как главная цель ее применения – восстановление прав потерпевшей стороны (кредитора). С точки зрения уровня (роли) ответственности виновной стороны гражданская ответственность подразделяется на долевую, солидарную, субсидиарную и смешанную.

Солидарная обязанность (ответственность), или солидарное требование, возникает, если солидарность обязанности (или требования) предусмотрена договором или установлена законом, в частности при неделимости предмета обязательства.

Субсидиарной ответственностью является дополнительная ответственность лица или сторон, которые наряду с должником отвечают перед кредиторами за надлежащее исполнение обязательства в случаях, предусмотренных законом или договором.

Смешанной ответственностью является ответственность, возникающая при неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательства по вине обеих сторон.

Предприниматель как собственник организации (предприятия) в соответствии с трудовым правом устанавливает материальную ответственность работников за причиненный предпринимателю ущерб по их вине. Материальная ответственность может быть установлена лишь за ущерб, который возник в результате противоправного или виновного поведения работников.

Административная ответственность предпринимателей и должностных лиц предпринимательских организаций установлена за совершение ими административного правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности.

Уголовная ответственность – это в соответствии с положениями УК РФ вид юридической ответственности предпринимателей, возникающий при совершении противоправных действий в процессе предпринимательской деятельности.

Лжепредпринимательство - преступление в сфере экономической деятельности, предусмотренное ст. 173 УК РФ и представляющее собой создание коммерческой организации без намерения осуществлять предпринимательскую или банковскую деятельность, имеющее целью получение кредитов, освобождение от налогов, извлечение иной имущественной выгоды или прикрытие запрещенной деятельности, причинившее крупный ущерб гражданам, организациям или государству.

Объективная сторона лжепредпринимательства включает:

- создание коммерческой организации;
- отсутствие намерения осуществлять предпринимательскую или банковскую деятельность;
- цели, противоречащие закону;
- причинение крупного ущерба;
- причинную связь между деянием и ущербом.

Создание коммерческой организации происходит по основаниям и в форме, предусмотренным гражданским и иным законодательством. Коммерческая организация создается как юридическое лицо в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных предприятий и регистрируется в установленном порядке. Создание коммерческой организации завершается формальным, соответствующим закону признанием ее в качестве юридического лица, отвечающего признакам, установленным законом, а именно в момент его государственной регистрации (см. "Незаконное предпринимательство").

Лжепредпринимательство не распространяется на "лжерегистрацию" индивидуального предпринимателя. Нарушение порядка регистрации коммерческой организации или уклонение от регистрации образует состав незаконного предпринимательства.

Отсутствие намерения осуществлять предпринимательскую или банковскую деятельность имеет место при мнимом создании коммерческой организации, т. е. при отсутствии намерения субъекта выполнять действия, вытекающие из факта существования коммерческой организации. Такое отсутствие намерения проявляется в бездействии, т. е. в невыполнении обязанностей, вытекающих из учредительных документов юридического лица, в течение времени, которое необходимо и достаточно для исполнения этих обязанностей в соответствии с обычаями делового оборота, как они регламентированы в ст. 5 ГК РФ.

Состав преступления - материальный. Преступление окончено в момент наступления последствия в виде причинения крупного ущерба гражданам, организациям или государству.

Крупный ущерб может состоять как в реальном ущербе, так и в упущенной выгоде. Оценка ущерба определяется судом исходя из обстоятельств дела. Крупный ущерб должен находиться в причинной связи как с действиями по созданию коммерческой организации, так и с бездействием в виде невыполнения обязанностей, вытекающих из учредительных документов.

Лжепредпринимательство совершается с косвенным умыслом (по отношению к последствиям) и специальной целью (альтернативно: получение кредитов, освобождение от налогов, извлечение иной имущественной выгоды или прикрытие запрещенной деятельности). Цель получения кредитов, освобождения от налогов, извлечения ивой имущественной выгоды достигается совершением незаконных действий, т. е. получением льгот, преимуществ и выгод, которые лицо не вправе иметь, не осуществляя деятельности, предусмотренной учредительными документами.

Прикрытие запрещенной деятельности состоит в систематическом совершении притворных сделок (п. 2 ст. 170 ГК РФ), в результате которых достигаются иные последствия, чем предусмотренные в учредительных документах.

2. Методические рекомендации к практическим занятиям

Практические занятия являются одним из видов занятий при изучении курса дисциплины и включают самостоятельную подготовку студентов по заранее предложенному плану темы, конспектирование предложенной литературы, составление схем, таблиц, работу со словарями, учебными пособиями, первоисточниками, написание эссе, подготовку докладов, решение задач и проблемных ситуаций.

Целью практических занятий является закрепление, расширение, углубление теоретических знаний, полученных на лекциях и в ходе самостоятельной работы, развитие познавательных способностей.

Задачей практического занятия является формирование у студентов навыков самостоятельного мышления и публичного выступления при изучении темы, умения обобщать и анализировать фактический материал, сравнивать различные точки зрения,

определять и аргументировать собственную позицию. Основой этого вида занятий является изучение первоисточников, повторение теоретического материала, решение проблемно-поисковых вопросов. В процессе подготовки к практическим занятиям студент учится:

1) самостоятельно работать с научной, учебной литературой, научными изданиями, справочниками;

2) находить, отбирать и обобщать, анализировать информацию;

3) выступать перед аудиторией;

4) рационально усваивать категориальный аппарат.

Самоподготовка к практическим занятиям включает такие виды деятельности как:

1) самостоятельная проработка конспекта лекции, учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы;

2) конспектирование обязательной литературы; работа с первоисточниками (является основой для обмена мнениями, выявления непонятного);

3) выступления с докладами (работа над эссе и домашними заданиями и их защита);

4) подготовка к опросам и контрольным работам и экзамену.

Собранные сведения, источники по определенной теме могут служить основой для выступления с докладом на занятиях по дисциплине.

Доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает сущность исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Различают устный и письменный доклад (по содержанию, близкий к реферату). Выступление с докладом выявляет умение работать с литературой; способность раскрыть сущность поставленной проблемы одногруппникам, ее актуальность; общую подготовку в рамках дисциплины.

Для того чтобы проверить, правильно ли определены основные ориентиры работы над докладом, студент должен ответить на следующие вопросы:

тема → как это назвать?

проблема → что надо изучить из того, что ранее не было изучено?

актуальность → почему данную проблему нужно в настоящее время изучать?

объект исследования → что рассматривается?

предмет исследования → как рассматривается объект, какие новые отношения, свойства, аспекты, функции раскрывает данное исследование?

цель → какой результат, работающий над темой, намерен получить, каким он его видит?

задачи → что нужно сделать, чтобы цель была достигнута?

гипотеза и защищаемые положения → что не очевидно в объекте, что докладчик видит в нем такого, чего не замечают другие?

Отличительной чертой доклада является научный стиль речи. Основная цель научного стиля речи – сообщение объективной информации, доказательство истинности научного знания.

Этапы работы над докладом:

подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата, рекомендуется использовать не менее 4–10 источников);

составление библиографии;

обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений;

разработка плана доклада;

написание;

публичное выступление с результатами исследования.

Общая структура такого доклада может быть следующей:

1) формулировка темы выступления;

2) актуальность темы (чем интересно направление исследований, в чем заключается его важность, какие ученые работали в этой области, каким вопросам уделялось недостаточное внимание в данной теме, почему выбрана именно эта тема для изучения);

3) цель работы (в общих чертах соответствует формулировке темы выступления и может уточнять ее);

4) задачи исследования (конкретизируют цель работы, «раскладывая» ее на составляющие);

5) методика проведения сбора материала (подробное описание всех действий, связанных с получением результатов);

6) результаты. Краткое изложение новой информации, которую получил докладчик в процессе изучения темы. При изложении результатов желательно давать четкое и немногословное истолкование новым мыслям. Желательно продемонстрировать иллюстрированные книги, копии иллюстраций, схемы;

7) выводы. Они кратко характеризуют основные полученные результаты и выявленные тенденции. В заключении выводы должны быть пронумерованы, обычно их не более четырех.

При подготовке к сообщению (выступлению на занятии по какой-либо проблеме) необходимо самостоятельно подобрать литературу, важно использовать и рекомендуемую литературу, внимательно прочитать ее, обратив внимание на ключевые слова, выписав основные понятия, их определения, характеристики тех или иных явлений культуры. Следует самостоятельно составить план своего выступления, а при необходимости и записать весь текст доклада.

Если конспект будущего выступления оказывается слишком объемным, материала слишком много и сокращение его, казалось бы, невозможно, то необходимо, тренируясь, пересказать в устной форме отобранный материал. Неоценимую помощь в работе над докладом оказывают написанные на отдельных листах бумаги записи краткого плана ответа, а также записи имен, дат, названий, которыми можно воспользоваться во время выступления. В то же время недопустимым является безотрывное чтение текста доклада, поэтому необходимо к нему тщательно готовиться. В конце выступления обычно подводят итог, делают выводы.

Рекомендуемое время для выступления с сообщением на практическом занятии составляет 7-10 минут. Поэтому при подготовке доклада из текста работы отбирается самое главное.

Тема 1. Сущность и содержание процесса создания собственного дела

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и содержание процесса создания собственного дела.
2. Фиксированное выступление: «Характеристика современной российской предпринимательской среды».
3. Фиксированное выступление: «Портрет современного российского предпринимателя».
4. Функции, реализуемые предпринимателем в процессе создания собственного дела.
5. Основные этапы процесса создания собственного дела.
6. Фиксированное выступление: «История создания одного из российских предприятий».

Тема 2. Основные направления исследования предпринимательской среды при создании собственного дела

Вопросы для обсуждения

1. Предпринимательская идея и цели создания собственного дела.

2. Решение практической задачи: постановка целей создания конкретного предприятия.

3. Информационное обеспечение создания собственного дела.

4. Фиксированное выступление: «Использование возможностей Internet при создании собственного дела».

5. Основные направления исследования предпринимательской среды при создании собственного дела.

6. Решение практической задачи: анализ структурных элементов конкретного рынка

Оценить эффективность участия инвесторов в проекте. Проведите анализ рисков.

Задача 1 «Определение экономического эффекта от снижения трудоемкости работ»

Определить наиболее эффективный вариант механизации работ в конструкторском бюро. Ожидаемые снижения трудоемкости работ по их видам для каждого варианта механизм представленных в таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для расчетов.

| Виды работ | Коэффициент снижения трудоемкости по вариантам механизации работ (K_c), % | | | Количество сотрудников в отделе (N_i), чел. | Средняя годовая зарплата 1 работника ($L_{год}$), ден. ед. |
|--|---|------------|------------|---|--|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| 1. Расчетные работы | 30 | 10 | 50 | 6 | 1650 |
| 2. Конструкторские работы | 25 | 30 | 5 | 75 | 1750 |
| 3. Прочие работы | 40 | 25 | 12 | 18 | 1200 |
| Дополнительные данные для расчетов: | | | | | |
| 1. Годовые затраты на использование средств механизации (S_i), денежных ед. | 38000 | 15000 | 35000 | | |
| 2. Стоимость средств механизации (K_i), ден. ед. | 24000 0 | 16000 0 | 12000 0 | | |
| 3. Коэффициент дополнительной заработной платы и начислений по социальному страхованию ($K_{доп}$) | 1,3 | | | | |
| 4. Накладные расходы по конструкторскому бюро ($K_{нр}$), % | 80 | | | | |

Методические указания к задаче 4.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Определите годовую экономию с учетом снижения трудоемкости работ:

$$\mathcal{E}_{год\ i} = \sum_{i=1}^m L_{год} \cdot N_i \cdot \frac{K_c}{100} \cdot \left(K_{доп} + \frac{K_n}{100} \right),$$

где: $m=1..3$ – количество видов работ.

2. Определите годовую экономию с учетом затрат по использованию средств механизации:

$$\mathcal{E}_i = \mathcal{E}_{год\ i} - S_i,$$

Если значение $\mathcal{E}_i < 0$, то такой вариант механизации работ из дальнейших расчетов выбывает, т.к. это свидетельствует о том, что данный вариант является убыточным и не обеспечивает экономию суммарных текущих затрат по конструкторскому бюро.

3. Определите коэффициент экономической эффективности:

$$K_{эф} = \frac{\mathcal{E}_i}{K_i},$$

По результатам расчетов выбирается вариант, имеющий наибольшее значение Кэф.

4. Определите экономическую эффективность при внедрении наилучшего варианта механизации:

$$\mathcal{E}f_i = \mathcal{E}_i - \mathcal{E}_u$$

5. Результаты расчетов оформить в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты расчетов.

| Показатели | Варианты механизации работ | | |
|--|----------------------------|---|---|
| | 1 | 2 | 3 |
| 1. Годовая экономия с учетом снижения трудоемкости работ, ден. ед. | | | |
| 2. Годовая экономия с учетом затрат по использованию средств механизации, ден. ед. | | | |
| 3. Коэффициент экономической эффективности | | | |
| 4. Экономическая эффективность при внедрении наилучшего варианта механизации, ден. ед. | | | |

Задача 2 «Определение вероятности получения прибыли»

При вложении капитала в инновационный проект №1 из 120 возможных случаев прибыль в размере 12,5 млн. руб. может быть получена в 48 случаях из 120; 20 млн. руб. – в 42 случаях; 12 млн. руб. – в 30 случаях.

Аналогично при выполнении проекта №2: прибыль в размере 15 млн. руб. может быть получена в 36 случаях из 120; 20 млн. руб. – в 60 случаях; 27,5 млн. руб. – в 24 случаях.

Определить:

1. Вероятность получения соответствующей прибыли по каждому из вариантов вложения капитала.

2. Среднее ожидаемое значение прибыли для каждого варианта.

3. Дисперсию и среднеквадратическое отклонение ожидаемого результата.

4. Коэффициент вариации.

5. Выбрать наиболее выгодный вариант инвестирования.

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Вероятность получения соответствующей прибыли по каждому из вариантов вложения капитала:

$$B_i = \frac{m_i}{n},$$

где: m_i – число случаев получения прибыли из всего возможных; n – число всех случаев.

2. Среднее ожидаемое значение прибыли для каждого варианта.

$$\overline{PP}_i = \sum PP_i \cdot B_i,$$

3. Дисперсия: $\sigma_i^2 = \sum (PP_i - \overline{PP}_i)^2 \cdot B_i,$

среднеквадратическое отклонение ожидаемого результата.

$$\sigma_i = \sqrt{\sigma_i^2},$$

4. Коэффициент вариации.

$$V_i = \frac{\sigma_i}{\overline{PP}_i} \cdot 100\%,$$

5. Выбрать наиболее выгодный вариант инвестирования.

Задача 3 «Выбор направления инвестирования на основе оценки степени риска»

Существует следующая структура инвестиционных проектов предприятия (таблица 3). Известно, что прибыль прошлого года установлена на уровне 150 млн. руб. Определить наиболее выгодный вариант финансирования.

Таблица 3 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Наименование проекта | вероятность получения прибыли | степень роста финансового результата, % | прирост суммы прибыли, млн. руб. | общая сумма прибыли с учетом прироста, млн. руб. | дисперсия, млн. руб. | среднеквадратическое отклонение, млн. руб. | коэффициент вариации, % | среднее ожидаемое значение прибыли, млн. руб. | выбор проекта (от 1 до 6 по степени предпочтительности) |
|---|-------------------------------|---|----------------------------------|--|----------------------|--|-------------------------|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. Финансирование рекламных проектов | 0,2 | 15 | | | | | | | |
| | 0,3 | 10 | | | | | | | |
| | 0,5 | 8 | | | | | | | |
| 2. Капиталовложения на установление новых производственных линий по выпуску продукции | 0,1 | 17 | | | | | | | |
| | 0,3 | 9 | | | | | | | |
| | 0,6 | 7 | | | | | | | |
| 3. Затраты на обновление упаковки продукции | 0,2 | 15 | | | | | | | |
| | 0,3 | 12 | | | | | | | |
| | 0,5 | 11 | | | | | | | |
| 4. Инвестирование покупки нового оборудования | 0,4 | 10 | | | | | | | |
| | 0,2 | 14 | | | | | | | |
| | 0,4 | 10 | | | | | | | |
| 5. Финансирование маркетинговых исследований по поиску новых рынков сбыта | 0,6 | 4 | | | | | | | |
| | 0,3 | 10 | | | | | | | |
| | 0,1 | 7 | | | | | | | |
| 3. Инвестирование выпуска новой продукции | 0,2 | 15 | | | | | | | |
| | 0,1 | 20 | | | | | | | |
| | 0,7 | 5 | | | | | | | |

Задание

Разработать проект "План инвестиционных мероприятий". Определить эффективность направлений инвестирования.

Методические рекомендации по оценке конкурентоспособности проектируемого изделия.

Задача 1 «Сравнение с конкурентами»

Предприятие осуществляет разработку системы дозирования воды. Имеется два проектных варианта. Используя исходные данные, предоставленные в таблице 1 оценить, какой из вариантов наиболее конкурентоспособен.

Таблица 1 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Полезный эффект, литров | Совокупные затраты, млн. руб. | Эффективность анализируемого образца (ЕАО), л/руб. | Оценка конкурентоспособности (К _i) | Ваш выбор ¹ |
|----------------|-------------------------|-------------------------------|--|--|--------------------------|
| 1. Проект 1 | 499 | 16,7 | | | <input type="checkbox"/> |
| 2. Проект 2 | 515 | 16,9 | | | <input type="checkbox"/> |
| 3. Конкуренты: | 486 | 16,5 | | – | – |
| А | 505 | 16,7 | | – | – |
| Б | 510 | 16,8 | | – | – |
| В | | | | | |

Методические указания.

Для расчетов используйте следующие формулы:

1. Количественная оценка конкурентоспособности (К_i):

$$K_i = \frac{\mathcal{E}_{AO}}{\mathcal{E}_{ЛК}}$$

где: ЕЛК – эффективность лучшего образца конкурента, л/руб.; ЕАО – эффективность анализируемого образца, л/руб.:

$$\mathcal{E}_{AO} = \frac{\text{эффект}}{\text{затраты}},$$

2. Сделать выбор и обосновать его.

Задача 2 «Условие совместимости: работа в команде»

В инновационном проекте участвуют совместно 4 предприятия, которые имеют следующие исходные данные.

Таблица 2 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Предприятия | | | | Общая сумма, млн. руб. |
|--|-------------|----|----|----|------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| 1. Чистая прибыль млн. р. | 25 | 30 | 10 | 34 | |
| 2. Затраты на производство продукции, млн. р. | 80 | 90 | 50 | 70 | |
| 3. Эффективность предприятия (Э _i) | | | | | – |

Определить, каким образом наиболее выгодно работать: совместно или отдельно?

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Рассчитайте эффективность для каждого предприятия в отдельности (Э_i), используя формулу из первой задачи.

2. Рассчитайте среднехронологическую эффективность (Эф):

$$\mathcal{E}ф = \frac{\mathcal{E}_1/2 + \mathcal{E}_2 + \mathcal{E}_3 + \mathcal{E}_4/2}{n-1},$$

где: Э_{1...4} – эффективность соответствующего предприятия (Э_i), n – количество предприятий.

3. Рассчитать общую эффективность (Эфобщ), позволяющую оценить эффект совместной работы над проектом:

$$\mathcal{E}ф_{общ} = \frac{\sum ПР_i}{\sum ЗТ_i},$$

где ПР_i – чистая прибыль соответствующего предприятия; ЗТ_i – затраты на производство продукции соответствующего предприятия.

4. Сделать выводы.

Задача 3 «Кто вносит наибольший вклад в общее дело?»

¹ Поставьте знак «+» напротив соответствующего проекта.

Процесс разработки инновационного проекта состоит из 5 взаимосвязанных процессов, каждым из которых руководит отдельное подразделение. На основании исходных данных определить, какое подразделение вносит наибольший вклад в разработку проекта.

Таблица 3 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Общая сумма, тыс. руб. | Подразделение | | | | |
|--|---------------------------|---------------|------|------|----------|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Затраты по подразделению тыс. руб. | | 219 0 | 3820 | 2430 | 327 0 | 2930 |
| 1.1 Доля затрат подразделения в общей их сумме, ед. | | | | | | |
| 2. Чистая прибыль тыс. руб. | | 230 | 170 | 310 | 280 | 150 |
| 2.1 Доля чистой прибыли подразделения в общей сумме, ед. | | | | | | |
| 3. Коэффициент эффективности ($K_{эф}$) | – | | | | | |

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Коэффициент эффективности рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{эф i} = \frac{\text{доля } ПР_i}{\text{доля } ЗТ_i},$$

2. Сделать выводы.

Тема 3. Управление предпринимательским риском на этапе принятия решения о создании собственного дела

Вопросы для обсуждения

1. Понятие предпринимательского решения.
2. Основные процедуры выработки и принятия решения о создании собственного дела.
3. Понятие и виды предпринимательского риска.
4. Управление предпринимательским риском на этапе принятия решения о создании собственного дела.
5. Решение практической задачи: снижение уровня предпринимательского риска конкретного проекта создания собственного дела.

Методические рекомендации по анализу инвестиционной привлекательности проекта

Задача 1 «Определение NPV»

Чистые денежные поступления от инвестиций в инновационный проект должны составить к концу первого года – 7 млн. руб., второго года – 8млн. руб., третий – 6 млн. руб., четвертый год – 5 млн. руб.

Первоначальные инвестиции в проект – 15 млн. руб. Определить следует ли осуществлять данный проект, если ставка доходности 20%.

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Определите чистый дисконтированный доход от проекта (NPV):

$$NPV = -I + \sum_{t=1}^t \frac{K_t}{(1+i)^t},$$

, где: I – первоначальные инвестиции в проект, млн. руб; t – продолжительность проекта, лет; K_t – чистые денежные поступления от проекта по годам, млн. руб.; i – ставка доходности проекта, ед.

2. Сделать выводы и обосновать их.

Задача 2 «Инвестиционная привлекательность»

Ожидается, что инвестиционный проект обойдется предприятию в 45 млн. руб. При этом срок реализации проекта – 5 лет. Расчетная ставка доходности 14%. Определить эффективность инвестиций в данный проект, рассчитав чистую текущую стоимость денежных поступлений. Исходные данные представлены в таблице 1:

Таблица 1 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Года | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Объем реализации, млн. руб. | 10000 | 14000 | 18000 | 12000 | 10000 |
| 2. Цена реализации, руб. | 2300 | 2500 | 2500 | 2800 | 2800 |
| 3. Средние переменные издержки (руб./шт.) | 1000 | 1000 | 1200 | 1200 | 1400 |
| 4. Выручка от реализации, тыс. руб. | | | | | |
| 5. Переменные издержки на весь выпуск продукции, тыс. руб. | | | | | |
| 6. Маржинальная прибыль (п.4-п.5) | | | | | |
| 7. Налоги, тыс. руб. | 4000 | 4000 | 4000 | 4000 | 4000 |
| 8. Чистые денежные поступления (п6-п7) | | | | | |

Методические указания. Последовательность расчетов и необходимые формулы: 1. Рассчитайте чистые денежные поступления от проекта на основе данные приведенных в таблице. 2. Определите чистый дисконтированный доход. 3. Сделать выводы и обосновать их.

Задача 3 «Какой проект выбрать?»

Рассчитать суммарную текущую стоимость двух инвестиционных проектов и сравнить их по предпочтительности реализации. Исходные данные представлены в таблице 2.

Методические указания.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Выручка от реализации (BP_i) по годам определяется нарастающим итогом по следующей схеме:

Выручка первого года: $BP_1 = Q \cdot C_{ед}$,

$$BP_n = BP_{n-1} \cdot \frac{Y_{дп}}{100},$$

Выручка последующих лет:

2. Аналогично определяется величина затрат на весь выпуск продукции.

3. После того, как определите прибыль, рассчитайте показатель PV по формуле:

$$PV = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{(1+i)^t}$$

, где: t – продолжительность проекта, лет; K_t – прибыль от проекта по годам, млн. руб.; i – ставка доходности проекта, ед.

4. Результаты расчетов представить в виде таблиц 3 и 4.2

5. Сделать выводы и обосновать их.

Таблица 2 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Проект | Проект |
|--|--------|--------|
| | 1 | 2 |
| 1. Период реализации, лет | 5 | 4 |
| 2. Ставка доходности, % | 12 | 16 |
| 3. Объем реализации продукции за 1 год (Q), шт. | 11252 | 11323 |
| 4. Цена на единицу продукции период ($C_{ед}$), руб. | 150 | 160 |
| 5. Затраты на единицу продукции ($Z_{ед}$), руб. | 120 | 135 |
| 6. Увеличение объема денежных поступлений ($Y_{дп}$) нарастающим | 10 | 15 |

² До или после таблицы привести подробные расчеты по всем показателям в целях наиболее эффективной проверки ваших результатов.

| | | |
|--------------------|--|--|
| итогом по годам, % | | |
|--------------------|--|--|

Таблица 3 – Результаты расчетов по проекту №1

| Показатели | Года | | | | |
|--|------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 Выручка от реализации, тыс. руб. | | | | | |
| 2. Затраты на весь выпуск, тыс. руб. | | | | | |
| 3. Прибыль, тыс. руб. | | | | | |
| 4. Суммарная текущая стоимость (PV), тыс. руб. | | | | | |

Таблица 4 – Результаты расчетов по проекту №2

| Показатели | Года | | | |
|--|------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 Выручка от реализации, тыс. руб. | | | | |
| 2. Затраты на весь выпуск, тыс. руб. | | | | |
| 3. Прибыль, тыс. руб. | | | | |
| 4. Суммарная текущая стоимость (PV), тыс. руб. | | | | |

Тема 4. Основные варианты начала осуществления предпринимательской деятельности

Вопросы для обсуждения

1. Сферы предпринимательской деятельности.
2. Основные способы начала осуществления предпринимательской деятельности.
3. Преимущества и критерии субъекта малого предпринимательства.
4. Фиксированное выступление: «Становление и развитие малого предпринимательства в Российской Федерации».
5. Организационно-правовые формы предприятий.
6. Решение практической задачи: выбор и обоснование каждым студентом конкретного варианта начала осуществления предпринимательской деятельности.

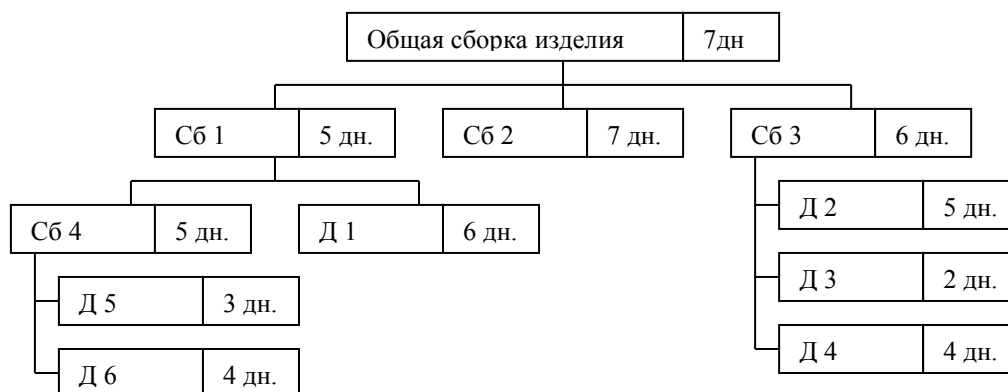
Задание

Разработать модель бизнес – процессов для предприятия обрабатывающей промышленности

Методические рекомендации по построению общей схемы сборки изделия

Задача 1

Определить продолжительность производственного цикла (Тпц) графическим методом. Общая схема сборки изделия представлена на рисунке:



Задача 2

Определить продолжительность производственного цикла (Тпц) графическим методом. Общая схема сборки изделия представлена на рисунке. При этом детали пролеживают на складе 2 дня, продолжительность испытаний – 5 дней.

Методические указания.

Производственный цикл сложного процесса можно определить по формуле:

$$T_{ц}^{сл} = \left(\sum_{i=1}^m T_{ци} \right)_{\max} + \sum T_{мц},$$

где: $T_{ци}$ – циклы изготовления деталей сборочных процессов; m – количество последовательно связанных между собой сборочных процессов; $T_{мц}$ = малые производственные циклы.

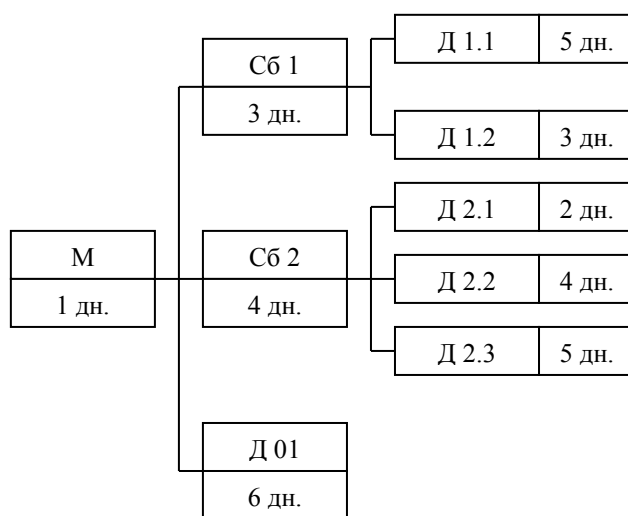
Например, для приведенной выше задачи получим:

$T_{ц} Сб.1 = (5 \text{ дн. Д1.1} + 3 \text{ дн. Сб.1}) + (2 \text{ дн. склад Д1.1} + 2 \text{ дн. склад Сб.1}) = 12 \text{ дн.}$ (т.к. $T_{ц} Д1.2 < T_{ц} Д1.1$, то Д1.2 в расчет не берем).

$T_{ц} Сб.2 = (5 \text{ дн. Д2.3} + 4 \text{ дн. Сб.2}) + (2 \text{ дн. склад Д1.1} + 2 \text{ дн. склад Сб.1}) = 13 \text{ дн.}$

$T_{ц} Д01 = 6 \text{ дн. Д01} + 2 \text{ дн. склад Д01} = 8 \text{ дн.}$

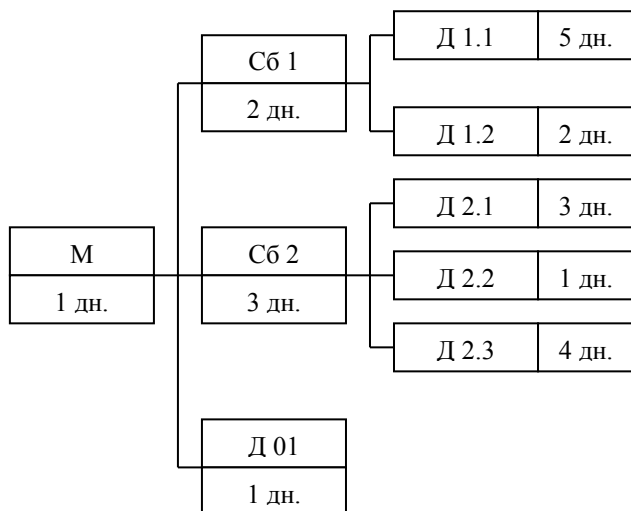
Т.к. $T_{ц} Д01 < T_{ц} Сб.1 < T_{ц} Сб.2$, то $T_{ц} общ = T_{ц} Сб.2 + T_{ц} М + 5 \text{ дн. испытаний} = 13 + 1 + 5 = 19 \text{ дней.}$



Задача 3

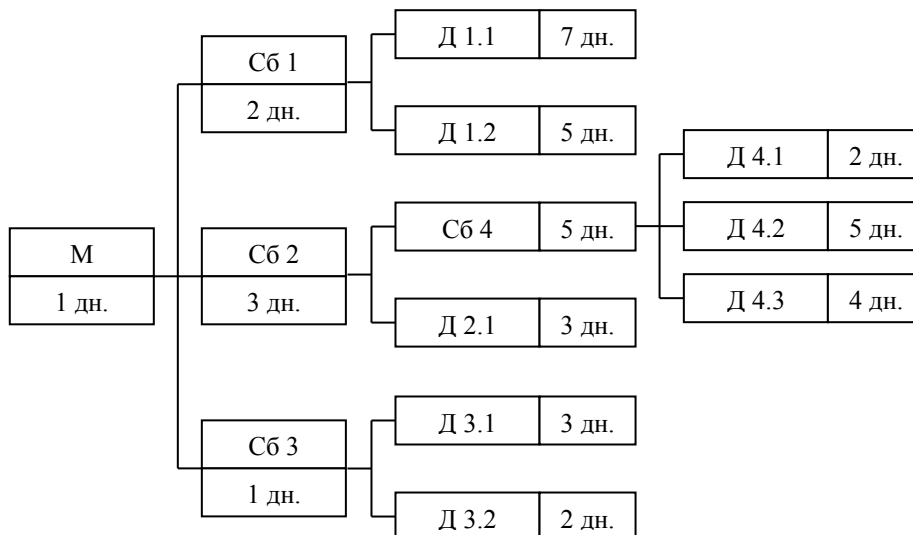
Определить продолжительность производственного цикла ($T_{пц}$) графическим методом и с помощью расчетов, используя общую схему сборки изделия, представленную на рисунке.

При этом детали пролеживают на складе 1 дня, продолжительность испытаний – 3 дня.



Задача 4

Определить продолжительность производственного цикла (Т_{пц}) графическим методом и с помощью расчетов, используя общую схему сборки изделия, представленную на рисунке. При этом детали пролеживают на складе 2 дня, продолжительность испытаний – 5 дней.



Тема 5. Разработка бизнес-плана вновь создаваемой фирмы

Вопросы для обсуждения

1. Сущность и основные направления планирования создания собственного дела.
2. Решение практической задачи: расчет инвестиций, необходимых для создания конкретного собственного дела.
3. Структура и содержание бизнес-плана вновь создаваемой фирмы.
4. Применение современных информационных технологий при разработке бизнес-планов.
5. Решение практической задачи: разработка одного из разделов бизнес-плана конкретной вновь создаваемой фирмы.

Задание

Составить «Финансовую модель» и определить «Дефицит денежных средств» и «Стратегию финансирования» учебного

Методические рекомендации по оценке эффективности инновационного проекта.

Задача 1 «Учет фактора времени в инновационном проектировании»

В производство внедряется новый агрегат по упаковке продукции. Определить экономический эффект от использования данного агрегата с учетом фактора времени, а так же величину удельных затрат, если ставка доходности проекта составляет 10%. Продолжительность проекта 6 лет.

Таблица 1 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Время существования проекта | | | | | | Общая сумма, тыс. руб. |
|--|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| 1. Результаты (P_i), тыс. руб. | 14260 | 15812 | 16662 | 18750 | 26250 | 27750 | |
| 2. Дисконтированный доход (P_{di}), тыс. руб. | | | | | | | |
| 3. Затраты на производство (Z_i), тыс. руб. | 996 | 4233 | 10213 | 18140 | 18391 | 20148 | |
| 4. Дисконтированные затраты по проекту (Z_{di}), тыс. руб. | | | | | | | |
| 5. Коэффициент дисконтирования (L) | | | | | | | |

Методические указания к задаче 1.

Последовательность расчетов и необходимые формулы:

1. Рассчитайте коэффициент дисконтирования для каждого года проекта по формуле:

$$L_t = \frac{1}{(1+i)^t},$$

где: i – ставка доходности; t – период времени, год ($t=1 \dots 6$).

2. Рассчитайте величину дисконтированных доходов и затрат на каждый год по формулам:

$$P_{di} = P_{di} \cdot L_t \quad \text{и} \quad Z_{di} = Z_{di} \cdot L_t.$$

3. Рассчитайте экономический эффект от использования данного агрегата с учетом фактора времени по формуле:

$$\text{Эф} = \sum_{i=1}^6 P_{di} - \sum_{i=1}^6 Z_{di},$$

4. Рассчитайте величину удельных затрат по формуле:

$$Y_{3T} = \frac{\sum_{i=1}^6 Z_{di}}{\sum_{i=1}^6 P_{di}},$$

5. Сделайте вывод.

Задача 2 «Расчет рентабельности проекта»

Предприятие внедряет 3 изобретения. Исходные данные приведены в таблице 2. Определить какое из них более рентабельное.

Таблица 2 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Изобретение 1 | Изобретение 2 | Изобретение 3 |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|
| Инвестиции, тыс. руб. | 446,5 | 750,6 | 1250 |
| Доходы, тыс. руб. | 640,2 | 977,5 | 1475,5 |
| Рентабельность, %. | | | |

Методические указания к задаче 2.

Рентабельность изобретения в данном случае может быть рассчитана как соотношение получаемых денежных поступлений к затратам по проекту.

Задача 3 «Метод приведенных затрат»

Разработаны варианты изобретения, рассчитать наиболее эффективный вариант использования метод приведения затрат.

Таблица 3 – Исходные данные и результаты расчетов.

| Показатели | Вариант 1 | Вариант 2 | Вариант 3 | Ваш выбор |
|--|-----------|-----------|-----------|--------------------------|
| 1. Инвестиции (K_i), млн. руб. | 22500 | 27600 | 19700 | <input type="checkbox"/> |
| 2. Издержки производства на единицу продукции, руб. | 13600 | 14700 | 13700 | <input type="checkbox"/> |
| 3. Годовой объем производства тыс. шт. | 700 | 1100 | 2500 | <input type="checkbox"/> |
| 4. Затраты на весь выпуск продукции (C_i), млн. руб. | | | | <input type="checkbox"/> |
| 5. Сумма приведенных затрат (Z_{ni}), млн. руб. | | | | <input type="checkbox"/> |

Методические указания к задаче 3.

Приведенные затраты можно рассчитать по следующей формуле:

$$Z_{ni} = C_i + Э_i \cdot K_i$$

где: $Э_i$ – эффективность инвестиций ($Э_i=0,15$ или 15%).

Тема 6. Учредительное собрание хозяйственного общества

Вопросы для обсуждения

1. Деловая игра «Учредительное собрание хозяйственного общества». Общий ход игры. Студенты являются учредителями конкретного хозяйственного общества. Выбираются председатель и секретарь собрания, который ведет его протокол (оба меняются после принятия решения по каждому вопросу собрания). На собрании последовательно рассматриваются следующие вопросы:

- принятие решения об учреждении общества;
- выбор фирменного наименования;
- заключение учредительного договора (проект составляется в ходе собрания);
- утверждение проекта устава (проект составляется в ходе собрания);
- выборы органов управления обществом.

Тема 7. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с государством

Вопросы для обсуждения

1. Фиксированное выступление: «Формы и методы государственного регулирования предпринимательской деятельности».

2. Порядок государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

3. Порядок получения вновь создаваемой фирмой лицензии на осуществление определенных видов предпринимательской деятельности.
4. Государственное регулирование качества товаров (работ, услуг) вновь создаваемой фирмы.
5. Юридическое оформление взаимоотношений вновь создаваемой фирмы с государственными контролирующими органами.
6. Решение практической задачи: оценка правомерности конкретного мероприятия по государственному контролю вновь созданной фирмы и разработка предложений по дальнейшим действиям предпринимателя.

Тема 8. Заключение договора вновь создаваемой фирмой

Вопросы для обсуждения

1. Деловая игра «Заключение договора вновь создаваемой фирмой». Общий ход игры. Студенты делятся на три команды, являющиеся руководящим составом фирм, готовящихся заключить двусторонний договор (вид и условия договора уточняются преподавателем для каждой учебной группы). Две команды представляют вновь созданные фирмы-конкуренты и должны добиться в ходе переговоров, чтобы третья команда заключила договор именно с ними на как можно более выгодных для них условиях. Третья команда в ходе переговоров должна добиться заключения договора на максимально выгодных для себя условиях. Одна из команд является группой мошенников (какая именно решается жеребьевкой, о результатах которой знают только члены команды). Дополнительная задача двух команд – выявить команду мошенников. Внутри команд распределяются роли 2-3 соучредителей, финансового директора, юриста, начальника службы безопасности и др. (уточняются преподавателем исходя из числа присутствующих на занятии студентов). В ходе подготовительного этапа команды разрабатывают собственные проекты договора, уточняют формат и место переговоров. В ходе непосредственного проведения переговоров стремятся добиться поставленных целей. Переговоры заканчиваются заключением договора.

4. Методические рекомендации для выполнения самостоятельной работы

Для успешного усвоения материала обучающийся должен кроме аудиторной работы заниматься самостоятельно. Самостоятельная работа является активной учебной деятельностью, направленной на качественное решение задач самообучения, самовоспитания и саморазвития. Самостоятельная работа обучающихся выполняется без непосредственного участия преподавателя, но по его заданию и в специально отведенное для этого время. Условием эффективности самостоятельной работы обучающихся является ее систематическое выполнение.

Целью самостоятельной работы по учебной дисциплине является закрепление полученных теоретических и практических знаний по дисциплине, выработка навыков самостоятельной работы и умения применять полученные знания. Самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний и умений, комплекса профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала. Самостоятельная работа заключается в проработке тем лекционного материала, поиске и анализе литературы из учебников, учебно-методических пособий и электронных источников информации по заданной проблеме, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку, подготовке к лабораторным работам, выполнению творческих индивидуальных работ.

Виды самостоятельной работы при изучении учебной дисциплины:

Самостоятельное изучение тем дисциплины.

Подготовка докладов

Методические рекомендации к устному опросу

Устный опрос — метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки.

Устный опрос позволяет поддерживать контакт с обучающимися, корректировать их мысли; развивает устную речь (монологическую, диалогическую); развивает навыки выступления перед аудиторией.

Принято выделять два вида устного опроса:

- фронтальный (охватывает сразу несколько обучающихся);
- индивидуальный (позволяет сконцентрировать внимание на одном обучающемся).

Самостоятельное изучение темы

Самостоятельная работа предполагает тщательное освоение обучающимися учебной и научной литературы по изучаемым темам дисциплины.

При самостоятельном изучении основной рекомендованной литературы обучающимся необходимо обратить главное внимание на узловые положения, излагаемые в изучаемом тексте. Для этого следует внимательно ознакомиться с содержанием источника информации, структурировать его и выделить в нем центральное звено. Обычно это бывает ключевое определение или совокупность существенных характеристик рассматриваемого объекта. Для того чтобы убедиться, насколько глубоко усвоено содержание темы, в конце соответствующих глав и параграфов учебных пособий обычно дается перечень контрольных вопросов, на которые обучающийся должен давать четкие и конкретные ответы.

Работа с дополнительной литературой предполагает умение обучающихся выделять в ней необходимый аспект исследуемой темы.

Дополнительную литературу следует изучать комплексно и всесторонне на базе освоенных основных источников.

Обязательный элемент самостоятельной работы обучающихся со специальной литературой – ведение необходимых записей. Общепринятыми формами записей являются опорный конспект, презентация

Методические рекомендации по составлению планов - конспектов

Основные требования

План – конспект (опорный конспект) призван выделить главные объекты изучения, дать им краткую характеристику, используя символы, отразить связь с другими элементами. Основная цель опорного конспекта – графически представить осмысленный и структурированный информационный массив по заданной теме (проблема). В его составлении используются различные базовые понятия, термины, знаки (символы) — опорные сигналы.

Опорный конспект представляет собой систему взаимосвязанных геометрических фигур, содержащих блоки концентрированной информации в виде ступенек логической лестницы; рисунка с дополнительными элементами и др.

Для создания опорного конспекта необходимо: изучить информацию по теме, выбрать главные и второстепенные элементы; установить логическую связь между выбранными элементами; представить характеристику элементов в очень краткой форме; выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу.

Критерии оценивания:

Результатом оценивания является отметка «зачтено». Работа оценивается по следующим критериям:

- 1) соответствие содержания теме;
- 2) корректная структурированность информации;
- 3) наличие логической связи изложенной информации;
- 4) аккуратность и грамотность изложения;
- 5) соответствие оформления требованиям;
- 6) работа сдана в срок.

Работа считается засчитанной, если она отвечает требованиям более половины критериев.

Методические рекомендации по составлению информационных сообщений (докладов)

Информационное сообщение (доклад) – есть результат процессов преобразования формы и содержания документов с целью их изучения, извлечения необходимых сведений, а также их оценки, сопоставления, обобщения и представления в устной форме (защиты)

Требования к оформлению

Объем информационных сообщений (докладов) – до 5 полных страниц текста, набранного в текстовом редакторе Word, шрифтом – TimesNewRoman, 14 шрифтом с одинарным межстрочным интервалом, параметры страницы – поля со всех сторон по 20 мм.

Ссылки на литературу концевые, 10 шрифтом. В названии следует использовать заглавные буквы, полужирный шрифт, при этом не следует использовать переносы; выравнивание осуществлять по центру страницы. Данные об авторе указываются 14 шрифтом (курсивом) в правом верхнем углу листа.

Методические рекомендации по подготовке и участию в семинарском занятии

Семинары (от лат. *seminarium* – рассадник) являются продолжением лекционных форм обучения и служат для осмысления и более глубокого изучения теоретических проблем, а также выработке навыков использования знаний. Семинарское занятие дает обучающемуся возможность проверить, уточнить, систематизировать знания, овладеть терминологией и свободно ею оперировать, научиться точно и доказательно выражать свои мысли на языке конкретной науки, анализировать факты, вести диалог, дискуссию, оппонировать.

На семинаре основную роль играет функция обобщения и систематизации знаний. Семинар требует от обучающихся довольно высокого уровня самостоятельности – умения работать с несколькими источниками, сравнивать, как один и тот же вопрос излагается различными авторами, делать собственные обобщения и выводы. Для повышения эффективности такой работы используются разнообразные формы семинаров, а также семинарско-практические занятия, которые содержат в себе еще и творческую составляющую, позволяющую обучающимся в разных формах формировать не только познавательный опыт, но и практические навыки будущей профессиональной деятельности.

Однако для того, чтобы эффективно подготовиться к семинарскому занятию любого вида, необходимо помнить ряд правил-рекомендаций общего характера:

1. Семинар — это учебное занятие, организуемое в представления докладов
2. По форме проведения эти занятия могут быть организованы как беседа по заранее предложенным вопросам, подготовка докладов или рефератов - коллоквиум.
3. Каждому обучающемуся предоставляется возможность выступить с подготовленным сообщением, сделать дополнение или принять участие в анализе выступлений других участников семинара.
4. При подготовке сообщения следует учесть логику изложения, аргументированность доказательств, требование к лаконичности, продумать план сообщения.
5. Подготовка к занятию начинается с изучения литературы по теме семинара. Поиск информации является одной из важных компетентностей современного профессионала. Поэтому, помимо предложенных источников информации, обучающиеся при подготовке к семинару опираются и на те источники (статьи, монографии, интернет-ресурсы и проч.), которые нашли самостоятельно.

Во время проведения коллоквиума происходит обсуждение под руководством преподавателя широкого круга проблем. В ходе группового обсуждения обучающиеся учатся высказывать свою точку зрения по определенному вопросу, защищать свое мнение, применяя знания полученные на занятиях по дисциплине и при подготовке к коллоквиуму.

Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся демонстрирует, на сколько глубоко и осознано он усвоил изученный материал.

На семинарском занятии от вас ждут не унылого и пресного воспроизведения чужого текста, а активности, выражения самостоятельно найденной позиции, конструктивного разрешения профессионально значимых проблем, сопоставления фактов и идей, оценочных суждений. Все это приблизит вас к реалиям своей профессиональной деятельности.

Рычкова Евгения Сергеевна,

доцент кафедры экономической безопасности и экспертизы АмГУ

Инновации в торговой деятельности: Сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. - 59 с.

Усл. печ. л.