

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
ФГОУ ВПО Красноярский государственный аграрный университет

*М.П. Горбатовская, А.И. Леонидова, В.К. Шадрин*

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Рекомендовано научно-методическим советом Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Красноярский государственный аграрный университет» для внутривузовского использования в качестве учебно-методического пособия для студентов, обучающихся по неэкономическим специальностям и направлениям*

Красноярск 2010

ББК 65.290

Г 67

*Рецензенты:*

*Т.С. Бартакова, канд. экон. наук, доцент, зав. каф. экономической теории и правоведения КГТЭИ*

*Л. А. Иванченко, канд. экон. наук, доц. каф. экономики СибГАУ*

***Горбатовская, М.П.***

**Г67 Экономические основы предпринимательской деятельности:** учеб. пособие / М.П. Горбатовская, А.И. Леонидова, В.К. Шадрин; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2010. – 166 с.

Данное пособие позволит студентам овладеть экономическими основами предпринимательской деятельности, что будет полезно им в процессе трудовой деятельности в условиях рыночной экономики. Предназначено для студентов вузов, обучающихся по неэкономическим специальностям и направлениям.

ББК 65.290

© Горбатовская М.П., 2010

© Леонидова А.И., 2010

© Шадрин В.К., 2010

© Красноярский государственный аграрный университет, 2010

## Оглавление

	Введение	5
Тема I.	Предпринимательство в рыночной экономике	6
	Вопрос 1. Предпринимательство: краткая история развития российского предпринимательства, сущность и функции	6
	Вопрос 2. Черты, мотивы, субъекты, классификация предпринимательства	10
	Вопрос 3. Виды предпринимательской деятельности	15
	Вопрос 4. Венчурное предпринимательство: понятие, роль в экономике России	24
	Контрольные вопросы	31
Тема II.	Малое предпринимательство	34
	Вопрос 1. Малое предпринимательство: понятие, критерии, формы	34
	Вопрос 2. Место и роль малого предпринимательства в рыночной экономике	40
	Вопрос 3. Проблемы и государственная поддержка развития малого предпринимательства	43
	Контрольные вопросы	48
Тема III.	Предпринимательский риск	50
	Вопрос 1. Понятие и классификация рисков	50
	Вопрос 2. Потери и защита от рисков	54
	Контрольные вопросы, тесты	57
Тема IV.	Бизнес-планирование	62
	Вопрос 1. Понятие «бизнес-планирование». Структура бизнес-плана	62
	Вопрос 2. Основное содержание разделов бизнес-плана	65
	Контрольные вопросы	74
Тема V.	Финансовое обеспечение предпринимательской деятельности	76
	Вопрос 1. Финансирование предпринимательской деятельности: определение и классификация	76
	Вопрос 2. Источники и основные виды финансирования предпринимательской деятельности	79
	Контрольные вопросы	87

Тема VI.	Издержки предпринимательской деятельности	89
	Вопрос 1. Издержки производства и себестоимость продукции: понятие, структура, виды	89
	Вопрос 2. Трансакционные издержки	93
	Вопрос 3. Источники и факторы снижения издержек производства	96
	Контрольные вопросы	99
Тема VII.	Ценообразование в предпринимательской деятельности	101
	Вопрос 1. Краткая теория ценообразования	101
	Вопрос 2. Функции и факторы цены	105
	Вопрос 3. Виды цен и ценовая политика	105
	Вопрос 4. Методы и стратегии ценообразования	110
	Контрольные вопросы	114
Тема VIII.	Финансовые результаты предпринимательской деятельности предприятия (фирмы)	116
	Вопрос 1. Сущность и формирование прибыли	116
	Вопрос 2. Рентабельность	119
	Контрольные вопросы, тесты, задания, задачи	122
Тема IX.	Налогообложение предпринимательской деятельности	125
	Вопрос 1. Налог: понятие, функции, классификация	125
	Вопрос 2. Налоговая система России	127
	Вопрос 3. Специальные налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства	133
	Контрольные вопросы	140
Тема X.	Культура и этика предпринимательской деятельности	143
	Вопрос 1. Культура предпринимательской деятельности: понятие, признаки	143
	Вопрос 2. Виды и характерные черты предпринимательской культуры	146
	Вопрос 3. Деловой этикет	149
	Контрольные вопросы	150
	Темы докладов (сообщений)	156
	Вопросы для подготовки к зачету	158
	Заключение	160
	Список используемой и рекомендуемой литературы	161
	Приложения	163

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие рыночной экономики предполагает широкое использование предпринимательских способностей населения. Формирование и развитие предпринимательства – это условие успешного развития экономики, направленной на реализацию эффективных способов производства товаров и услуг, удовлетворяющих потребности населения. В России развитие предпринимательства – шанс преобразования экономики в рыночную.

Использование предпринимательского ресурса в экономике возможно лишь при обеспечении правовых и экономических условий осуществления предпринимательской деятельности и экономической грамотности населения в области экономики и организации предпринимательства.

Студенты высшей школы – это предпринимательский потенциал экономики, поэтому освоение ими экономических основ предпринимательства позволит в будущем воспользоваться данным потенциалом. Набор минимальных знаний по основам предпринимательства предполагает знания о сущности, организационно-правовых формах, предпринимательском риске, бизнес-планировании, финансовом обеспечении и издержках, ценообразовании и финансовых результатах, налогообложении, деловом этикете.

Все эти проблемы освещаются в представленном учебном пособии, которое предназначено для студентов неэкономических специальностей и направлений, многие из которых в будущем составят костяк российского предпринимательства.

## ТЕМА I. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

### *Вопрос 1. Предпринимательство: краткая история развития российского предпринимательства, сущность и функции*

Экономическое развитие России в условиях рыночных отношений потребовало обратиться к вопросам, связанным с предпринимательством. Некоторые авторы выделяют этапы развития предпринимательства в России, начиная с 1987 года [1]. Высказанная автором мысль есть не что иное, как историческое заблуждение. Предпринимательство в постсоветский период не зарождается, а возрождается, развивается. Зарождение предпринимательства в торговой форме и в виде промыслов характерно уже для Киевской Руси. Знаменитая Нижегородская ярмарка зародилась в XVI веке. Татарское иго задержало развитие российского предпринимательства на долгие годы. Однако расцвет торгово-промышленного предпринимательства начинается в XVI веке. Род Строгановых, крупнейших купцов и промышленников, Петр I и его последователи — Демидовы, построившие более 40 заводов, производящих 40% чугуна в России. С проведением земской реформы и отменой крепостничества зарождается российское капиталистическое предпринимательство. В начале XX века развиваются акционерные компании, процветают семейный капитал и частный бизнес. Глубокий след в истории российского предпринимательства оставили семьи Прохоровых, Морозовых, Мамонтовых. Биржевое дело способствовало развитию торгового, а банковское дело явилось основой финансового предпринимательства. Дальнейшее возрождение российское предпринимательство получило в период НЭПа с 1921 по 1926 год. Официальные права гражданства в современной России предпринимательство обрело с середины 90-х годов XX столетия.

Предпринимательство — особое экономическое явление, имеющее длительную историю развития, роль которого усиливается в условиях современной рыночной экономики. Поэтому так много внимания уделяется толкованию сущности экономического понятия «предпринимательство». Анализ процесса развития данного понятия показывает, что изменение его содержания идет вслед за развитием

истории, т. е. носит исторический характер. Поэтому в условиях каждого нового этапа развития экономики формируются новые существенные черты понятия «предпринимательство».

Проследив эволюцию термина «предприниматель» (в Средние века «антрепренер», в переводе с французского «посредник») и «предпринимательство», в теории можно выделить несколько направлений. Представители первого из них связывают предпринимательство с риском (Р. Катильон, И. Тюнен, Ф. Найт), второго — с осуществлением рационального комбинирования факторов производства и получением предпринимательского дохода (Ж.Б. Сэй, А. Маршалл); третьего — определяют предпринимателей как хозяйствующих субъектов, которые активно осуществляют новые комбинации в процессе воспроизводства, т.е. обладают способностями новатора (Й.Шумпетер, П. Друкер, Г.Пиншот, Р. Хизрич).

В экономической литературе относительно последних лет предпринимательство определяется, исходя также из разных подходов. В.Д. Грибов, В.П. Грузинов понимают предпринимательство как одну «...из наиболее активных форм экономической деятельности» [4]. О. Мамедов рассматривает предпринимательство тоже с точки зрения предпринимательской деятельности, выявляя ее существенные характеристики через выполнение ею функций. Б.А. Райзберг выделяет предпринимательство как любую деятельность отдельных граждан, групп граждан, которая направлена главным образом на получение экономической выгоды в форме прибыли или иной форме [6]. Определение предпринимательства, данное В.Я. Горфинкелем, Г.Б. Поляком, В.А. Швандаром, близко по своему содержанию определению предыдущего автора. Однако последние расширяют круг лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, и называют виды деятельности. Выделяется деятельность частных лиц, предприятий или организаций по производству, оказанию услуг или приобретению и продаже товаров в обмен на другие товары или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или предприятий, организаций [5].

Указанные трактовки предпринимательства согласуются в целом или частично с его характеристикой, данной Гражданским кодексом (ст. 2, ч. 3), как самостоятельной, осуществляемой «...на свой страх и риск деятельности...», направленной «... на систематическое

получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Глубокий теоретический и практический анализ экономической сущности и содержания предпринимательства позволяет авторам курса лекций по экономике предпринимательства сделать вывод, что «... предпринимательство — это особая система хозяйствования, основанная на специфической рискованной и инновационной деятельности, которая может охватывать или производство в целом, или какой-то отдельный момент производства, обмена, распределения, потребления с целью получения предпринимательского дохода (добавочной прибыли)». И далее: предпринимательство рассматривается как экономический процесс, процесс создания предпринимательского дохода «...от инновационной рискованной деятельности» [6]. Экономическое развитие предполагает постоянное разрушение существующего равновесия. И от предпринимателя, выполняющего одну из основных функций, т. е. рациональное комбинирование труда, капитала, земли, требуется по-новому, на новой инновационной основе осуществлять этот процесс в рамках воспроизводства. Получение предпринимательского дохода и его максимизация сопряжены не только с самостоятельностью и независимостью, риском и ответственностью предпринимателя, но и умением превращать новшества в инновации на каждой стадии воспроизводства, продуцируя тем самым экономическое развитие.

В свое время экономист И. Шумпетер, характеризуя предпринимательство, выделял не только производство новых товаров, новых методов и новых коммерческих возможностей в качестве основы осуществления прогресса в экономике. Он обращал внимание на «социальное разрушение», связанное с новаторством, называя данный процесс предпринимательством, движущим экономический прогресс.

Представляется возможным синтезировать указанные выше подходы и определить сущность «предпринимательства» как особой системы хозяйствования, основанной на инициативной инновационной деятельности, которая охватывает или воспроизводство в целом, или отдельный его элемент, характеризующейся свободой и автономностью экономических решений, личным риском и личной ответственностью за результаты хозяйствования, нацеленностью на получение предпринимательского



дохода и личную удовлетворенность.

Предпринимательство как явление отражает всю совокупность отношений, связанных с организацией производства и получением прибыли. Это вся система отношений, которые возникают у предпринимателей друг с другом, с потребителями, поставщиками факторов производства, с банками, наемными работниками, с государством. Отношения эти носят товарный характер и регулируются экономическими законами рынка с использованием всех инструментов товарного производства и обращения.

В то же время предпринимательство – это процесс, представляющий собой сложную цепочку целенаправленных действий предпринимателей, начиная с момента возникновения предпринимательской идеи и заканчивая воплощением ее в конкретный предпринимательский проект. Это всегда поиск новых идей, их анализ, оценка и воплощение идеи в конкретный результат, приносящий предпринимателю прибыль. Этот процесс является непрерывным, постоянно возобновляющимся процессом.

Кроме того, предпринимательство в рыночной экономике является интегрированной совокупностью предпринимательских организаций (фирм и компаний), индивидуальных предпринимателей и их объединений, которая выполняет следующие функции:

- общеэкономическую, обуславливающую то, что развитие предпринимательства является одним из определяющих условий экономического роста;
- творческо-поисковую (инновационную), связанную не только с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей;
- ресурсную, предполагающую эффективное использование всех материальных и нематериальных условий и факторов производства, так как только такое использование ресурсов позволяет максимизировать прибыль;
- социальную, проявляющуюся в формировании нового слоя предприимчивых, тяготеющих к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности, добивающихся поставленных целей людей, результатом деятельности которых кроме всего прочего является увеличение числа рабочих мест, улучшение социального положения наемных работников и формирование бюджетов всех уровней;

- организаторскую, проявляющуюся в принятии предпринимателями самостоятельных решений об организации собственного дела и его развитии.

Сущность предпринимательства наиболее комплексно проявляется в сочетании всех присущих ему функций, которые объективно характеризуют цивилизованного предпринимателя.

Не менее важно обратить внимание на черты, характеризующие предпринимательство, его мотивы, а также какими субъектами оно представлено в рыночной экономике.

## ***Вопрос 2. Черты, мотивы, субъекты, классификация предпринимательства***

Важнейшими отличительными чертами предпринимательства являются: во-первых, сочетание экономической свободы с самостоятельностью; во-вторых, умение предпринимателя рисковать и находить рациональные решения на основе знаний, профессионализма, целеустремленности; в-третьих, ответственность за принятые решения и проведение их на практике; в-четвертых, склонность к восприятию нововведений. Предприниматель — это новатор, который разрабатывает и внедряет новые технологии, новые продукты и новые формы организации деятельности в воспроизводственном процессе.

Немаловажным в предпринимательстве являются мотивы, некоторые из которых переплетены с основными чертами. Для развитого предпринимательства характерно стремление:

- получать более высокий доход;
- сделать более успешную карьеру;
- быть независимым;
- быть владельцем собственного бизнеса;
- продвинуть новую идею;
- создать богатство, которого хватило бы на долгий период жизни, в том числе детям и внукам;
- внести вклад в развитие особого дела (например, строительство храмов, поддержка детских домов и т. д.), т. е. стремление к выполнению социальных функций

Выделим субъекты предпринимательства.

К субъектам предпринимательства можно отнести:

- граждан РФ и других государств, которые не ограничены в установленном законом порядке в своей деятельности;
- граждан иностранных государств и лиц без гражданства в пределах полномочий, установленных законом;
- партнерства или объединения граждан.

Необходима регистрация предпринимательской деятельности. Регистрация индивидуальной трудовой деятельности означает отсутствие использования наемного труда. Предпринимательская деятельность с привлечением наемного труда регистрируется как предприятие.

Классификация предпринимательской деятельности по формам собственности включает:

- частное предприятие, основанное на собственности граждан;
- государственное предприятие, учреждаемое органами государственной власти;
- муниципальное предприятие, учреждаемое местными органами.

По количеству собственников предпринимательская деятельность классифицируется как:

- индивидуальная (собственность принадлежит одному физическому лицу);
- коллективная (собственность принадлежит нескольким субъектам одновременно, с определением долей каждого из них – долевая собственность или без определения долей — совместная собственность).

По размерам: крупное, среднее, мелкое.

По формам ответственности: с полной, солидарной, субсидиарной ответственностью.

Классификация предпринимательской деятельности с точки зрения организационно-правовых форм ее осуществления, закрепленных в российском законодательстве, представлена на рисунке 1.

Предприниматели без образования юридического лица — это предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность индивидуально, самостоятельно, как правило, на собственные средства, сами участвуют в процессе производства, несут полную ответственность за этот процесс и индивидуально присваивают предпринимательский доход.

Хозяйственные товарищества — это объединение двух и более предпринимателей с целью осуществления совместной

предпринимательской деятельности. В полных товариществах участники занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут полную ответственность по его обязательствам складочным капиталом и принадлежащим им имуществом.

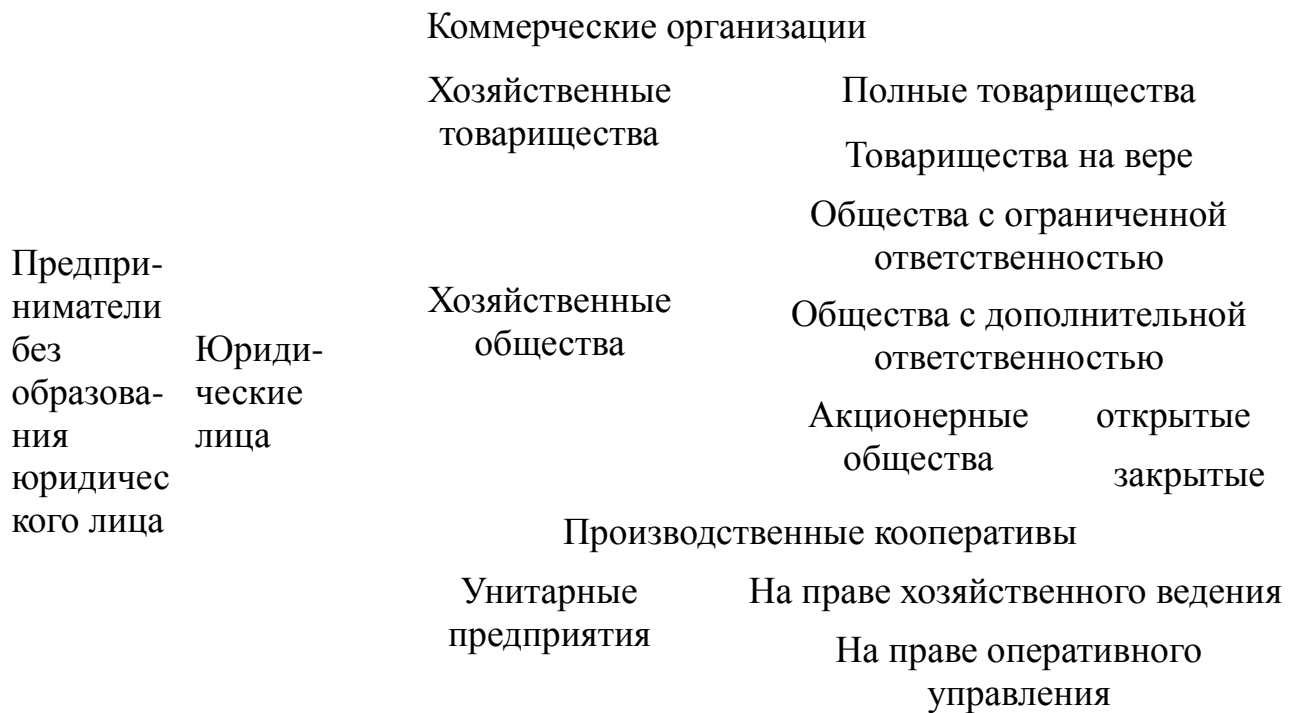


Рис. 1. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

В товариществах на вере наряду с полными товарищами имеется один или несколько товарищей-вкладчиков, которые не участвуют в предпринимательской деятельности и несут риск убытков в пределах внесенных ими вкладов.

Хозяйственные общества — это объединение капиталов одного и более лиц для осуществления предпринимательской деятельности. В обществах с ограниченной ответственностью уставной капитал разделен на доли учредителей, которые не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков в пределах внесенных ими вкладов. В обществах с дополнительной ответственностью участники солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в размере, кратном стоимости их вкладов.

В акционерном обществе уставной капитал разделен на определенное количество акций, акционеры (собственники акций) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков в пределах

стоимости принадлежащих им акций. Акции открытого акционерного общества реализуются в свободной продаже, и акционеры могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров. Акции закрытого акционерного общества распределяются только среди его учредителей или заранее определенного круга лиц.

Более подробная характеристика законодательных различий между организационно-правовыми формами акционерных обществ в России дана экономистом И. Ивасаки в статье «Правовая форма акционерных обществ и корпоративное поведение в России» [9].

Таблица 1

Законодательные различия между организационно-правовыми формами акционерных обществ в России

Принцип	Открытое акционерное общество (ОАО)	Закрытое акционерное общество (ЗАО)
1	2	3
Возможность свободного обращения акций	Принцип свободы. В обществе не допускается установления преимущественного права его акционеров на приобретение акций, отчуждаемых акционерами этого общества (ст. 7, п. 3)	Акционеры общества пользуются преимущественным правом приобретения акций, продаваемых третьему лицу другими акционерами этого общества. Если акционеры не воспользовались своим преимущественным правом приобретения акций, то само общество может воспользоваться данным правом (ст. 7, п. 3).
Способ эмиссии акций	Общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и осуществлять их свободную продажу (ст. 7, п. 2). Общество вправе размещать дополнительные акции и иные ценные бумаги посредством открытой и закрытой подписки (ст. 39, п.1,2)	Общество имеет право проводить только закрытую подписку на выпускаемые им акции. Оно вправе распределять эмитируемые акции, дополнительные акции и иные ценные бумаги только среди учредителей или заранее определенного круга лиц (ст. 7, п. 3; ст. 39, п. 2)

1	2	3
Способ эмиссии других ценных бумаг	В пределах, установленных законом, общество вправе осуществлять размещение ценных бумаг, конвертируемых в акции, посредством открытой подписки (ст. 39, п. 2)	Общество не вправе проводить размещение ценных бумаг, конвертируемых в акции, посредством открытой подписки (ст. 39, п. 2)
Минимальный размер уставного капитала	Минимальный уставной капитал должен составлять не менее тысячекратной суммы МРОТ на дату регистрации (ст. 26).	Минимальный уставной капитал должен составлять не менее стократной суммы МРОТ на дату регистрации (ст. 26).
Число акционеров	Без ограничений (ст. 7, п. 2)	Не более 50 человек (ст. 7, п. 3). Но в отношении обществ, созданных до конца 1995 г., ограничения отсутствуют (ст. 94, п. 4)
Форма участия государственных органов	По закону государственные органы не могут выступать учредителями общества (ст. 10, п. 1), но в особых случаях, установленных законом, они могут выступать учредителями ОАО (ст. 7, п. 4)	Государственные органы могут выступать учредителями общества только в случаях бывших государственных или муниципальных приватизированных предприятий (ст. 7, п. 4)
Обязательства по раскрытию информации	Законом об акционерных обществах и другими законодательными актами предписано обязательное раскрытие информации о деятельности общества (ст. 92, п. 1)	В случае публичного размещения облигаций и других ценных бумаг требуется обязательное раскрытие соответствующей информации в объеме и порядке, которые установлены федеральным органом по финансовым рынкам (ст. 92, п. 2)

Производственный кооператив — это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной

производственной или хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов. Прибыль кооператива распределяется в соответствии с трудовым вкладом членов кооператива.

Унитарное предприятие — это коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество, являющееся неделимым. Унитарное предприятие на праве хозяйственного ведения создается по решению уполномоченного государственного органа или органа местного самоуправления, который формирует уставной фонд данного предприятия, утверждает его состав, назначает директора. Данное предприятие может быть признано банкротом (в установленном законом порядке). Унитарное предприятие на праве оперативного управления (федеральное казенное предприятие) создается по решению Правительства РФ. Правительство РФ утверждает устав и назначает руководителя данного предприятия. Казенное предприятие не может быть признано банкротом.

### ***Вопрос 3. Виды предпринимательской деятельности***

С учетом направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов выделяются следующие виды предпринимательской деятельности [5].

Указанное деление на виды связано с воспроизводственным процессом, когда товары и услуги не только производятся, но и обмениваются через посредство денег. Возможна реализация изготовленного товара самим предпринимателем (предприятием), а также полученного от посредника. Виды предпринимательской деятельности взаимосвязаны. Вместе с тем относительно самостоятельны, особенны и специфичны, следовательно, имеют свою технологию.

Некоторые авторы выделяют такие виды предпринимательской деятельности, как «посредничество», «страховое предпринимательство» [4], консультирование [5]. Представляется, что указанная предпринимательская деятельность имеет право как на самостоятельное существование, так и быть составной частью производственного, коммерческого и финансового

предпринимательства. То же самое можно сказать об инновационном, информационном и научно-техническом предпринимательстве.

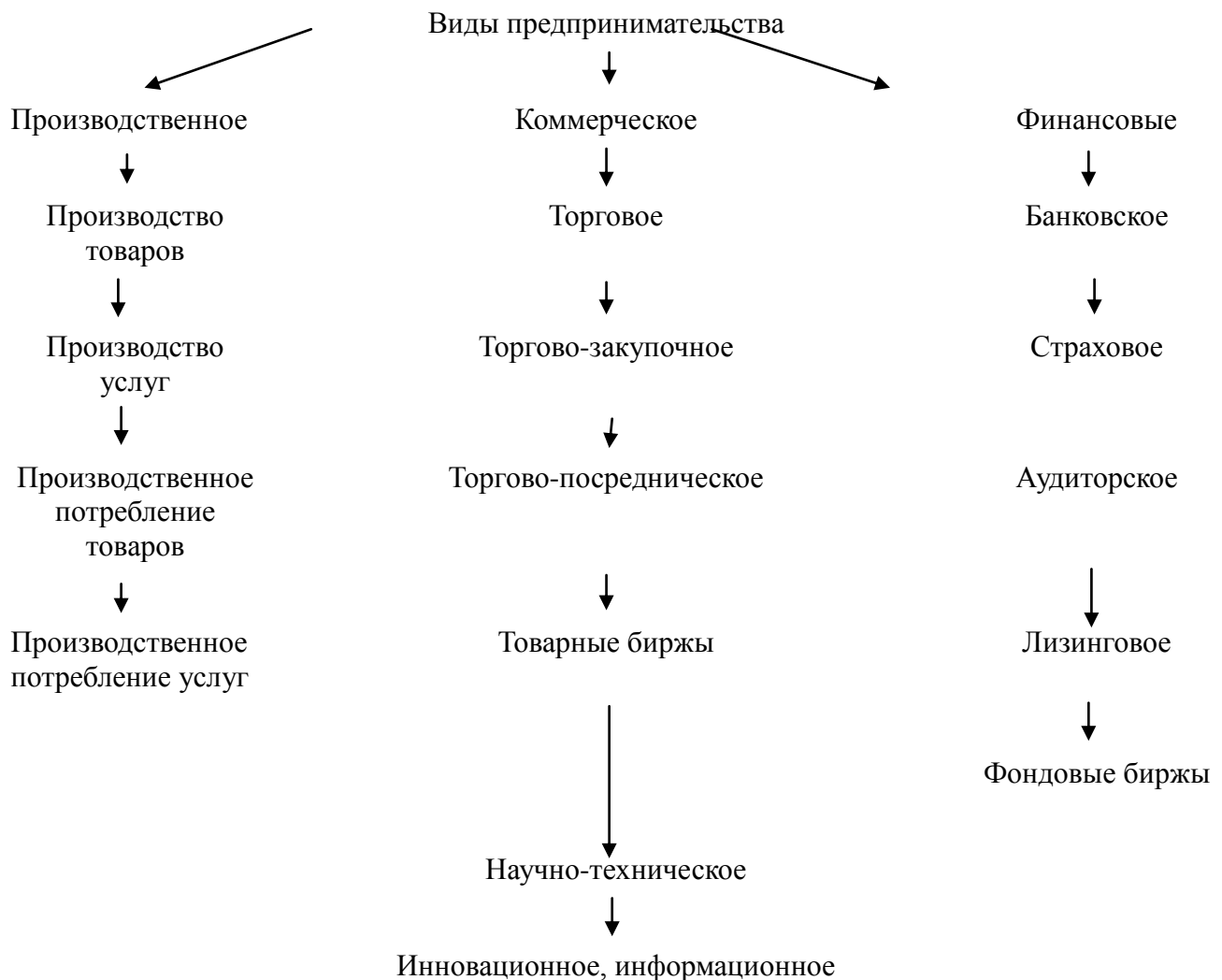


Рис. 2. Виды предпринимательской деятельности

### **Производственное предпринимательство**

Что же такое производственное предпринимательство? Это деятельность, основу которой составляет производство продукции, услуг, работ, информации, создание духовных ценностей и т. д. с последующей реализацией. То есть производственное предпринимательство включает в себя как материальное, так и интеллектуальное, духовное.

Получение прибыли есть финансовый итог производственного предпринимательства. Прибыль определяется как разность между денежной выручкой и издержками производства. Производственное предпринимательство требует, прежде всего, определения ассортиментного производства товаров или видов услуг. Следующим



шагом предпринимателя являются определение и контакты с потенциальными потребителями (покупателями) товаров, с оптовыми или оптово-розничными торговыми организациями. Предприниматель и потребители заключают контракт, позволяющий минимизировать предпринимательский риск. В рыночных отношениях возможна устная договоренность вместо письменного контракта.

### **Коммерческое предпринимательство**

Данный вид предпринимательства связан с обменом, осуществляемом в сфере обращения. Коммерческое предпринимательство — это вид деятельности, проявляющийся непосредственно в торгово-обменных операциях. Его содержание заключается в товарно-денежных отношениях. Элементами или конкретными видами коммерческого предпринимательства являются торговое, торгово-закупочное, торгово-посредническое и товарные биржи.

Товарная биржа — это регулярно функционирующий организационно оформленный рынок, на котором заключаются сделки купли-продажи заранее установленных партий товаров.

Товарным биржам свойственны определенные основные функции:

- выполнение роли посредника по заключению торговых сделок;
- установление контактов между продавцами и покупателями. Тем самым происходят упорядочение торговли товарами; регулирование торговых операций и разрешение торговых споров;
- способствование формированию оптовых рыночных цен посредством биржевых торгов.

Товарные биржи могут быть закрытыми, где в сделках принимают участие только брокеры, т.е. биржевые посредники между покупателем и продавцом. Открытые биржи допускают также посетителей на торги.

Формы сделок, осуществляемые на товарных биржах, различаются. Во-первых, сделки по реальным товарам. К ним относятся: сделки с немедленной поставкой товаров (сроком не более двух недель), сделки на наличный товар, форвардные сделки (от англ. forward — вперед) означают поставки товара в будущем, срочные сделки — поставки товара в определенный срок, т.е. от 6 до 14 месяцев.

Во-вторых, фьючерсные сделки. В переводе с английского,

фьючерсы — товары, закупаемые заблаговременно. Это сделки купли-продажи валюты, ценных бумаг с поставкой купленного товара в будущем. Чаще всего фьючерсные сделки заключаются не в целях окончательной покупки и продажи товаров, а с целью *хеджирования*, т.е. страхования будущей сделки с наличным товаром или получения прибыли за счет последующей перепродажи товара. Фактически на бирже продаются и покупаются *фьючерсные контракты*. Объектом купли-продажи является не реальный товар, а стандартные фьючерсные контракты, в которых определены качество и количество товара, условия платежа, поставки, упаковки и маркировки.

Фьючерсные сделки способствуют развитию спекуляции. Биржевики-спекулянты получают прибыль от покупки контрактов, цена которых может и должна возрасти, и продажи тех, цена которых может и должна падать. Спекулянты-«быки» играют на повышении цены, а спекулянты-«медведи» — на понижении цены. «Быки», скупая фьючерсные контракты, рассчитывают продать их по более высокой цене в будущем, а «медведи», напротив, продавая контракты по более высоким ценам в настоящее время, рассчитывают их купить по более низким ценам через некоторое время.

Фьючерсные сделки преобладают над сделками на реальный товар. Они предполагают куплю-продажу прав на товар, способствуя тем самым развитию ликвидности рынка, его гибкости и конкурентоспособности.

Особым видом биржевых сделок является *опцион*, в переводе с латинского *optio* — выбор, желание, усмотрение. Под опционом в договорном соглашении при заключении биржевой сделки купли-продажи понимается право выбора между альтернативными условиями, в частности, право покупать или продавать валюту, ценные бумаги в заранее установленном объеме по твердой цене в течение того или иного срока. Покупатель *опциона* платит продавцу некую сумму, называемую *премией*.

Для фондовых бирж еще характерен такой вид сделок, как *листинг*, т.е. *список*. Листинг означает *внесение акций компании в список акций*, котирующихся на данной бирже. Листинг необходим для допуска к биржевым торгам только тех акций, которые прошли экспертную проверку.

Биржевые прогнозы и оценки являются самыми достоверными источниками информации, на которые ориентируются все предпринимательские структуры в странах с развитой рыночной экономикой.

Рентабельность коммерческого предпринимательства составляет до 20 %. Однако этот вид предпринимательства весьма нестабилен и рискован. Следовательно, коммерсантам необходимо тщательно анализировать конъюнктуру данного рынка и быстро определять свои конкретные действия.

### **Финансовое предпринимательство**

Финансовое предпринимательство — это особый вид торгового бизнеса. Оно выступает самостоятельным видом, так как объектом купли-продажи является весьма специфический товар — деньги, иностранная валюта, ценные бумаги. Экономический смысл купли-продажи заключается не столько в чисто финансовых, сколько в финансово-кредитных операциях. Чтобы обеспечить получение прибыли, необходимо совершить продажу-куплю одних денег и ценных бумаг за другие по ценам, приносящим прибыль. В этом состоит сущность финансового, или финансово-кредитного предпринимательства.

Для него характерны некоторые особенности.

Во-первых, с переходом России к рыночным отношениям рынок денег, валюты и ценных бумаг (акций, облигаций, векселей) стал реальностью. Участниками данного рынка выступают коммерческие банки, фондовые биржи, финансовые институты, предприятия, организации и физические лица – предприниматели.

Во-вторых, технология финансовой предпринимательской сделки схожа с технологией коммерческой сделки. Разница заключается в том, что товаром в данном случае выступают финансовые активы.

В-третьих, предприниматель должен начать свою деятельность с анализа денежно-финансовых рынков и маркетинговой составляющей.

В-четвертых, финансовое предпринимательство должно опираться на достоверную и хорошо поставленную информацию. С этой целью необходимо обеспечение вычислительной и организационной техникой.

В-пятых, считается, что целесообразность финансовой сделки зависит от ее продолжительности и расчетной чистой прибыли. Если продолжительность финансовой сделки составляет год и расчетная чистая прибыль составит не менее 5 % от объема сделки (денежной

выручки), а при долговременной сделке этот процент повысится до 10–15 %, финансовая сделка считается удачной и целесообразной.

Основной формой финансового предпринимательства является **эмиссия** ценных бумаг (собственные акции, облигации, кредитные билеты, коммерческие ценные бумаги). Ценные бумаги продаются и покупаются, размещаются на определенных условиях и обязательствах в качестве финансового товара.

Рассмотрим один из основных видов финансового товара: акции. Акция — ценная бумага, удостоверяющая участие ее владельца в капитале акционерного общества (АО). Владелец акций приобретает личные и имущественные права:

- на участие в общих собраниях АО;
- право быть членом руководящих органов общества;
- получение доли годовой прибыли АО в виде дивиденда;
- получение части имущества АО при его ликвидации, если после удовлетворения всех требований кредиторов остается какое-то имущество, которое подлежит распределению между акционерами.

Выделим основные виды акций.

*Именные* акции: принадлежат определенному лицу (физическому или юридическому). Регистрируются в книге собственников именных акций. Продаются только с согласия большинства других акционеров или руководства общества, что может быть отмечено в уставе.

*Акции обыкновенные (простые)*: владелец имеет право на получение дивидендов, участие в общих собраниях АО и управлении им. При ликвидации АО владельцы в праве получить средства, вложенные в эти акции по их номинальной цене, но только после удовлетворения прав владельцев облигаций и привилегированных акций данного АО.

*Привилегированные* акции: дают право в первоочередном порядке получить дивиденды, а также средства, вложенные в акции (по их номинальной цене) при ликвидации АО. Владельцы этих акций имеют право на получение определенных дивидендов независимо от прибыли предприятий (в пределах 7–10 % номинальной цены акции).

*Предъявительские* акции: имя владельца не указывается. Выпускаются в более мелких купюрах по сравнению с именными акциями, что делается для привлечения средств широких кругов

населения. Данные акции могут быть только полностью оплаченные. Они сравнительно легко переходят из рук в руки.

*Учредительские* акции: акции, распределяемые, главным образом, среди учредителей.

Таким образом, акции делятся по характеру распоряжения (по собственникам): это предъявительские и именные; по характеру получения дивиденда: обыкновенные, привилегированные.

Обыкновенные акции, дающие право голоса на собраниях, в реальной практике не осуществляют этого права. Для большинства акционеров право голоса является формальностью, так как голосование происходит по формуле «одна акция — один голос». Следовательно, реально управляют АО те акционеры, у которых имеется большой пакет акций. Акционеры, имеющие по одной, две, три акции, отстранены от управления.

Существует *контрольный пакет акций, т.е. пакет акций, обеспечивающий его владельцу (владельцам) контроль над деятельностью общества*. Считается, что для этого необходимо иметь 50 % +1 акция, фактически: 5–10 %. Следовательно, акционеры являются собственниками только акций, а АО — собственником имущества.

Акция как ценная бумага позволяет получать долю из прибыли АО — дивиденд. Цена, по которой продаются и покупаются акции называется курсом акций .

$$\text{Курс акций} = \frac{\text{Дивиденд}}{\text{Ссудный процент}} \times 100\%.$$

Акции, как и любые ценные бумаги, имеют номинальную цену (номинал, или иначе, — нарицательную, обозначенную на самой акции) и рыночную (биржевую) цену, по которой они продаются и покупаются.

Обратимся к другому виду ценных бумаг — облигаций.

Облигация — *вид ценной бумаги, по которой ее владельцу выплачивается ежегодный доход, размер которого заранее установлен в форме определенного процента к нарицательной стоимости облигации*.

Облигации выпускают государство, а также частные компании и акционерные общества. Облигация — это долговое обязательство, выдаваемое на определенный срок.

Таблица 2

## Различия между акциями и облигациями

Характеристика	Привилегиров. акции	Обыкновенные акции	Облигации
Позиция владельца	Собственник с ограниченными правами	Собственник	Кредитор
Право голоса	Не дают	Дают	Не дают
По срокам	Бессрочны	Бессрочны	Выпускаются на срок
По доходу	Фиксированный дивиденд	Дивиденд колеблется в зависимости от прибыли	Фиксированный процент
Очередность выплаты дохода	Во вторую очередь	В третью очередь	В первую очередь
Источник выплаты дохода	Чистая прибыль	Чистая прибыль	Валовая прибыль

Существует первичный и вторичный рынок купли-продажи ценных бумаг.

**Покупка** ценных бумаг предпринимателем. Смысловое содержание этой формы заключается в том, что предприниматель покупает деньги, валюту, ценные бумаги за определенную сумму, продавая затем их другому покупателю за большую сумму. В результате образуется предпринимательская прибыль.

Сущностью кредитного предпринимательства является следующее: предприниматель, привлекая денежные вклады, выплачивает их обладателям вознаграждения в виде денежного процента наряду с последующим возвратом вклада. Затем привлеченные деньги выдаются в долг покупателям кредитов под кредитный процент, который превышает депозитный процент. Разница между депозитным и кредитным процентом является источником прибыли предпринимателей-кредиторов.

Финансово-кредитное предпринимательство — очень тонкое и сложное дело, а в условиях становления рыночных отношений еще и особенно рисковое.

Согласно российскому законодательству каждый гражданин

может стать участником финансово-кредитного предпринимательства посредством приобщения к коммерческим банкам, фондовым биржам, финансовым институтам путем приобретения и продажи ценных бумаг, вложения денег в акции и т. д.

Поскольку рынок ценных бумаг в России — сфера новая и люди, боясь, не знают с чего начать, необходимо воспользоваться беседой с профессиональными консультантами, которые объясняют условия, технологию работы на рынке ценных бумаг, как можно заработать на акциях, и предложат различные варианты вложений в акции.

Определим некоторые из множества вариантов.

**Первый:** можно купить набор акций различных компаний самостоятельно, делая опору на аналитические обзоры и общеэкономические факторы.

**Второй:** сформировать инвестиционный портфель из акций с помощью финансового консультанта, способного профессионально подобрать оптимальный вариант.

**Третий:** можно заработать на колебаниях цен акций по принципу: «Покупаем дешево – продаем дорого».

**Четвертый:** можно довериться профессиональным управляющим активами. Например, профессиональными управляющими компании «Брокер-Кредит-Сервис», работающей в г. Красноярске, разработаны специальные программы по обучению, консультированию, информационной поддержке желающих заработать на акциях. Надежность вложений в ценные бумаги определяется стабильностью экономики и крупных российских предприятий. Сегодня наша страна живет за счет предприятий, связанных с природными ресурсами. Это очень рискованное предпринимательство, как показывает практика. В условиях финансового кризиса цены на газ, нефть и другие товары природного происхождения падают, следовательно, предприятия, занимающиеся данным бизнесом, развиваются нестабильно. Государство вынуждено поддерживать эти предприятия. Вместе с тем российская экономика должна быть направлена на обеспечение населения в основном собственным продовольствием и промышленными товарами, что вовсе не умаляет роли финансового предпринимательства.

#### ***Вопрос 4. Венчурное предпринимательство: понятие, роль в экономике России.***

В настоящее время венчурное предпринимательство, чаще называемое венчурным бизнесом (как и мы в дальнейшем его будем называть) является одним из наиболее приемлемых способов поддержки и развития малых и средних предприятий.

Название «венчурный» происходит от английского «venture» – «рискованное предприятие или начинание».

Венчурный капитал как альтернативный источник финансирования частного бизнеса зародился в США в середине 50-х годов XX века. В Европе он только появился в конце 70-х годов. Венчурные фонды в России стали создаваться в 1994 году по инициативе Европейского Банка Реконструкции и Развития.

Венчурный бизнес является наиболее высокотехнологичным видом современного финансового менеджмента. Эта характеристика органически вытекает как из его целевой функции – содействие динамическому развитию наиболее перспективных идей и технологий путем целевых инвестиций, так и из методики инвестирования, предполагающей обязательную поддержку предприятия-реципиента топ-менеджментом управляющей компании венчурного фонда.

Рисковое (венчурное) инвестирование, как правило, осуществляется в малые и средние частные или приватизированные предприятия без предоставления ими какого-либо залога или залога, в отличии, например, от банковского кредитования. Венчурные фонды или компании предпочитают вкладывать капитал в фирмы, чьи акции не обращаются в свободной продаже на фондовом рынке, а полностью распределены между акционерами – физическими или юридическими лицами. Ни инвестор, ни его представители не берут на себя никакого иного риска (технического, рыночного, управленческого, ценового и пр.), за исключением финансового. Все перечисленные риски несут на себе компания и ее менеджеры. Прибыль венчурного капиталиста возникает лишь тогда, когда по прошествии 3–7 лет после инвестирования он сумеет продать принадлежащий ему пакет акций по цене, в несколько раз превышающей первоначальное вложение. Поэтому венчурные



инвесторы не заинтересованы в распределении прибыли в виде дивидендов, а предпочитают всю полученную прибыль реинвестировать в бизнес.

Венчурный бизнес зарекомендовал себя как один из наиболее действенных инструментов поддержки и развития реального сектора экономики. Объектами венчурных инвестиций становятся в первую очередь компании и технологии, обеспечивающие не только динамичное развитие существующих производств, но и появление качественно новых товаров и услуг

Венчурный бизнес трактуется как рискованный бизнес. Это одна из форм технологических нововведений. Венчурный бизнес характерен для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких и в первую очередь в высокотехнологических областях, где получение эффекта не гарантировано и имеется значительная доля риска. Под венчурной фирмой понимается коммерческая научно-техническая фирма, занятая разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с не определенным заранее доходом, т. е. с рискованным вкладом капитала.

Предприятия малого бизнеса играют важную роль в развитии инновационного предпринимательства. Венчурный бизнес имеет ряд преимуществ перед другими формами организации инновационного предпринимательства в малом бизнесе, такими, как высокая гибкость, динамизм. Венчурное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска, что позволяет авторам идей, не имеющим в достаточном объеме собственных средств, реализовать свои идеи. Формирование и развитие венчурного бизнеса возможно только в благоприятной среде.

К важнейшим факторам, благоприятствующим привлечению венчурных инвестиций в высокотехнологичные предприятия малого бизнеса, относятся:

- политическая и экономическая стабильность в стране;
- благоприятный инвестиционный климат;
- налоговые льготы инвесторам и законодательное их обеспечение;
- надежная защита интеллектуальной собственности как важнейшей составляющей высокотехнологичного малого бизнеса;
- наличие у предприятий малого бизнеса достаточной квалификации и опыта по подготовке четких и экономически привлекательных бизнес-планов;
- надежная защищенность прав акционеров;

обеспечение ликвидности активов малых высокотехнологичных предприятий;

наличие достаточно развитой инфраструктуры, в первую очередь финансово-банковской системы и фондового рынка;

наличие системы посреднических услуг для субъектов венчурного бизнеса;

наличие рынка капиталов.

Любой малый инновационный бизнес испытывает недостаток материальных и финансовых ресурсов, слабость научно-технической базы и нуждается в эффективной поддержке со стороны государства. В США разработана и действует комплексная программа государственной помощи малому инновационному бизнесу. Она включает прямое финансирование предприятий малого бизнеса из федерального бюджета, систему контрактного финансирования их министерствами и ведомствами, благоприятные налоговое законодательство и амортизационный климат. Суть венчурного бизнеса в США состоит в том, что инновационные фирмы реализуют свои идеи с помощью средств, предоставляемых инвесторами в обмен на приобретение по льготной цене акций создаваемых компаний.

Весьма своеобразное развитие венчурный бизнес получил в Японии. Термин «венчурный бизнес» появился в японской экономике в середине 70-х годов XX века, хотя в других странах, в частности в США, он уже был весьма распространен. В Японии он получил название «бентя-бидзинес».

В чем состоял риск «бентя-бидзинеса» в Японии?

Во-первых, его история только начиналась, и было еще мало опыта; во-вторых, люди относились к такому бизнесу с определенной долей недоверия; в-третьих, инициативным предпринимателям, которые хотели заняться «бентя-бидзинесом», часто не хватало инвестиций.

Последняя проблема была решена с появлением «бентя-кэпитала» - инвестиционных компаний для этого вида бизнеса. Первой подобной инвестиционной компанией стала Kioto Enterprise Development, которая образовалась в 1972 году в Киото. В настоящее время в Японии действуют около 100 компаний «бентя-кэпитала». Наглядное представление о реальной силе «бентя-кэпитал» позволяют получить следующие данные. В конце 1997 году на счетах 55 инвестиционных компаний «бентя-кэпитала» значилось 199 млрд иен, а рост капитала по сравнению с соответствующим периодом

1986 года составил 30%.

Инвестиции «бентя-кэпитал» направляются в первую очередь в сферу обслуживания, поскольку именно в этой сфере превалирует малый бизнес и здесь можно очень быстро получить отдачу.

Японская модель венчурного бизнеса имеет свои особенности по сравнению с западной моделью. Если западная модель объединяет науку и производство, то японская — одно производство с другим. Соответственно, если западный венчурный бизнес работает на основе материалов и информации, полученных от научного центра или вуза, то японский главным образом получает материалы и информацию от крупных фирм.

В современных условиях в России созданы все необходимые предпосылки для развития венчурного предпринимательства: относительно развит рынок ценных бумаг, возрастает проникновение зарубежных фирм на российский рынок интеллектуальной собственности. Это проникновение имеет не только характер прямой экспансии, но и форму инвестирования в отечественные инновационные проекты.

Одной из предпосылок для развития венчурного предпринимательства стала скрытая приватизация государственной интеллектуальной собственности, переход сотрудников государственных предприятий и научно-исследовательских организаций в малый инновационный бизнес. К этому еще необходимы: более благоприятный инвестиционный климат; наличие законодательной базы, создающей оптимальные условия для научно-технического прогресса и развития экономики; льготное налогообложение, стимулирующее развитие высокотехнологичного производства конкурентоспособных товаров. Наконец, надо отметить определенный интерес, который проявляют российские предприниматели к нововведениям, не требующим значительных инвестиций.

Все это свидетельствует о том, что венчурное предпринимательство, которое в нашей стране только формируется, имеет значительные перспективы роста и может сыграть роль катализатора дальнейшего развития инновационного бизнеса.

Финансирование, как правило осуществляется в основном через два типа венчурных фондов: бизнес-ангелы и посевные фонды.

Бизнес-ангелы — это частные инвесторы, состоятельные лица с большим опытом, которые по разным причинам вкладывают свои

свободные деньги и опыт («умные деньги») в бизнес идеи новичков. Типичный объём инвестиций в стартап – \$50–300 тыс. Приходится считаться с высоким уровнем риска, так как на новых рынках не хватает статистики о рисках. Кроме того, из-за ограниченности средств инвестор не может обеспечить высокую диверсификацию. Контракты с основателями компаний во многих аспектах неформальные, что затрудняет возможности контроля над бизнесом.

Бизнес-ангелы обычно одновременно занимаются многими проектами, так как большинство из них потерпит крах и только один из многих принесет прибыль, которая может окупить остальные убытки. Так, один из первых инвесторов компании Google — Энди Бехтольсхайм — сейчас миллиардер.

Бизнес-ангелы инвестируют часть собственных средств в инновационные компании самых ранних стадий развития — «посевной» (seed) и начальной (start-up), поддерживая их техническое и коммерческое развитие. Они не одалживают деньги, как банк (долговое финансирование), а предоставляют деньги, связи и опыт в обмен на долю акций в новой компании (долевое финансирование).

«Посевной» фонд инвестирует на стадии, когда компания лишь определяет концепцию своего бизнеса и создает прототипы продуктов или технологий. Первый крупный фонд посевных инвестиций в России планирует создать РВК.

Максимальная выручка компании, которая сможет претендовать на получение инвестиций от «посевного» фонда РВК, за последние четыре квартала не должна будет превышать 25 млн руб, считают в РВК. Кроме того, она должна быть моложе трех лет. Также в предполагаемых условиях для нового фонда будет прописано, что объем первоначального раунда инвестиций в компанию – не более 25 млн руб., а некоторое количество ее акций принадлежит авторам и разработчикам новой технологии. Компании, в которые готова инвестировать РВК, должны разрабатывать продукцию или оказывать услуги из перечня критических технологий.

Типовые требования к соискателям венчурных инвестиций:

- малое предприятие в научно-технической сфере. Организационная форма – ООО или ЗАО.
- основной деятельностью – внедрение и коммерциализация результатов НИОКР, изобретений, усовершенствований и инноваций в научно-технической сфере;
- наличие продуманного плана реализации проекта в виде оформ-

ленного бизнес-плана;

- наличие прав интеллектуальной собственности, патентов, авторских прав или реальная возможность получения таких прав на результаты научно-технической деятельности;
- возможность реализации проекта в течение не более 6 лет;
- готовность инициаторов проекта к партнерству с венчурным фондом, участие фонда в акционерном капитале предприятия (фонд приобретает контрольный или блокирующий пакет);
- финансовая эффективность проекта не менее 70% IRR (внутренняя норма рентабельности).

На настоящий момент рынок венчурных инвестиций в России еще достаточно молод и сильно отличается по структуре от рынков западных стран. Например, в нашей стране практически отсутствуют инвестиции в проекты на «посевной» или начальной, стадии развития (а именно интерес к таким проектам является показателем «взрослого» рынка), а среди отраслей преобладают традиционные рынки - информационные (почти 50% инвестиций в 2008 году) и мобильные технологии (чуть более 9%).

На рынках разных стран в настоящее время наблюдаются различные тенденции на рынке венчурных инвестиций.

Так в первом квартале 2009 года объем венчурных инвестиций в США сократился на 61%, достигнув самого низкого показателя за последние 12 лет, говорится в новом отчете PriceWaterhouseCoopers, National Venture Capital Association и Thomson Reuters. В течение первых трех месяцев 2009 года общий объем венчурного капитала составил \$3 млрд. Это самый низкий уровень с первого квартала 1997 года, когда наблюдались показатели в размере \$2,96 млрд. В том же квартале 2008 года сумма инвестиций составляла \$7,74 млрд.

По данным отчета, в 2009 года инвестиции получили 549 компаний в США, тогда как в 2008 году их было 997. Это самое маленькое количество с первого квартала 1995 года.

С сокращением венчурных инвестиций столкнулись почти все индустрии. Наибольшее финансирование получили компании, работающие на рынке программных продуктов, – \$614 млн было потрачено на 138 компаний, что на 56% ниже, чем в прошлом году, по объемам средств, и на 45% – по количеству заключенных сделок.

Общий объем инвестиций в интернет-компании составил \$556 млн, на 58% ниже, чем в прошлом году.

Одной из немногих индустрий, в которых, несмотря на кризис,

наблюдается рост объемов инвестиций, является сфера здравоохранения, где инвестиции выросли на 6% и составили \$46,7 млн.

Особенно низким оказался уровень инвестиций первого раунда финансирования компаний – \$596 млн получили 132 компании, что является наиболее низким показателем с третьего квартала 1994 года. Для сравнения: в 2008 году первый раунд финансирования был осуществлен для 324 компаний, которые получили средства в размере \$1,7 млрд.

Наиболее заметными сделками первого квартала 2009 года стали инвестиции в фармацевтическую компанию Anacor Pharmaceuticals (\$50 млн), мобильный платежный сервис Oboray (\$35 млн) сервис микроблогов Twitter (\$35 млн).

В 2008 году объем рынка венчурного инвестирования в России, по данным Research.Techart, вырос на 25%, достигнув почти 1,3 млрд. долл. По прогнозам, в 2009 году рынок венчурного инвестирования вырастет не более чем на 15—20% за счет того, что многие сформированные фонды еще не потратили деньги, а кризисная ситуация значительно снизит цены стартапов.

Инновационный институт при МФТИ в марте 2009 года оценивал объем доступных в России венчурных средств, которые могут быть инвестированы, в 10–12 млрд рублей.

Всего в России, по данным Российской ассоциации венчурного инвестирования (РАВИ), зарегистрировано 92 венчурных фонда. Но реально работающих среди них, по оценкам участников рынка, лишь 15–20.

По данным Российской ассоциации венчурного инвестирования, средняя внутренняя норма доходности проектов российских фондов составляет 35%.

По прогнозам участников рынка, опрошенных РБК daily, в 2009 году венчурный рынок ждал затишье: новые фонды создаваться не будут, выходить из капитала проектов пока невыгодно, а новые инструменты для поиска и оценки стартапов пока не разработаны. Некоторые участники рынка полагают, что рынок оживет не ранее 2010 года.

Рост рынка в 2008 году был обеспечен в основном за счет активного заключения сделок в первом полугодии. Основными трендами этого года можно назвать рецессию российской экономики и убеждение в продолжительности кризиса не более двух лет. Конечно, если кризис продлится не один-два года, а четыре-пять, то

фонды вообще инвестировать не будут, а предпочтут остаться с деньгами.

В то же время на рынке сегодня складывается две тенденции. С одной стороны, в период кризиса у существующих венчурных фондов появляются новые возможности. Во-первых, в этот период не будут создаваться новые фонды и, следовательно, конкуренция снизится. Во-вторых, активы сейчас сильно подешевели — для стартапов венчурный капитал остается фактически единственной возможностью для финансирования. В целом такие активы подешевели на 30—50%. С другой стороны, инвесторы в условиях кризиса неохотно несут деньги в венчурные фонды. Поэтому период кризиса при целенаправленной государственной политике может стать периодом инновационного венчурного развития и для экономики в целом, и особенно для малого предпринимательства.

### **Контрольные вопросы**

1. Рассказать кратко об истории развития предпринимательства в России.
2. Как определяется предпринимательство в научной и учебной литературе?
3. Назовите основные черты предпринимательства.
4. Каковы основные мотивы предпринимательской деятельности?
5. Выделите основные субъекты предпринимательской деятельности.
6. Какова классификация предпринимательской деятельности?
7. Назовите основные виды предпринимательства. В чем заключаются их особенности?
8. Чем различаются понятия «юридическое лицо» и «физическое лицо»?
9. Чем отличается открытое АО от закрытого АО?
10. Чем отличается товарищество от общества с ограниченной ответственностью?
11. Может ли заниматься коммерческой деятельностью казенное предприятие?
12. В чем отличие между «предпринимательством» и «филиалом»?
13. Как регистрируются предпринимательские фирмы в РФ?
14. Назовите основные принципы ведения дел в

- предпринимательстве. Дайте их характеристику.
15. Какие заповеди должен соблюдать человек (фирма), занимаясь предпринимательством?

### Тесты

1. Самый легкий способ «делать» деньги по вашему мнению:
- а) много работать, вкладывать наличные деньги в дело;
  - б) быть хорошо информированным, рисковать;
  - в) ждать наследства от «богатого дяди», попытаться «отхватить» крупный выигрыш в лотерею или азартных играх;
  - г) карьеру предпринимателя делать постепенно, шаг за шагом, не спеша, не отлучая себя от участия в политике;
  - д) все предыдущие ответы верны;
  - е) все предыдущие ответы неверны.
2. Вы считаете, что верно утверждение:
- а) чем больше удастся зарабатывать денег, тем большее удовлетворение получаете человек от своей работы;
  - б) деньги — это власть;
  - в) обладание богатством вызывает зависть, а это приятно.
- Обоснуйте свое утверждение.
3. Деловые связи с друзьями:
- а) могу дать займы надежному приятелю, не исключая его помощи мне в нужный момент;
  - б) дружба дружбой, а деньги врозь;
  - в) при необходимости беру в долг, сам же принципиально никому и никогда не даю.
4. В предпринимательство вы вложили бы свои «свободные» деньги:
- а) производственное;
  - б) коммерческое;
  - в) финансовое;
  - в) во все виды предпринимательства.
- Обоснуйте свой ответ.
5. Если на вашем счету достаточное количество финансовых активов, вы будете активно наращивать свое состояние:
- а) может быть, если новое дело окажется надежным;



б) непременно;

в) нет.

Дайте пояснение вашего понимания «надежности» дела.

### Задания

1. Заполните нижеследующую таблицу.

Форма предпринимательства

Единоличное предприятие		Партнерство		Корпорация	
Преимущества	Недостатки	Преимущества	Недостатки	Преимущества	Недостатки

Ответьте: какая форма организации предпринимательства наиболее благоприятна с точки зрения:

- возможности освоения новой техники;
- безопасности от последствий возможного банкротства;
- самостоятельности управления фирмой.

2. Какая организационная форма была, бы с вашей точки зрения, наиболее рациональной:

- для страховой компании;
- бензоколонки;
- юридической консультации;
- промышленного комплекса по добыче и переработке нефти?

3. Вы и двое ваших друзей решили заняться поставками овощей в овощные магазины города. Вы выбрали для своего предприятия организационно-правовую форму — товарищество с ограниченной ответственностью. Ваши друзья вложили в дело по 500 тыс. руб. каждый, а вы передали предприятию право пользования вашим личным автомобилем в течение одного года. Автомобиль стоит 10 млн руб., свой вклад в виде права пользования по согласованию с другими участниками вы оценили в 500 тыс. руб.

Вопросы

1. Можно ли отправляться к фермерам за овощами без регистрации предприятия?
2. Что необходимо, чтобы предприятие было юридическим лицом?
3. Вы успешно завершили год работы. В вашем распоряжении 1800 тыс. руб. прибыли. Как будете делить между собой?
4. Плохое знание финансовой системы, налоговой политики и условий сельскохозяйственных закупок привели вас к

разорению. Ваши долги перед различными кредиторами составили 2000 тыс. руб. На какую сумму вы обязаны покрыть свои долговые обязательства?

## ТЕМА II. МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

### *Вопрос 1. Малое предпринимательство: понятие, критерии, формы*

Как явствует из самого определения, малое предпринимательство — это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики в определенных малых размерах, установленных законом. Малые размеры фирмы обуславливают специфику положения такой фирмы на рынке: она обладает максимальной степенью свободы, связанной с максимальной реализованностью отношений частной собственности. Малому предпринимательству свойственна особая способность к самосохранению и развитию через быстрое обновления производства или быстрый уход из одной сферы в другую без крупных финансовых потерь.

Малое предпринимательство обладает рядом *преимуществ*: более быстрая адаптация к местным условиям хозяйствования; гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений; относительно невысокие расходы при осуществлении деятельности, особенно затраты на управление; большая возможность для индивидуума реализовать свои идеи, проявить свои способности; более низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства в ответ на требования местных рынков; относительно более высокая оборачиваемость собственного капитала и др. Поэтому малые предприятия располагают значительными конкурентными преимуществами. Собственники малых предприятий более склонны к сбережениям и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что положительно сказывается в целом на деятельности предприятия.

В то же время субъектам малого предпринимательства свойственны и определенные *недостатки*, среди которых следует выделить самые существенные: более высок уровень риска, поэтому высокая степень неустойчивости на рынке; зависимость от крупных

компаний; недостатки в управлении делом; слабая компетентность руководителей, повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования; трудности в заимствовании дополнительных финансовых средств и получении кредитов; неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров (контрактов) и др.

Рассмотрение малого предпринимательства предполагает установление его границ, т. е. выделение критерия отнесения хозяйствующих субъектов к малым. По данным Всемирного банка, общее число показателей, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства, превышает 50. Однако наиболее часто применяемыми критериями являются следующие: средняя численность занятых на предприятии работников, ежегодный оборот, полученный предприятием, как правило, за год, и величина активов.

В ЕС предельной численностью занятых, позволяющей отнести предприятие к малым, является не более 49 человек. Другими критериями, позволяющими отнести предприятия к малым, наряду с численностью занятых работников, является товарооборот — не более 40 млн евро либо балансовая стоимость активов — не более 27 млн евро. Важным критерием является экономическая независимость малых предприятий. Однако в различных европейских странах количественно критерии значительно отличаются.

В Австрии критериями являются: число работающих — не более 50 человек, при этом годовой доход — не более 5 млн евро либо балансовая стоимость активов — не более 2 млн евро. В обоих случаях доля в собственности предприятия внешних собственников не должна превышать 25%.

В Германии к малым и средним предприятиям относятся предприятия с числом работающих не более 500 человек, с годовым оборотом не более 100 млн евро. В секторе ремесленной торговли к малым предприятиям относят все предприятия, владельцы которых внесены в реестр ремесленной торговли, независимо от размеров предприятия и вида деятельности.

В Италии микропредприятиями считаются предприятия, на которых занято не более 19 человек, а к малым — с числом работающих от 20 до 99 человек. Малым средним предприятием является предприятие, на котором число работающих составляет от 100 до 199 человек.

В Португалии к малым и средним предприятиям относят предприятия, занятые в сфере материального производства, в горнодобывающей промышленности, оказывающие услуги другим предприятиям, а также предприятия, действующие в отраслях оптовой и розничной торговли. Годовой оборот в малых предприятиях не должен быть более 12,3 млн евро, а доля в капитале других предприятий не должна превышать 50%.

В Японии в соответствии с основным законом о малых и средних предприятиях (с 1963 года) используются следующие показатели (табл. 3).

Таблица 3

Критерии отнесения предприятий к малым и средним в Японии

Сфера деятельности предприятий	Размер уставного капитала, млн йен	Численность работающих, чел.
Обрабатывающая промышленность и транспорт	До 100	До 300
Оптовая торговля	До 30	До 100
Розничная торговля и сфера услуг	До 10	До 50

В Японии применяется понятие маломасштабного предприятия с численностью работающих до 20 человек (в торговле и в сфере услуг – до 5 человек).

Вызывает практический интерес опыт отнесения предприятий к малым представителям, используемый в США. К малым предприятиям относят предприятия, управляемые независимыми собственниками, не занимающие доминирующего положения на рынке. Количественные критерии (численность наемных работников или годовой оборот) устанавливаются администрацией малого бизнеса США для каждой отрасли в соответствии со Стандартным промышленным классификатором в зависимости от особенностей производства и других факторов (в том числе при применении отдельных видов государственной поддержки). Например, в строительстве к малым относят предприятия с годовым оборотом от 7 млн долл. (по видам деятельности; в сельском хозяйстве — с годовым оборотом до 3,5 млн. долл.; в отдельных отраслях — 0,5 млн долл.).

В Великобритании в соответствии с Законом о компаниях 1981 года (с изменениями 1986 и 1989 годов) малое предприятие должно соответствовать двум из трех следующих критериев: оборот не более 2,3 млн ф. ст.; активы — не более 1,5 млн ф. ст.; средняя численность занятых — до 50 человек.

Интерес представляют критерии отнесения предприятий к малым, используемые в Прибалтийских странах. Так, в Латвии к малым относят предприятия, на которых число работающих не превышает 25 человек, оборот составляет не более 200 тыс. лат, а балансовая стоимость основных средств — не более 70 тыс. лат. В Эстонии малыми считаются предприятия с числом работающих не более 80 человек при обороте не более 15 млн эстонских крон. В Литве к малым относят предприятия с числом работающих не более 100 человек и с оборотом не более 2 млн литов.

Во всех странах первым критерием отнесения предприятия к малым является численность работающих, наряду с которой применяются и такие показатели, как стоимость активов, объем оборота, объем дохода, доля в собственности предприятия внешних собственников, размер уставного капитала (фонда) и др.

В российской практике малое предпринимательство было разрешено в 1988 году. Поначалу к числу малых относили государственные предприятия, на которых среднее число ежегодно занятых превышало 100 человек.

Согласно последнему закону, регулиющему деятельность малых и средних предприятий (Федеральному закону РФ от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», вступившему в силу 1 января 2008 года), к категории субъектов малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее – индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

1) для юридических лиц – суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов в уставном капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать 25%, доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не

являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25%;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

- а) от 101 до 250 человек включительно для средних предприятий;
- б) до 100 человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия – до 15 человек;

3) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством РФ для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливаемые один раз в 5 лет (Постановлением Правительства Российской Федерации от 22 июля 2008 года № 556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» указанные предельные значения определены следующим образом:

- для микропредприятий – 60 млн. руб.;
- для малых предприятий – 400 млн. руб.).

Категория субъекта малого или среднего предпринимательства определяется в соответствии с наибольшим по значению условием, указанным выше. Категория субъекта малого или среднего предпринимательства изменяется только в случае, если предельные значения выше или ниже предельных значений в течение двух календарных лет, следующих один за другим. Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности (многопрофильные), относятся к таковым по критерию того вида деятельности, доля которого является наибольшей в годовом объеме оборота или в годовом объеме прибыли.

Малые предприятия можно проклассифицировать по различным признакам. В таблице 4 представлена классификация форм малого предпринимательства по основным возможным признакам.

Таблица 4

## Классификация малого предпринимательства

Основание классификации	Полученный класс
Форма собственности	1. Частная 2. Смешанная российская 3. Совместная российская и иностранная собственность
Организационно-правовая форма	Хозяйственные товарищества (полные и на вере), хозяйственные общества (с ограниченной ответственностью, с дополнительной ответственностью), акционерные общества (открытые, закрытые), производственные кооперативы, предприниматели без образования юридического лица
Права владения, пользования и распоряжения имуществом	1. Собственник имущества. 2. Осуществляет деятельность с использованием имущества, являющегося собственностью других лиц
Размеры	Микропредприятия, малые
Характер деятельности	Производственный, непроизводственный.
Отраслевая принадлежность	Промышленность, строительство, сельское хозяйство, торговля, финансовая сфера и т. д.
Положение на рынке	Относительно небольшой объем продаж, монопольные позиции на узкоспециализированном рынке
Теснота интеграционных связей	Самостоятельные, «дочерние»
Пространственное положение	Стационарные, нестационарные
Тип деятельности	Экстенсивный, интенсивный
Технико-экономическая прогрессивность	Традиционный профиль, инновационные
Привлечение иностранного капитала	Без привлечения иностранного капитала, с привлечением иностранного капитала

## ***Вопрос 2. Место и роль малого предпринимательства в рыночной экономике***

Рыночная экономика развитых стран представлена крупным, средним и малым бизнесом. Их собственников объединяет общий корпоративный интерес – сохранение и развитие частной собственности, максимизация прибыли. Вместе с тем бизнес неоднороден, каждая из групп имеет свои интересы, определяющие стратегию их поведения, отношения с государством, подходы к решению технических и экономических проблем.

Крупный бизнес в основном определяет экономическую и техническую мощь страны, наводняет западный рынок (а сегодня и российский) массовыми, стандартными, качественными товарами по доступным ценам, осуществляет масштабные научные и маркетинговые исследования. Средний бизнес в большей мере зависит от внутренней экономической конъюнктуры, особую роль играют фирмы, которые характеризуются «нишевой» специализацией так как они, сохраняя небольшие размеры, могут стать одним из ведущих поставщиков узкоспециальной продукции.

Малый бизнес представляют самый многочисленный слой собственников, которые в значительной мере определяют социально-экономический облик страны. Эти фирмы, действующие в основном на местных рынках, непосредственно связаны с потребителем. Небольшие размеры, технологическая, производственная и управленческая гибкость позволяют им чутко реагировать на конъюнктуру рынка.

Количественные оценки доли малого предпринимательства в экономике России зависят от критерия отнесения предприятий к малым, положенного в основу анализа. Российский критерий резко отличается от американского и европейского (см. вопрос 1), поэтому Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства при анализе состояния малого предпринимательства в 2006–2008 годы за основной критерий приняты критерии российского законодательства. Результаты исследования «Оценка уровня развития малого предпринимательства



в регионах России» публикуются ежеквартально.

Но в России (как было указано выше) в 2008 году вступил в силу новый закон о развитии малого и среднего предпринимательства, который внес существенные изменения в учет и статистику малого предпринимательства. Принимая во внимание вышеуказанные обстоятельства, не представляется возможным по данным статистики корректно оценить динамику развития малого предпринимательства и сравнивать результаты деятельности малых предприятий в 2006–2008 годы. По этим исследованиям можно лишь выявить однозначно негативную тенденцию, сформировавшуюся в 2008 году.

Таблица 5

Оценка уровня развития малого предпринимательства в  
Российской Федерации

Показатель	2006 г.	2007 г.	2008 г.
Число предприятий, тыс. ед.	1031,5	1 136,2	282,7
Количество зарегистрированных МП в расчете на 1000 чел. населения, ед.	7,19	7,92	1,99
Численность работников списочного состава, (без внешних совместителей) тыс. чел.	8 480,0	9133,4	6 217,1
Доля занятых на МП в общей среднесписочной численности занятых, %	17,6	18,8	12,6
Оборот, млн. руб.	10957700	13734372,6	10 093 483,4
На душу населения, руб.	76374	95727,3	71 076,4
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	133380	193806,3	317 386,9
На душу населения, руб.	929,6	1350,8	2 235,0

(Таблица составлена по данным статистики; [www.gks.ru](http://www.gks.ru)).

На конец периода (1 января 2009 года) положение в малом предпринимательстве характеризовалось следующими тенденциями. Сократилось число зарегистрированных предприятий. Произошло сокращение среднесписочной численности занятых на МП (без учета внешних совместителей и работающих по договорам гражданско-правового характера), особенно показательным является сокращение доли занятых на МП в общей среднесписочной численности занятых с 17,6 до 12,6%. По сравнению с 2006 годом практически не изменилась выручка от реализации (если учесть инфляцию, безусловно, тен-

денция будет негативной). Положительная тенденция лишь в объеме инвестиций, что сохраняет надежду на возможное будущее развитие.

Указанные изменения показателей, характеризующих сектор малого предпринимательства, подтверждают тенденцию к снижению деловой активности малых предприятий в 2008 году.

Однако роль малого предпринимательства велика не только количественно, но и функционально. В первую очередь малые фирмы играют интегрирующую, связующую экономику в единое целое роль. Этот тип фирм называют коммутантами, они готовы использовать любую возможность для производства, без них экономика приобрела бы «лоскутный» характер.

Малое предпринимательство является важным фактором повышения гибкости экономики, степени ее приспособляемости к постоянно меняющейся рыночной ситуации.

Кроме того, оно формирует и поддерживает в экономике конкурентные отношения, выбирая такую сферу деятельности, где малая форма хозяйствования обеспечит наибольшую эффективность или взаимодействуя с крупной корпорацией по системе «корпорация и ее окружение», сочетающей преимущества крупного и мелкого бизнеса.

Во взаимоотношениях малого и крупного предпринимательства в настоящее время появились новые тенденции. В экономике появились «фирмы-генерики», которые образуют группу быстро растущих, в основном небольших компаний, занимающихся копированием продуктов ведущих фирм. Они не несут огромных расходов на научные исследования, а потому их издержки по производству товаров значительно ниже, и они не завышают цены, как это нередко делают крупные монополии. В таких условиях малые предприятия способны составить конкуренцию крупному бизнесу.

Малому предпринимательству свойственна особая способность к самосохранению и развитию через быстрое обновление производства или быстрый уход из одной сферы в другую без крупных финансовых потерь. Благодаря этому число малых фирм, как правило, не только не сокращается, но даже возрастает, что поддерживает конкурентную рыночную среду.

Малому предпринимательству присуща особая инновационная роль. Научно-технический прогресс имеет одну особенность: основная часть научных исследований приходится на долю ведущих корпораций, обладающих значительными финансовыми ресурсами, а

принципиальные нововведения, нередко закладывающие фундамент для новых производств и даже отраслей экономики, создаются мелкими инновационными фирмами (их называют эксплорентами). Такие фирмы обеспечивают более высокую эффективность организации нововведенческого процесса.

Характеризуя роль малого предпринимательства в экономике, необходимо подчеркнуть его функцию по рациональному использованию ресурсов. Это, прежде всего, трудовые ресурсы. Малым предпринимательством в странах с социально-ориентированной рыночной экономикой создается около 70% новых рабочих мест, оно использует труд социально уязвимых групп населения (женщин, учащихся, инвалидов, пенсионеров, беженцев и т. д.). В малом предпринимательстве применяются уникальные способности, знания и трудовые навыки отдельных граждан.

Малое предпринимательство обеспечивает рациональное использование и материальных ресурсов, особенно местных источников сырья и отходов крупного производства. В хозяйственный оборот включаются финансовые ресурсы части населения путем перевода их сбережений в инвестиции. Малый бизнес обеспечивает размещение производства товаров и услуг ближе к потребителю, сокращение на этой основе расходов по доставке товаров, выравнивая уровни товарной обеспеченности по территории страны.

Таким образом, малое предпринимательство – это неотъемлемая, объективно необходимая, выполняющая важные связующие функции система рыночной экономики.

Но положение малого предпринимательства в огромной степени зависит от внешней среды, представляющей собой совокупность элементов, влияющих на его становление и функционирование, которая является для него неопределенной, исключительно подвижной и изменчивой. И положительную, и отрицательную роль в этом процессе играют экономическая политика государства по отношению к малому предпринимательству и экономическая ситуация в стране.

### ***Вопрос 3. Проблемы и государственная поддержка развития малого предпринимательства***

Малое предпринимательство практически всех стран мира

сталкивается с рядом проблем, особая острота и длительная неразрешенность которых в России приводит к развертыванию негативных тенденций в его развитии. На разрешение этих проблем должно быть направлено управление развитием данной системы. Выделим основные из них.

Законодательная проблема – это отсутствие системности в законодательстве, регулирующем деятельность малого предпринимательства, и неполная реализация законодательных актов. Она существует и на федеральном, и на региональном уровнях и уходит корнями в нечеткое представление законодателей о предмете регулирования.

Ресурсная проблема – это проблема обеспечения материально-техническими и финансовыми ресурсами. Из этой двойственной проблемы финансирование является основной и наиболее острой. Повышенные риски и отсутствие длительной кредитной истории, минимальная доля недвижимости в активах, которая может служить залогом при кредитовании, существенно осложняют получение малым предпринимательством кредитов. Очень остро эта проблема стоит в России. В ее решении малый бизнес в России практически может рассчитывать только на свои внутренние источники.

Кадровая проблема двойка: с одной стороны, она включает в себя проблемы, связанные с подготовкой и обучением организаторов малого бизнеса. С другой стороны, в России кадровая проблема проявляется и в ограниченности подготовленных к современному производству, способных к непрерывному образовательному процессу, ответственных трудовых ресурсов.

Непростая проблема – поддержание положительного имиджа малого бизнеса и социальная защита деятельности его собственников (особенно остра эта проблема в России). Работающему в подавляющем большинстве на удовлетворение текущих потребностей малому бизнесу производить продукцию с длительным производственным циклом (включая наукоемкую) становится разорительно. При сохранении такой ситуации и отсутствии социальных гарантий собственникам малых фирм ожидать прогрессивных сдвигов в структуре их деятельности не приходится.

Названные проблемы присущи рыночной экономике в целом. Политика, выстроенная государством по отношению к системе малого предпринимательства, либо способствует решению этих проблем, либо, как минимум, государство не вмешивается в этот

процесс, как максимум – усугубляет его.

Ограничителем развития системы малого предпринимательства в России или еще одной проблемой, с которой сталкиваются малые формы хозяйствования, являются административные барьеры (отсутствие доступа к пригодным для размещения площадям и ресурсам, коррупция). Большинство экономистов рассматривает названную проблему как основную, сдерживающую развитие этой системы в России в современных условиях.

На российском рынке сложились некоторые особенности малого предпринимательства. Во-первых, развитие его началось без наличия опыта в этой области в условиях высокой степени монополизированности экономики.

Во-вторых, этот процесс протекал в неблагоприятных условиях: экономический кризис, инфляция, обременительная налоговая система, отсутствие надлежащей инфраструктуры, недостаточная поддержка со стороны государства.

В-третьих, малый бизнес в РФ разворачивают свою деятельность в менее капиталоемких и более рентабельных сферах, поэтому не слишком рациональна с точки зрения общества его отраслевая структура. Переход же его в более капиталоемкие и менее прибыльные отрасли будет возможен только, если государство создаст для этого благоприятные правовые и экономические условия.

В-четвертых, на данном этапе развития в российской экономике практически отсутствует интеграция в развитии малого, среднего и крупного бизнеса. Они функционируют обособленно, и между ними нет тесных долговременных связей на уровне специализации и кооперирования.

В-пятых, высока криминализация сферы деятельности малого бизнеса и размеры «теневой» экономики. Этому способствовало: стихийность развития, обременительная налоговая система, отсутствие надлежащей законодательной базы и поддержки со стороны государства. По оценкам специалистов, доля «теневоего» сектора составляет сейчас от 30 до 50% реального оборота малых фирм, т.е. значительная часть ресурсов не задействована в решении общегосударственных задач.

Достижение прогресса в развитии малого предпринимательства в России зависит от направления усилий государства на преодоление ее проблем, выстраивание хотя бы лояльной по отношению к ней внешней среды и переход от олигархической к рыночно-

патерналистской системе управления ею, т. е. государственной поддержки малого предпринимательства.

В соответствии с федеральным законодательством государственная поддержка малого предпринимательства должна осуществляться по следующим направлениям:

- формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства;
- создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий;
- установление упрощенной системы порядка регистрации субъектов малого предпринимательства, лицензирования их деятельности, сертификации их продукции, представления государственной статистической и бухгалтерской отчетности;
- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая содействие развитию их торговых, научно-технических, производственных, информационных связей с зарубежными государствами;
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий и др.

Формами государственной поддержки малых предприятий являются оказание финансовой помощи на возмездной и безвозмездной основе, финансирование федеральных программ поддержки и развития малого предпринимательства, предоставление налоговых льгот малым предприятиям, осуществляющим приоритетные виды деятельности, льготное кредитование и страхование субъектов малого предпринимательства, предоставление малым предприятиям на конкурсной основе государственных заказов на производство и поставку отдельных видов продукции и товаров (услуг) для государственных нужд и другие формы поддержки. К сожалению, из-за сложившейся экономической ситуации не все формы поддержки реализуются на практике.

Важную роль в механизме поддержки малых предприятий должны сыграть *общества взаимного кредитования* субъектов малого предпринимательства, создаваемые для аккумуляции денежных средств его участников, пожертвований и иных поступлений для оказания взаимной финансовой помощи и предоставления льготных

кредитов. В состав общества взаимного кредитования могут входить другие юридические и физические лица при условии, что доля уставного (складочного) капитала, принадлежащая входящим в общество субъектам малого предпринимательства, составляет менее 51% от общего размера капитала.

Развитие малого предпринимательства во многом зависит от *материально-технической поддержки* субъектов малого предпринимательства, предоставления органами местного самоуправления на льготных условиях в аренду нежилых помещений, в лизинг оборудования. Так, в Москве для обеспечения условия аренды и приобретения в собственность нежилых помещений исключительно *для* нужд субъектов малого предпринимательства правительство столицы организует и проводит для них:

- открытые целевые конкурсы по продаже прав на аренду нежилых помещений и земельных участков;
- открытые конкурсные торги по продаже не завершенных строительством объектов, чтобы субъекты малого предпринимательства могли на основе объединения средств совместно приобретать указанные объекты в собственность. В столице создан целевой фонд нежилых помещений для размещения субъектов малого предпринимательства, развития его инфраструктуры.

Заслуживает отдельного внимания механизм финансирования программ и проектов развития и поддержки малого предпринимательства в Москве. Финансирование осуществляется за счет средств городского бюджета, средств от приватизации имущества, принадлежащего Москве, средств Фонда занятости, средств Фонда поддержки малого предпринимательства, других внебюджетных источников финансирования добровольных взносов юридических и физических лиц и других незапрещенных источников.

Как показывает зарубежный опыт, устойчивое развитие малого предпринимательства во многом зависит от функционирования разветвленной инфраструктуры поддержки малых предприятий как на уровне государства, так и на региональных уровнях. Так, важную роль в достижении успехов предприятиями малого бизнеса США играют администрация по делам малого бизнеса в США, органы конгресса США по делам малого бизнеса, министерства торговли, федеральная торговая комиссия, торговые ассоциации, торгово-промышленные палаты, коммерческий банк, федеральные фонды и другие организации.

В РФ сложилась определенная инфраструктура поддержки развития малого предпринимательства на федеральном уровне и на уровне субъектов Российской Федерации. Регулирование развитие малого предпринимательства, его поддержку (в том числе функциональную), относятся осуществляет Президент РФ, Федеральное Собрание РФ, Правительство РФ, федеральные министерства, службы, государственные комитеты. Так, в реализации федеральных комплексных программ поддержки и развития малого предпринимательства принимают участие следующие федеральные министерства: экономики, финансов, по налогам и сборам, труда и социального развития, развития конкуренции и поддержки предпринимательства, юстиции, образования и др. Важное место в инфраструктуре предпринимательства занимают Конституционный суд РФ, Арбитражный суд РФ, Верховный суд РФ, Генеральная прокуратура РФ и их органы на местах.

Большую роль в механизме поддержки развития малого предпринимательства ранее играл Государственный комитет по поддержке и развитию малого предпринимательства РФ, однако указом Президента РФ в сентябре 1998 года комитет был ликвидирован. В настоящее время на федеральном уровне непосредственное участие в поддержке и развитии малого предпринимательства осуществляет Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства, который фактически организует финансовое обеспечение федеральной политики в области государственной поддержки малого предпринимательства, и Федеральная служба по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства.

### **Контрольные вопросы**

1. Что такое малое предпринимательство, чем его преимуществ по сравнению с другими формами предпринимательства?
2. Какие недостатки свойственны субъектам малого предпринимательства?
3. Каковы теоретические подходы к определению критерия отнесения предприятий к малым?
4. Какие критерии отнесения предприятий к малым используются в экономиках различных стран мира?
5. Каков критерий отнесения предприятий к малым в России?



6. Проклассифицируйте малое предпринимательство.
7. Дайте количественную характеристику места малого предпринимательства в экономике России.
8. Какова функциональная роль малого предпринимательства?
9. Охарактеризуйте проблемы, с которыми сталкиваются субъекты малого предпринимательства в России?
10. Каковы основные направления государственной поддержки малого бизнеса в России?
11. Венчурное малое предпринимательство: понятие, необходимость развития.
12. Специфика венчурного предпринимательства в России.
13. Масштабы венчурного предпринимательства в России и других странах.

### Тесты

1. Основными критериями отнесения предприятий к малым не являются:
  - а) численность занятых;
  - б) ежегодный оборот;
  - в) доля, занимаемая на рынке;
  - г) величина активов.
  
2. Малое предпринимательство в России основано на следующих формах собственности:
  - а) частная;
  - б) государственная;
  - в) смешанная российская;
  - г) совместная российская и иностранная.
  
3. Особенности малого предпринимательства в России;
  - а) развитие его основано на многолетнем опыте в данной области;
  - б) высокая криминализация сферы деятельности малого предпринимательства;
  - в) низкая капиталоемкость отраслей, в которых развивается малое предпринимательство;
  - г) широкая интеграция малого, среднего и крупного предпринимательства.

## ТЕМА III. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК

### *Вопрос 1. Понятие и классификация рисков*

Любая сфера человеческой деятельности сопряжена с таким объективным явлением, как риск. Это многоаспектная и многосторонняя категория, несущая в себе нежелательные и порой непредсказуемые последствия. Заранее невозможно предугадать влияние всех факторов на предпринимательскую деятельность. Тем более, что многие факторы изменяются. Предприниматель сталкивается с риском на всех стадиях воспроизводственного процесса. Объективность предпринимательского риска зиждется на основе неопределенности внешней среды, отсутствия четкости в определении целей и постановке задач предпринимательской деятельности. Риск возможен при изменении конъюнктуры рынка, вызванного непостоянством спроса и предложения, и т. д.

Некоторые авторы возникновения предпринимательского риска связывают с экономической свободой предпринимателей. Усиление риска рассматривается как своеобразная плата за экономическую свободу\*.

Как же определить предпринимательский риск?

Многоаспектность категории породила рассмотрение риска с разных позиций, подходов и множественность классификаций.

«... под хозяйственным, предпринимательским риском понимается опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов, возникающей при любых видах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией», – пишет Б.А. Райзберг [6].

Э.А. Уткин, анализируя риск-менеджмент, приходит к выводу о том, что риск – «... это вероятность возникновения убытков или неполучения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом» [10]. Риск и его усиление можно рассматривать как оборотную сторону свободной предпринимательской деятельности.

Определяя риски предпринимательской деятельности, авторы

---

\* См.: Предпринимательство: учеб. / под ред. М.Г. Лапусты / Пирогов К.М., Темнова Н.К., Гуськова И.В. – М, 2000. – С.369; Пирогов К.М. Основы организации бизнеса.– Новосибирск: КНОРУС, 2007. – С. 199.

учебника «Предпринимательство» отметили, что «...риск — это возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации плана и исполнения бюджетов предприятий» [7].

Рассматривая экономику предпринимательства, говоря об экономической сущности и содержании, в частности, хозяйственного риска, В.И. Кушлин, П.Д. Половинкин, А.Н. Фоломьев и другие справедливо подчеркивают мысль о том, что в отечественной литературе риск, как правило, связывают с ущербом, опасностью потерять прибыль, имущество при использовании технологии, средств производства и т. д. То есть делается акцент на последствия любой деятельности. В отличие от такого подхода названные нами авторы исходят не из последствий, а из самой деятельности, которой присущ риск. Рассматривая саму предпринимательскую деятельность как инновационную рисковую деятельность, предприниматель «...рассчитывает не на потери, а, прежде всего, на получение предпринимательского дохода...». И далее: «Вот почему фирмы инновационного, предпринимательского типа имеют более высокую рентабельность и более высокий уровень конкурентоспособности по сравнению с теми, которые осуществляют процесс воспроизводства с использованием традиционных технологий и техники, методов организации и управления производством» [6].

С выводами авторов трудно не согласиться, поскольку целевая установка предпринимательства должна настраивать предпринимателя на успех даже с точки зрения психологического состояния.

Таким образом, предпринимательский риск связан с самой предпринимательской деятельностью, ее неопределенностью. Выражается предпринимательский риск в недостижении получения прибыли, дохода, в возникновении непредвиденных затрат экономических ресурсов.

Исходя из многоаспектности, многокритериальности классификацию предпринимательских рисков и их видов можно представить следующим образом (рис. 3, 4).

В условиях рыночной экономики по сфере возникновения предпринимательские риски можно подразделить на внешние и внутренние. Внешняя среда по отношению к предпринимательской деятельности является источником внешних рисков. Внешние риски не связаны непосредственно с деятельностью предпринимателя. Иначе, это — «чистые риски», т. е. природноестественные,

экологические, политические, социальные. В результате финансового кризиса в стране, возрастания инфляции возникают потери коммерческого характера.

К источникам внутренних рисков относится деятельность самой фирмы, т. е. некомпетентность самого предпринимателя, неэффективность менеджмента, ошибки в маркетинговой политике. Спекулятивные риски связаны с финансовой деятельностью, покупательной способностью денег, инвестиционными программами.

Весьма важным в современных условиях хозяйствования является риск, связанный с недостатком информации. Недостоверная информация о конкурентах (в рамках законодательства), деловом имидже партнеров и их финансовом состоянии может стать источником потерь.

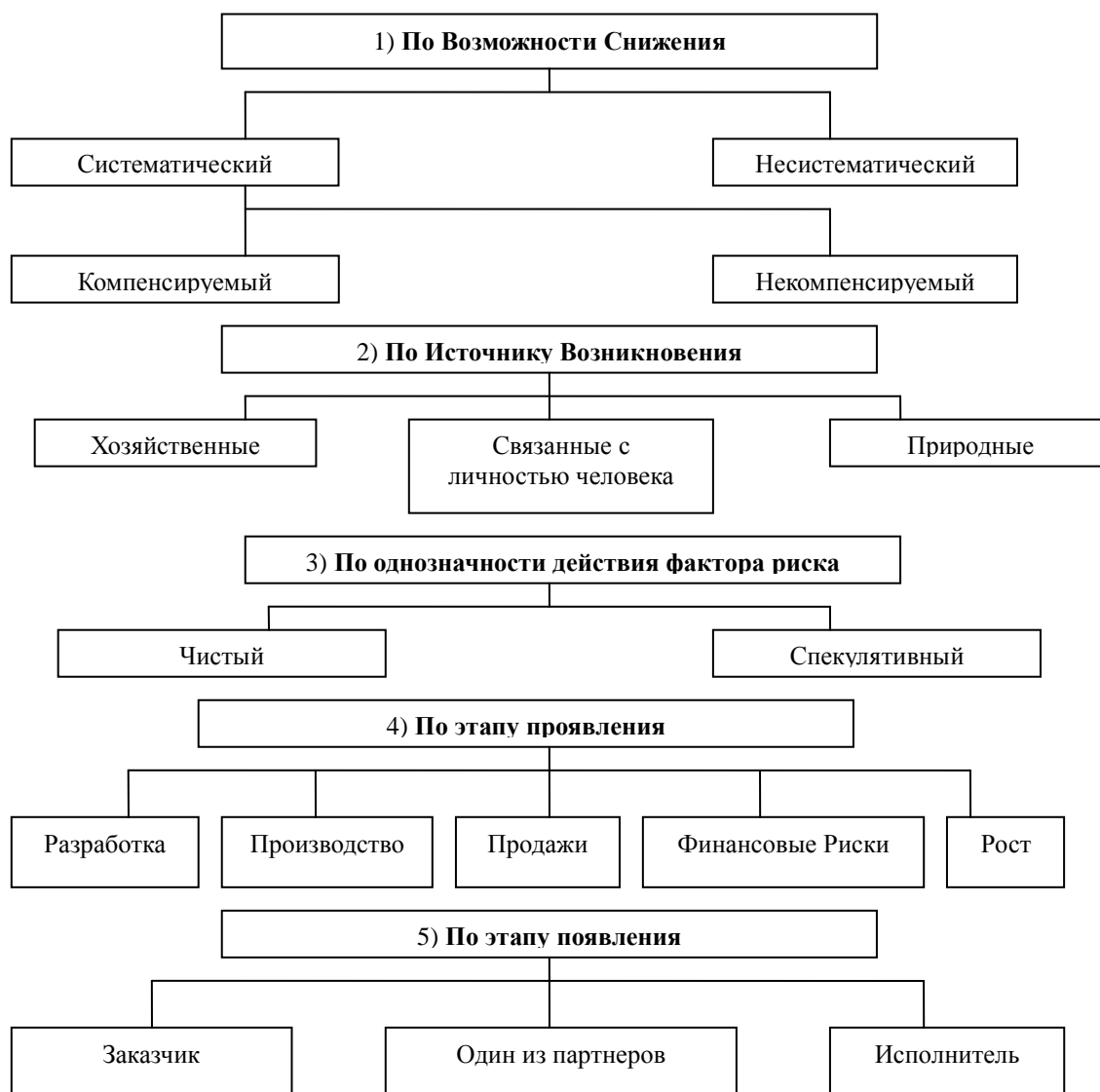


Рис. 3. Классификация рисков



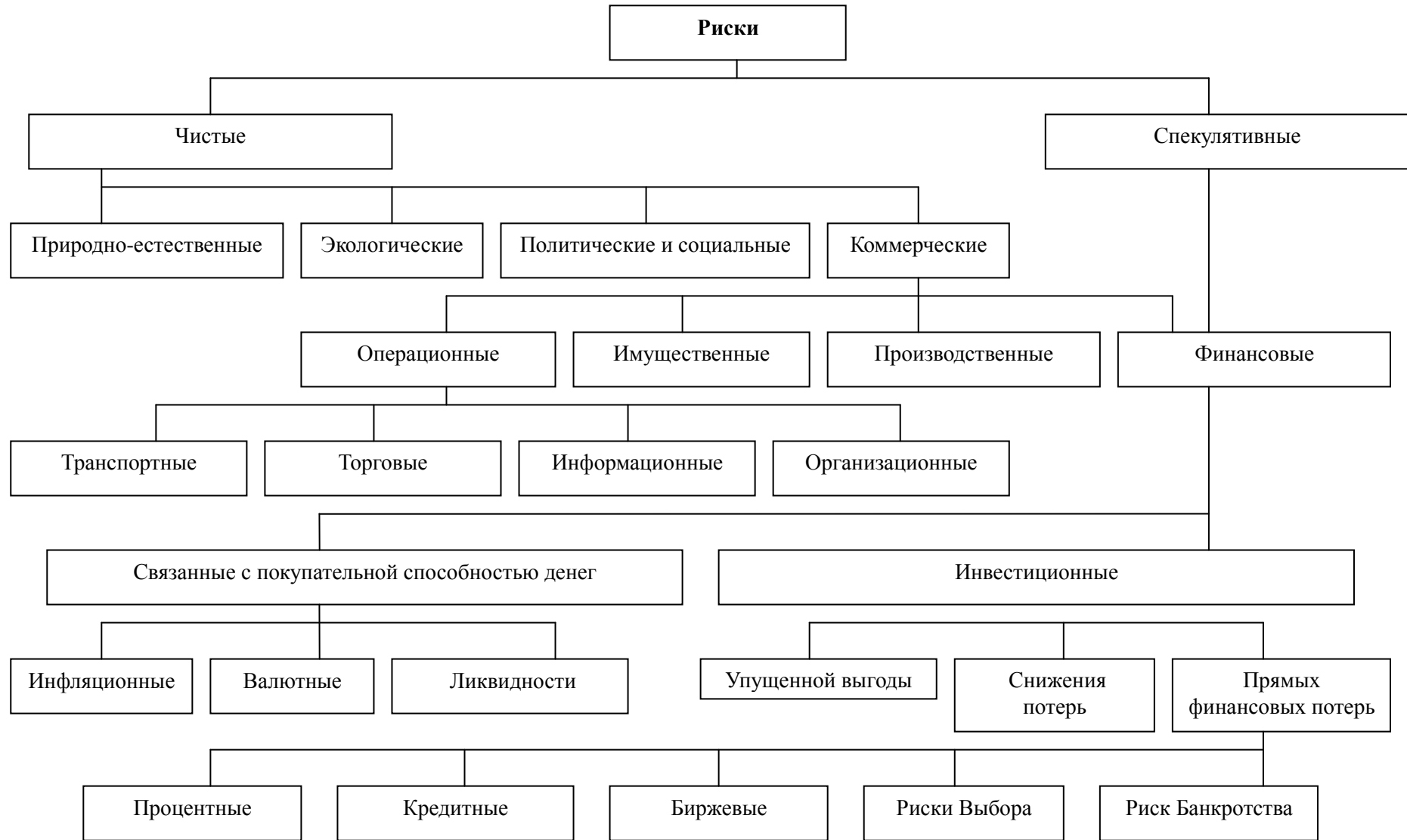


Рис 4. Виды рисков

## ***Вопрос 2. Потери и защита от рисков***

Как отмечалось выше, в самой рискованной предпринимательской деятельности или последствиями таковой являются потери, которые можно подразделить на следующие:

- материальные;
- трудовые;
- финансовые.

Материальные потери связаны с непредвиденными затратами или непредусмотренными потерями имущества (собственности) в натуральном выражении, т. е. потерями зданий, сооружений, комплектующих изделий, машин, механизмов, продукции, материалов, сырья и т. д.

Трудовые потери могут выступать как потери ведущих работников предприятия, компании, так и потери рабочего времени, вызванные форс-мажорными или иными обстоятельствами.

Финансовые потери связаны с прямым денежным ущербом, что сопряжено с потерей дохода или возникновением непредусмотренных в бизнес-плане платежей, дополнительных налогов и т.п.

Потери в предпринимательской деятельности приводят к убыткам. Следовательно, необходимо заниматься их предотвращением. В настоящее время считается оптимальным, если вопросами предотвращения убытков занимается менеджер по управлению риском, программа которого призвана обеспечить максимальную защиту от риска при минимальных издержках. Функции менеджера по управлению рисками сложны. Он должен не только оценить риск, выбрать меры управления риском, но и претворить эти меры в предпринимательской деятельности, контролируя их выполнение. Оценка риска предполагает анализ выявленных внутренних и внешних факторов, воздействующих на усиление риска. Менеджер по управлению риском обязан оценить конкретные виды риска с финансовой стороны. Иначе говоря, определить, сможет ли предприятие, компания справиться с риском самостоятельно с точки зрения финансов и какова экономическая целесообразность. Затем менеджер устанавливает допустимый уровень риска для данного предприятия и разрабатывает меры по снижению риска. К мерам по снижению рисков относятся:

- образование специального резервного фонда самострахования;

- разработка проекта профессионалами – компетентными компаниями, партнерами, консультантами;
- выявление и проработка предпроектных сопутствующих проблем;
- анализ и прогнозирование развития спроса на данные товары, включая услуги и в целом конъюнктуру рынка;
- распределение риска между участниками проекта;
- хеджирование (т. е. создание вторичных валютных, коммерческих, кредитных и иных требований и обстоятельств). Эта мера широко используется на Западе фирмами, которые специализируются на обработке сырья, в целях страхования прогнозируемого уровня доходов путем передачи риска другой стороне;
- перевод части, например, финансового риска на другие компании, так называемые венчурные, или рисковые. Данный способ обычно используют при разработке дорогостоящих наукоемких проектов;
- диверсификация производства, означающая «... разнообразие, ... - одновременное развитие многих, не связанных друг с другом технологических видов производства и другой предпринимательской деятельности, расширение ассортимента производимых товаров и услуг» [9];
- страхование риска. Страхование риска означает передачу ответственности за определенные риски страховой компании. Покупая страховку, предприниматели (фирмы, предприятия, компании) передают риск страховой компании, которая готова платить за определенные виды убытков. За услуги страховая компания получает так называемую страховую премию.

Прежде чем передать риск страховой компании, необходимо ее выбрать, исходя из следующих основных критериев:

1. Наличие лицензии Федеральной службы России по надзору за страховой деятельностью.
2. Форма специализации страховой компании и соответствие предлагаемых ею страховых услуг потребностям фирмы в страховании отдельных видов финансовых рисков.
3. Размер уставного капитала и собственных средств страховой компании.
4. Рейтинг страховой компании, основанный на сравнении относительных и абсолютных показателей их финансовой деятельности.
5. Размер тарифов, используемых страховой компанией в процессе осуществления различных видов страхования рисков.



В России наиболее известными страховыми компаниями являются «Росгосстрах», «РОСНО», «ИНГОССТРАХ»

Система мер по снижению предпринимательских рисков изображена на рисунке 5.

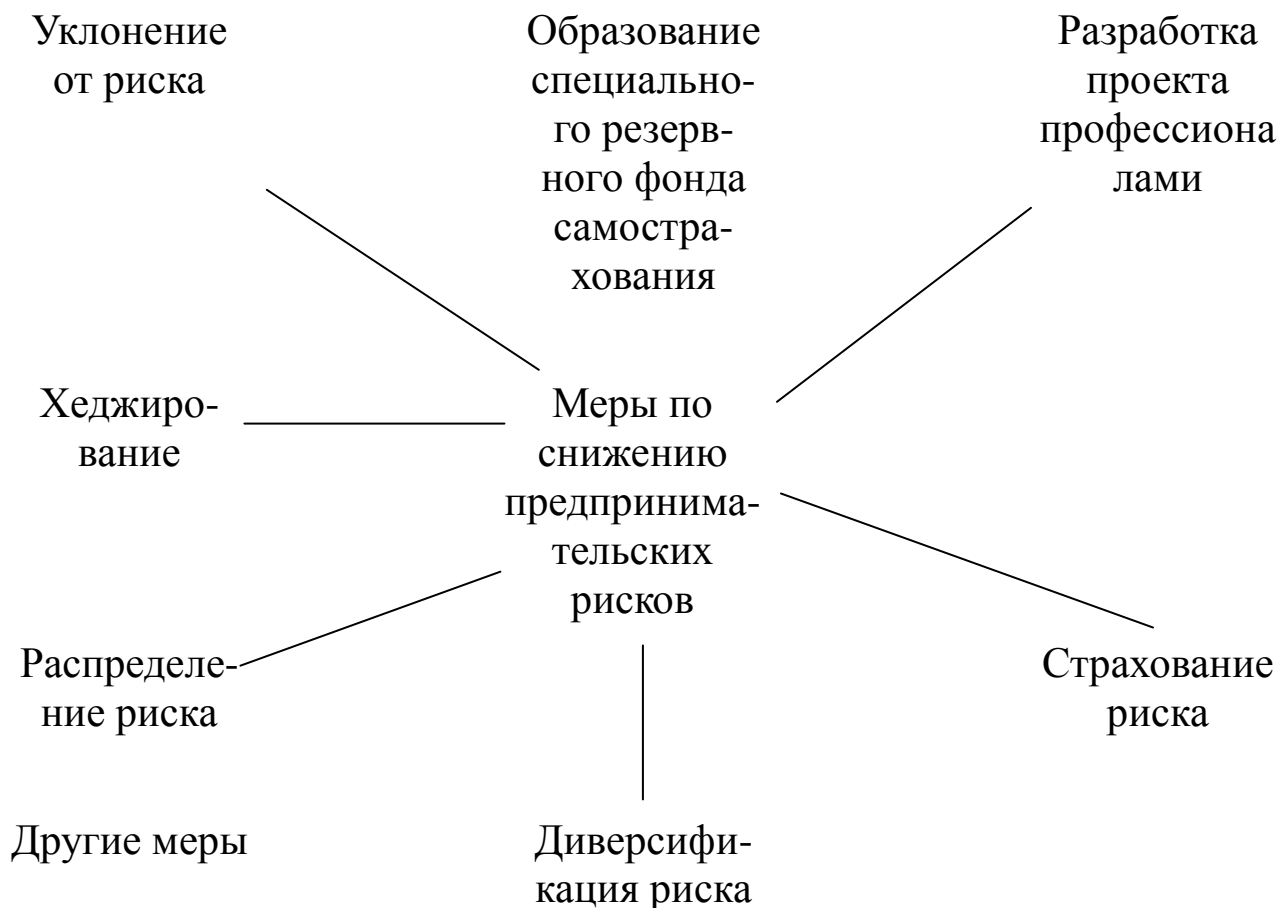


Рис. 5. Основные меры по снижению предпринимательских рисков

В условиях преодоления кризиса и перехода на качественно новый уровень развития экономики — инновационный мировая практика обращает серьезное внимание на такой способ снижения риска, как рациональный выбор инвестиционных решений. В экономике возможны любые инвестиции — производственные и непроизводственные: от изготовления товаров и оказания услуг до создания научного продукта и продукта живописи, вложений в ценные бумаги и т. д.

Необходимо предусмотреть отдачу от инвестиций, исходя:

- из срока окупаемости;
- степени риска;
- прогнозируемых и ожидаемых темпов инфляции;

– налогообложения.

При каких же условиях возможно инвестирование?

Во-первых, если инвестирование в реальный сектор, в ценные бумаги приносит большую чистую прибыль, чем хранение денег на счетах в банке.

Во-вторых, если темп инфляции ниже, чем норма прибыльности (т. е. рентабельности). В данном случае важно учесть временной лаг, т. е. оценить затраты, выручку, прибыль, рентабельность от реализации инвестиционного проекта с учетом изменения времени. Этот процесс называется *дисконтированием*. Формулы

дисконтирования:  $D = \sum_{t=1}^n \frac{D_t}{1+i}^t$ , где  $D_t$  – ежегодный будущий доход

через  $t$  лет;  $I$  – инвестируемый капитал;  $i$  – норма банковского процента. В — третьих, если данный инвестиционный проект наиболее выгоден (рентабелен) с учетом дисконтирования по сравнению с другими проектами.

Вместе с тем менеджер по риску может комбинировать названные условия, делать выбор в пользу того или иного проекта в зависимости не только от цели, но и стратегии предпринимательской фирмы. На формирование портфеля инвестиций может оказать влияние и социальная значимость проекта для общества и имиджа фирмы.

### Контрольные вопросы

1. Что такое «предпринимательский риск»?
2. Какова классификация рисков в предпринимательской деятельности?
3. Назовите виды рисков и кратко охарактеризуйте их.
4. Какие существуют потери в предпринимательской деятельности? Назовите их и дайте характеристику.
5. Каковы источники возникновения потерь, их природа? Какие потери способны нанести самый чувствительный ущерб предпринимателю?
6. Разделите потери на группы в зависимости от их относительной величины. Какие потери следует относить к допустимым, критическим, катастрофическим?
7. Назовите главные причины возникновения предпринимательских потерь. Какие из причин обусловлены

неумелыми действиями предпринимателей, и какие не зависят от их действий или мало зависят от них? На какие из причин возникновения потерь следует, на ваш взгляд, обратить самое первостепенное внимание на современном этапе развития российского предпринимательства?

8. Какие правила (советы) необходимо помнить начинающему предпринимателю с целью уменьшения степени вероятного риска?
9. Перечислите и охарактеризуйте основные способы предотвращения и уменьшения предпринимательского риска.
10. Что дает страхование риска, когда и каким образом стоит к нему прибегать?
11. Что означает «хеджирование»?
12. Что такое «диверсификация», какова ее роль в рисковом предпринимательстве?
13. Что означают «венчурные» компании, в каких разработках они используются?
14. Каковы основные критерии выбора страховой компании предпринимателем?
15. Назовите наиболее известные страховые компании России. Причины их известности?
16. Каковы условия (критерии) выбора инвестиционных проектов?
17. Что означает «дисконтирование»?

### **Тесты:**

I. Оценка специалиста на способность к риску.

Выразите свое согласие – «да» или несогласие – «нет» с приведенными ниже утверждениями:

1. Я бы рискнул начать собственное дело, но не работать на кого-то еще.
2. Никогда не пойду на такую работу, где много поездок.
3. Если бы и стал играть, то никогда не делал бы малых ставок.
4. Мне нравится улучшать свою жизнь с помощью новых идей.
5. Никогда не брошу работу, не будучи уверенным, что есть другая.
6. Я не склонен пойти на риск, чтобы расширить свой кругозор.
7. Зная, что какое-то конкретное новое дело может кончиться неудачей, я не стал бы вкладывать в него средства, даже зная, что

барыш может быть велик.

8. Хотел бы испытать в жизни как можно больше острых ощущений.
9. Не ощущаю в себе особой потребности в возбуждающих событиях.
10. Я не обладаю большой энергией.
11. Я могу без труда генерировать множество «прибыльных» идей.
12. Я бы никогда не стал спорить на сумму, которой в данное время не располагаю.
13. Мне нравится предлагать новые идеи или концепции, даже когда реакции на них, например, моего руководителя, непредсказуемы и неясны.
14. Я готов участвовать лишь в таких сделках, которые достаточно ясны и определены.
15. Менее надежная работа с высоким доходом меня привлекает больше, чем более надежная со средним.
16. По характеру я очень независим.

## II. Оценка специалистов на их способность говорить и слушать.

Недоразумения, споры, возможные риски часто возникают из-за элементарной неспособности четко выразить свои мысли. Надо уметь разговаривать. Человек, плохо владеющий речью, чаще рискует быть не понятым. Умеете ли вы говорить и слушать. Проверьте это с помощью вопросов, составленных американским психологом В. Маклени и адресованных руководителям. На вопросы давайте ответы «да» или «нет».

1. Когда вы беседуете, объясняете что-либо, внимательно ли следите за тем, чтобы слушатель вас понял?
2. Подбираете ли слова, соответствующие его подготовке?
3. Обдумываете ли указания, распоряжения, прежде чем их высказать?
4. Если вы высказали новую мысль и подчиненный не задает вопросов, считаете ли, что он понял ее?
5. Следите за тем, чтобы ваши высказывания были как можно более определенными, ясными, краткими?
6. Обдумываете ли предварительно свои идеи, предложения, чтобы не говорить бессвязно?
7. Поощряете ли вопросы?
8. Вы считаете, что знаете мысли окружающих или задаете вопросы, чтобы это выяснить?

9. Различаете ли факты и мнения?
10. Ищите ли все новые возражения, противореча аргументам собеседника?
11. Стараетесь ли, чтобы ваши подчиненные во всем соглашались с вами?
12. Всегда ли говорите ясно, четко, понятно, кратко и вежливо?
13. Делаете ли вы паузы в речи, чтобы и самому собраться с мыслями, и слушателям дать возможность обдумать ваши предложения, задать вопрос?

III. Рыночная экономика представляет:

- а) систему хаоса и анархии;
- б) сложный механизм координации, действующий через систему цен и рынков;
- в) систему различных видов риска;
- г) правильно а) и б);
- д) правильно б) и в);
- е) все ответы неверны.

IV. Фирма предполагает взять банковскую ссуду на строительство нового предприятия. Годовая ставка процента составляет 18 %. Ожидаемая норма прибыли определена в 20 %. При этих условиях фирма:

- а) не будет строить новое предприятие;
- б) будет строить новое предприятие;
- в) несмотря на убыток, решит строить предприятие;
- г) не может принять решение на основе имеющейся информации;
- д) такая ситуация не может иметь места.

V. Ставка процента выросла с 8 до 10 %. Держатель бессрочной ценной бумаги, которая приносит ему годовой доход в 100 ден. ед., постоянно будет иметь:

- а) потери капитала в 40 ден. ед.;
- б) потери капитала в 50 ден. ед.;
- в) доход от прироста капитала в 50 ден. ед.;
- д) доход от прироста капитала в 250 ден. ед.

VI. Положительное решение о строительстве моста, который будет служить 200 лет и приносить ежегодно прибыль в размере 10 %, будет принято при условии, что процентная ставка составляет:

- а) не более 2 %;
- б) не более 20 %;
- в) 10 % или менее;
- г) 10 % или более;
- д) для принятия решения отсутствует информация.

VIII. При данном спросе на инвестиции их величина:

- а) не зависит от процентной ставки;
- б) может либо расти, либо сокращаться при росте процентной ставки;
- в) будет сокращаться, если будет расти процентная ставка;
- г) будет расти, если будет увеличиваться процентная ставка;
- д) будет сокращаться, если будет уменьшаться процентная ставка.

## ТЕМА IV. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

### *Вопрос 1. Понятие «бизнес-планирование». Структура бизнес плана*

*Бизнес-план* — это документ, в котором дается описание основных разделов развития фирмы на конкурентном рынке с учетом собственных и заемных финансовых источников, материальных и кадровых возможностей и предполагаемых рисков, возникающих в процессе реализации предпринимательских проектов. Научно обоснованный бизнес-план должен быть количественным и качественным ориентиром как для самого предпринимателя, так и для его партнеров и кредиторов.

Бизнес-планирование на нынешнем этапе развития экономики имеет определенные особенности, которые предпринимателям необходимо учитывать при разработке планов развития фирмы:

- при планировании своей деятельности предприниматели прежде всего должны учитывать такие факторы, как нестабильность экономического развития, меняющиеся правила хозяйствования;
- относительная незащищенность предпринимателей от внешней среды, зачастую весьма агрессивной, требует от предпринимателей при разработке бизнес-планов более обоснованно учитывать неопределенность исхода предпринимательской деятельности;
- при разработке бизнес-плана необходимо учитывать все внешние факторы и определять их влияние на все разделы бизнес-плана количественно;
- российские предприниматели должны уметь сами рассчитывать количественные параметры все разделов бизнеса, учитывать конкурентные возможности хозяйствующих партнеров;
- российским предпринимателям не следует завышать свои притязания, учитывая определенную непредсказуемость поведения (принятия решений) органов государственной власти.

Бизнес-план – это и средство действенной рекламы для будущих инвесторов, партнеров. Поэтому он должен быть написан деловым

языком, понятным финансистам, банкирам, партнерам по бизнесу. Количественная информация 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 (3–5) лет, но на первый год он должен быть конкретным плановым документом.

Структура бизнес-плана определяется спецификой вида деятельности, размером фирмы, целью разработки бизнес-плана. Типовая структура бизнес-плана: общая характеристика предприятия, краткие сведения по плану финансового оздоровления, анализ финансового состояния предприятия, мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержки эффективной хозяйственной деятельности, рынок конкуренции, деятельность в области маркетинга, производства, финансового плана.

Состав и структура бизнес-плана зависят также от размеров фирмы, размеров предполагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив роста создаваемого предприятия.

Жестко регламентированных форм и структуры бизнес-плана не существует. Однако, как правило, бизнес-план включает следующие разделы:

- концепция бизнеса (резюме);
- характеристика объекта бизнеса;
- исследование и анализ рынка (рынки и конкуренция);
- организационный план, в том числе правовое обеспечение;
- персонал и управление;
- план производства;
- план маркетинговых действий;
- потенциальные риски;
- финансовый план и финансовая стратегия.

Структура бизнес-плана может изменяться в зависимости от конкретных целей, задач и объекта бизнеса (табл. 6).



Таблица 6

Структура бизнес-планов в соответствии с типологией по  
объектам бизнеса

Раздел бизнес-плана	По бизнес-линиям	По предприятию			
		новому	действующему		
			развитие	финансовое оздоровление	
Концепция бизнеса (резюме)	+	+	+	Общая характеристика предприятия	
Ситуация в настоящее время и краткая информация о предприятии	+	+	+	Краткие сведения по плану финансового оздоровления	
Характеристика объекта бизнеса	+	+	+	Анализ финансового состояния предприятия	
Исследование и анализ рынка (рынки и конкуренция, или среда для бизнеса)	+	+	+	Мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержанию хозяйственной деятельности	
Организационный план, в т.ч. правовое обеспечение	-	+	-	Рынок и конкуренция	
Персонал и управление	+	+	+	Деятельность в сфере маркетинга предприятия	
План производства	+	+	+	План производства	
План маркетинговых действий	+	+	+	Финансовый план	
Потенциальные риски	+	+	+		
Финансовый план и финансовая стратегия	+	+	+		

Бизнес-план — официальный документ, оформленный в соответствии с требованиями потенциальных инвесторов, партнеров по бизнесу и т. д. Для его написания необходимо собрать большой информационный материал по широкому кругу вопросов о рынках, состоянии отрасли, новых технологиях, оборудовании и т. п. Значительная часть этого материала не входит в окончательный официальный вариант бизнес-плана и в данном аспекте заслуживает внимания предварительная разработка его рабочего варианта. В него

включаются все рабочие информационные материалы, сгруппированные по разделам официального бизнес-плана. Эти материалы могут иметь самый разнообразный характер (от описаний, формулирования своих идей до расчетов, оформленных в таблицах произвольного вида), постоянно дополняться в процессе работы и использоваться при модернизации официального варианта бизнес-плана. Таким образом, соблюдаются требования основополагающих принципов бизнес-планирования.

## ***Вопрос 2. Основное содержание разделов бизнес-плана***

### *1. Концепция бизнеса (резюме)*

*Концепция бизнеса* – это сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставят перед собой предприятие либо предприниматель, начиная собственное дело или развивая имеющееся. Концепция является предельно сокращенной версией самого бизнес-плана.

*Ключевые моменты:* возможности для бизнеса, их привлекательность, важность для предприятия и региона, необходимые финансовые ресурсы (собственные или заемные), возможный срок возврата заемных средств, ожидаемая прибыль и ее распределение, условия инвестирования.

*Главной целью предполагаемого бизнеса* в большинстве случаев является получение прибыли за счет предложения рынку конкурентоспособных видов продукции, услуг, новых технических решений и пр.

*Главная цель бизнес-плана* — выработка стратегических решений путем рассмотрения предлагаемого объекта бизнеса с позиций маркетингового синтеза.

В концепции указывается *назначение бизнес-плана:*

- для потенциального инвестора или кредитора;
- возможных партнеров по бизнесу или акционеров, соучредителей;
- руководства предприятия или самого предпринимателя (как средство самоорганизации);
- оказания государственной поддержки или поддержки органов местного самоуправления.

Концепция является, по сути, *рекламой предлагаемого бизнеса* и

должна вызывать интерес у адресата. Она составляется после написания всех разделов бизнес-плана, так как содержит «выжимки» из всех его разделов. По объему концепция должна уместиться на одной-двух страницах.

## *2. Ситуация в настоящее время и краткая информация о предприятии*

В разделе отражаются:

- *главные события*, повлиявшие на появление идей предлагаемого бизнеса;
- *главные обстоятельства и проблемы*, стоящие перед предприятием, его менеджерами или предпринимателями в настоящее время;
- *состояние на рынке и прогресс*, которого необходимо добиться (завоевание рынка, стабилизация на рынке, его развитие и пр.). Далее в сжатой форме приводится *основная информация о предприятии* — дата основания, местонахождение, форма собственности, организационно-правовая форма, учредители, основной вид деятельности, размер уставного капитала, юридический адрес. Кроме того, желательно указать стратегические преимущества, связанные с местонахождением предприятия.

## *3. Характеристика объекта бизнеса*

В соответствии с предлагаемой типологией бизнес-планов *объектом бизнеса* может быть либо *бизнес-линия* (продукция, услуги, техническое решение), либо *создание нового предприятия*, или *развитие действующего*.

Характеризуя объект бизнес-линии (продукцию, услуги либо техническое решение), необходимо *подчеркнуть его уникальность, важность для потребителей*, а также *возможность выбора*. Далее надо описать, *какие экономические преимущества* получают производитель и потребители.

Желателен *перечень функциональных особенностей продукта* (технического решения), если возможно — рекламный листок либо фотография, прайс-лист.

Завершает раздел *описание возможных ключевых факторов успеха*. Например, новый для рынка продукт, услуга или выигрыш во времени с появлением продукта, услуги на рынке.

Характеризуя предприятие как объект бизнеса, желательно дать *информацию о самом предприятии*, необходимости его создания или развития, о производимой продукции и оказываемых услугах, их

достоинствах и преимуществах и *кратко перечислить других производителей* подобной продукции, услуг.

Необходимо описать *пути выхода на рынок и перспективы развития*. Следует определить *основную группу потребителей* и оценить *возможности появления новых рынков сбыта*, а также *расширения номенклатуры* выпускаемых товаров, услуг.

Надо учесть *специфику нового предприятия*, которое может быть создано в различных организационно-правовых формах и с различными видами собственности (аренда, приобретение на торгах, выделение, слияние, приобретение доли в других предприятиях и т. д.).

*4. Исследование и анализ рынка (рынки и конкуренция, или среда для бизнеса)*

В первую очередь рыночные исследования направлены *на выявление сегодняшних потребителей* продукции, услуг и *определение потенциальных*. Желательно определить *приоритеты*, которыми руководствуется потребитель при покупке: качество, цена, время и точность поставки, надежность поставок, сервисное обслуживание и т. п. Необходимо провести *сегментацию рынка*, определить размеры и емкость рынков по продукции предприятия. Под сегментацией рынка понимается выделение отдельных частей (сегментов) рынка, отличающихся друг от друга характеристиками спроса на товары (услуги), т. е. разбивка потребителей по мотивации и иным признакам. Размер рынка – территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия. Емкость рынка — объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени. Доля рынка – это удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке.

Надо искать ответы на вопросы: *кто, почему, сколько и когда будет готов купить продукцию завтра, послезавтра* и вообще в течение ближайших *двух, трех и более лет*. В этом разделе необходимо перечислить все имеющиеся заказы на продукцию.

Следует проанализировать, как быстро продукция, услуги утвердятся на рынке, и обосновать *возможности дальнейшего его расширения*. Необходимо оценить *основные факторы, влияющие на расширение рынка* (например, тенденции развития отрасли, региона, экономическую региональную политику, создание конкуренции и т. д.). Обобщенное представление о рынках и конкурентах можно дать, как показано в таблице 7.

## Рынки и конкуренты

Рынки и конкуренция Наименование продукции	Сегменты рынка		Конкурент	Размер рынка	Емкость рынка		Фактор конкурентоспособности	Уровень рыночной привлекательности	Платежеспособный спрос	Производственная кооперация	Прогноз рынка
	по продукции	по потребителям			тыс. шт.	доля, %					

Очень важны отслеживание и оценка конкурентов. Необходимо выделить и проанализировать сильные и слабые стороны свои и конкурента и конкурентоспособность производимых товаров, услуг. Основываясь на оценке преимуществ производимых товаров, услуг, определяют *возможный объем продаж* в натуральном и денежном выражении.

При этом, учитывая известную неопределенность рыночной ситуации, целесообразно подготовить три сценария развития: оптимистический, пессимистический и наиболее вероятный.

Прогнозный объем продаж в стоимостном выражении рассчитывается в разделе «Финансовый план и финансовая стратегия».

Для оценки своего положения на рынках по различным видам продукции рекомендуется попытаться заполнить таблицу 8, которая отражает одновременно емкость данного рынка и долю поставок предприятия на этот рынок.

Таблица 8

## Характеристика участия предприятия на товарном рынке

Наименование продукции	Объем производства, млн руб.	Поставлено на рынок, млн. р.	Общий объем поставки на рынок всеми хозяйствующими субъектами, млн руб.	Доля поставки на рынок предприятием, % к общему объему поставок

## 5. Организационный план

Данный раздел, по нашему мнению, разрабатывается только при *создании нового предприятия* или новых условиях, возникших на действующем предприятии.

Здесь необходимо привести *организационную структуру* предприятия, из рассмотрения которой должно быть четко видно, кто и чем будет заниматься, как будут осуществляться взаимодействие, координация и контроль деятельности служб и подразделений. Кроме того, желательно дать сведения об *общей потребности в рабочей силе, организации набора и специальной подготовки, условиях труда, организации оплаты труда, дополнительных льготах* и т. д.

Подразделом «Организационного плана» может быть «*Правовое обеспечение деятельности предприятия*», в котором приводится вся информация о *правовых аспектах* деятельности (сведения о регистрации, учредительные документы, форма собственности, законодательные ограничения, особенности налогообложения, патентной защиты и т. д.).

## 6. Персонал и управление

В разделе следует отразить *характеристику главных менеджеров и основного персонала*, отвечающих за реализацию бизнес-плана (возраст, образование, послужной список, квалификация). Это должны быть специалисты-профессионалы, способные в условиях рынка обеспечить прибыльное ведение бизнеса.

Кроме того, целесообразно составить штатное расписание, отразив в нем возможное увеличение численности работников в дальнейшем при прогнозируемом расширении бизнеса. В бизнес-плане предприятия приводится также *структура управления*.

Поскольку раздел «Организационный план» разрабатывается только для нового предприятия, то для других типов бизнес-планов сведения организационно-правового характера приводятся в данном разделе.

## 7. План производства

Если объектом бизнеса является продукция, то раздел начинается с описания *производственного процесса* с указанием операций, поручаемых субподрядчику (наименование фирмы, местоположение и адрес). Производственный процесс изготовления продукции с указанием его структуры по трудоемкости. Прогноз объемов производства и реализации продукции (услуг) осуществляется на основе сопоставления результатов маркетинговых исследований с

производственными возможностями предприятия. Объем производства в номенклатурном разрезе прогнозируется по периодам: первый год – по кварталам (в случае необходимости – по месяцам); второй год – по полугодиям; последующие годы – в целом за год.

Объем реализации в стоимостном выражении прогнозируется на основе производственной программы с учетом лага, т. е. промежутка времени с момента начала производства до момента первых поступлений денежных средств от реализации продукции (услуг). Рекомендуется рассчитать три варианта – оптимистический, пессимистический и наиболее вероятный.

Необходимо отразить *потребность в производственных помещениях, их площадь, потребность в земельных участках.* Описываются следующие характеристики объектов: местоположение, площадь, сроки предоставления; кроме того, указываются собственность или аренда и необходимость ремонта или реконструкции.

Отражается потребность в *дополнительном оборудовании и материальных ресурсах* с указанием основных поставщиков. Расчет средств на оплату труда производится исходя из потребности в персонале и рабочей силе.

Целесообразно предусмотреть *описание системы охраны окружающей среды, утилизации отходов, обеспечения безопасности жизнедеятельности.*

На основе проведенных расчетов определяется общая потребность в инвестициях – на приобретение основных средств и на прирост оборотного капитала. При необходимости план потребности в инвестициях может быть выделен в самостоятельный раздел.

Раздел заканчивается расчетами *издержек производства* по видам затрат, т. е. составляется смета затрат на производство.

#### *8. План маркетинговых действий (комплекс маркетинга)*

План маркетинга – план мероприятий по достижению намечаемого объема продаж и получению максимальной прибыли путем удовлетворения рыночных потребностей. В этом разделе должна быть соблюдена *четкая маркетинговая ориентация на потребителя* (знание его запросов, уникальности и адресности продукции, услуг, высококачественный сервис, доступная цена, своевременность поставок, надежность, стабильность и т. п.).

Если объектом бизнеса является предприятие, то рекомендуется разработать *стратегию его развития.*

## Стратегии развития предприятия

Интенсивный рост	Интеграционный рост (вертикальная интеграция)	Диверсификационный рост
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Возможный рост объемов выпуска продукции при существующих производственных мощностях (по номенклатуре выпускаемой продукции)</li> <li>• Глубокое внедрение в структуру рынка (по существующим товарам для существующих рынков)</li> <li>• Расширение границ рынка (по существующим товарам для новых рынков)</li> <li>• Совершенствование товара (возможные модификации и новые товары для существующих рынков)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Возможности интеграции с системой маркетинга отрасли по основной деятельности предприятия</li> <li>• Регрессивная интеграция (усиление влияния на поставщиков и контроль)</li> <li>• Прогрессивная интеграция (усиление влияния и контроль за системой распределения)</li> <li>• Горизонтальная интеграция (усиление влияния или контроль предприятий-конкурентов)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Возможности интеграции с системами маркетинга других отраслей</li> <li>• Концентрическая диверсификация (пополнение ассортимента товарами, похожими на выпускаемые предприятием)</li> <li>• Горизонтальная диверсификация (пополнение ассортимента товарами, не похожими на товары, выпускаемые предприятием, но интересными для существующих рынков)</li> <li>• Конгломератная диверсификация (пополнение ассортимента товарами, не имеющими никакого отношения ни к применяемой предприятием технологии, ни к ее существующим товарам и рынкам)</li> </ul>

Разрабатывая стратегию развития предприятия, целесообразно учесть влияние внешнего окружения (тенденции изменения технологии, запросов и мотивации потребителей и пр.) в целях адаптации предприятия к меняющимся рыночным ситуациям путем разработки комплекса маркетинга, включающего товарную, ценовую, сбытовую политику и сервисное обслуживание.

#### *9. Потенциальные риски*

В рыночных условиях этот раздел особенно важен, и от глубины его проработки в значительной степени зависит доверие потенциальных инвесторов, кредиторов и партнеров по бизнесу.



Следует отметить, что важна не столько точность расчетов, сколько необходимость заранее предусмотреть все возможные рискованные ситуации.

Следует учитывать, чистые риски и спекулятивные риски (см. рис. 3).

#### *10. Финансовый план и финансовая стратегия*

Цель финансового плана – определить эффективность предлагаемого бизнеса. В данном разделе необходимо представить:

- отчет о прибылях и убытках;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия);
- анализ безубыточности;
- стратегию финансирования.

Расчеты производятся по трем вариантам — оптимистическому, пессимистическому и наиболее вероятному. Различия в прибылях и наличности при переходе от одного варианта к другому выявят степень возможного риска.

*Отчет о прибылях и убытках* показывает, как будет формироваться и изменяться прибыль, и, по существу, является прогнозом финансовых результатов. В нем учтены также все виды налогообложения.

*Баланс денежных расходов и поступлений* позволит оценить, сколько денег необходимо вложить в бизнес в разбивке по времени, проверить синхронность поступления и расходования денежных средств, а значит – проверить будущую ликвидность (ликвидность в данном случае – это способность своевременно погашать обязательства перед кредиторами за счет средств, поступающих на расчетный счет).

*Прогнозный баланс активов и пассивов предприятия* составляется на начало и конец каждого года планируемого периода и имеет чрезвычайно важное значение для потенциальных инвесторов и кредиторов, поскольку он позволяет оценить, какие именно активы наращиваются в динамике и за счет каких средств.

На основе составленного баланса производится прогноз финансового состояния предприятия по годам планируемого периода.

## Показатели финансовой деятельности

Наименование показателя	Формула расчета	200... г.	200... г.	И т. д.
Возврат инвестиций. %	Чистая прибыль Итог баланса			
Рентабельность продаж, %	Чистая прибыль Выручка от реализации			
Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	Текущие активы Текущие пассивы			
Оборачиваемость средств в расчетах	Выручка от реализации Средняя дебиторская задолженность			
Коэффициент концентрации привлеченного капитала	Текущие пассивы Итог баланса			
Коэффициент оплаты процентов	Прибыль до выплаты процентов и налогов Сумма выплаты процентов			
Прирост продаж, %				
Прирост чистой прибыли, %				
Прирост активов. %				

*Анализ безубыточности* проводится в целях определения объема продаж, при котором предприятие покрывает свои расходы, не имея прибыли, но и не неся убытков (*точка безубыточности*, или *порог рентабельности*).

*Точка безубыточности* определяется расчетом по формуле

$$T_{б/у} = \frac{P_{пост}}{1 - K_{пер}}$$

где  $T_{б/у}$  – точка безубыточности;

$P_{пост}$  – условно-постоянные расходы;

$K_{пер}$  – удельный вес условно-переменных расходов в объеме продаж.

*Запас финансовой прочности* рассчитывается как разность объема продаж анализируемого года и объема точки безубыточности. Расчет обычно иллюстрируется построением графика.

Описывая стратегию финансирования, необходимо составить план получения средств для создания или развития предприятия, ответив на такие вопросы:

- *сколько* нужно средств для реализации задуманного дела?
- *откуда* намечено получить средства и в какой форме?
- *когда* можно ожидать полного возврата вложенных средств и получения инвесторами дохода на них (оценка сроков возврата средств)?
- *каков* будет этот доход?

Затем рассчитывается потребность в инвестициях по направлениям вложений и определяются источники финансирования с распределением по годам и кварталам.

В данном разделе необходимо также указать следующие моменты:

- насколько чувствителен прогноз по объему продаж к изменениям в столь важных временных величинах, как цена, стоимость, объем продаж;
- движение наличности, потребность в ней и основные влияющие на нее факторы, например, управление кредитами;
- финансовые требования (на что пойдут деньги);
- результат для инвестора (ожидаемые прибыли).

### **Контрольные вопросы**

1. Что называется бизнес-планом?
2. Каковы особенности бизнес-планирования на современном этапе развития экономики?
3. На какой промежуток времени составляется бизнес-план?
4. Какова типовая структура бизнес-плана?
5. Что должна содержать концепция бизнес-плана?
6. Каковы основные направления исследования и анализа рынка?
7. Какова структура плана производства?
8. В чем специфика плана маркетинговых действий?
9. Каковы основные стратегии развития предприятия?
10. Какие виды рисков должны быть учтены в бизнес-плане?

11. Каковы основные показатели финансовой деятельности предприятия, отражаемые в бизнес-плане?
12. Что понимается под точкой безубыточности?

### Тесты

1. Бизнес-план – это:
  - а) документ, в котором дается описание основных направлений развития фирмы на конкурентном рынке;
  - б) перечень производственных перспектив фирмы;
  - в) выбор типового способа поведения фирмы на рынке.
  
2. В бизнес-план не включается:
  - а) концепция бизнеса (резюме);
  - б) перечень основных законодательных актов, которыми регулируется данный бизнес;
  - в) характеристика объекта бизнеса;
  - г) исследование и анализ рынка (рынки и конкуренция);
  - д) организационный план;
  - е) персонал и управление;
  - ж) план производства;
  - з) план маркетинговых действий;
  - и) потенциальные риски;
  - к) финансовый план и финансовая стратегия.
  
3. Стратегии развития предприятия:
  - а) экстенсивный рост;
  - б) интенсивный рост;
  - в) интеграционный рост;
  - г) диверсификационный рост.

## ТЕМА V. ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### *Вопрос 1. Финансирование предпринимательской деятельности: определение и классификация*

Понимание данной проблемы требует в первую очередь разграничения понятий: *финансы, инвестирование, финансирование*.

*Финансы* – это совокупность всех денежных средств, находящихся в распоряжении предприятия (фирмы), государства, а также система их формирования, распределения и использования.

*Инвестирование* – это процесс вложения капитала, направленный на достижение каких-либо целей. При помощи инвестирования предпринимательская фирма решает множество проблем: от увеличения масштабов производства прибыли до выполнения природоохранных и социальных задач.

*Финансирование* – это комплекс мероприятий, связанных с процессом подготовки капитала, необходимого для реализации каких-либо целей. В ходе финансирования решаются следующие проблемы: какова потребность в капитале, как распределяется эта потребность во времени, какие виды финансирования могут быть использованы для покрытия этой потребности, какова оптимальная (как правило, наиболее дешевая) структура финансирования.

Решение этих проблем в основном зависит от специфических особенностей конкретного вида финансирования. Имеющиеся в арсенале производителей виды финансирования классифицируются по нескольким основаниям.

*По правовому статусу* привлекаемый капитал может быть *собственным* или *заемным*. Наиболее характерным признаком, отличающим заемный капитал от собственного, является то, что он предоставляется предприятию на время, по прошествии которого его необходимо вернуть.

*По происхождению* привлекаемые финансовые средства подразделяются на *внутренние* и *внешние*. Внутреннее финансирование – это финансирование за счет средств, образовавшихся на предприятии в результате его обычной деятельности, т. е. финансирование собственными силами. Внешнее финансирование – это финансирование за счет средств, пришедших

на предприятие извне. При этом собственные средства могут быть и внутренними, и внешними, а заемные – только внешними.

*По периодичности* финансирование подразделяется на *текущее* и *разовое*. Текущее финансирование – это формирование капитала для регулярных или периодических потребностей: выплаты заработной платы, уплаты налогов, приобретения материалов и т. д. Разовое финансирование – это формирование средств для разовых, необычных, чрезвычайных целей: для формирования нового предприятия, увеличения уставного капитала и т. д.

*По цели* финансирования выделяется *новое финансирование*, *перерефинансирование*. Под новым финансированием понимается формирование капитала, который далее будет инвестирован для развития предприятия. Перерефинансирование – это мобилизация средств для внутренних целей самого финансирования (например, пролонгация кредита).

*По сроку*, на который предоставляются финансовые средства, они подразделяются на *бессрочные* (это, как правило, собственные средства), *долгосрочные* (это заемные средства на срок пять и более лет), *среднесрочные* (заемные средства на срок от года до пяти лет), *краткосрочные* (заемные средства на год и менее).

Выбор оптимального варианта финансирования определяется степенью его ликвидности (платежеспособности), рентабельности (прибыльности), независимости.

Ликвидность и рентабельность – категории противоположные, поэтому нахождение оптимума требует хорошей интуиции. Для стабильного достижения оптимума внутри фирмы принято разграничивать обязанности главного специалиста по экономике, отвечающего за рентабельность, и главного специалиста по финансам, отвечающего за ликвидность финансовых средств.

Независимость – важнейший критерий, требующий оценки различных вариантов финансирования с точки зрения свободы выбора и свободы действий руководства фирмы и ее собственников. Различные виды финансирования приводят к определенным ограничениям независимости руководителей и/или собственников. Например, при финансировании за счет заемных средств усиливается контроль со стороны кредиторов. Финансирование за счет выпуска акций может поставить под угрозу контроль над предприятием его нынешних собственников. Все эти риски должны учитываться при принятии решения о выборе вариантов финансирования.

## **Вопрос 2. Источники и основные виды финансирования предпринимательской деятельности**

*Источниками* финансирования принято классифицировать по двум признакам: виду привлечения и характеру использования. Данные классификации приведены на рисунке 6.

Источник финансирования			
По виду привлечения		По характеру использования	
Заемные	Собственные	Традиционные	Нетрадиционные (рыночные)
Государственные субвенции	Фонды накопления и социального развития	Бюджетные ассигнования	1 Доходы от выпуска облигаций
Банковские кредиты	Резервный фонд	Банковские кредиты	Часть чистой прибыли акционеров
Взаимное кредитование предприятий	Фонд возмещения	Отчисления от прибыли	Долгосрочные кредиты
Привлечение иностранного капитала	Выручка от продажи акций	Амортизационные отчисления	Средства, полученные от сдачи имущества в аренду
Создание совместных производств	Средства от сдачи имущества в аренду		Привлечение иностранного капитала
Выручка от реализации продукции	Выручка от реализации излишнего оборудования		Лизинговые операции
Лизинг			

Рис. 6. Классификация источников финансирования

Рассмотрим основные виды финансирования, подразделив их на внутренние и внешние.

## Виды финансирования

Финансирование оборотного капитала	Финансирование инвестиций
Краткосрочное финансирование <b>Внешнее</b> - Краткосрочное кредитование - Управление оборотным капиталом <b>Внутреннее</b> - Удержанная прибыль	Долгосрочное финансирование <b>Внешнее</b> - Кредитное финансирование - Финансирование акционерного капитала <b>Внутреннее</b> - Продажа активов - Удержанная прибыль

**Внутреннее** финансирование – это финансирование за счет собственных средств. Оно осуществляется в следующих формах:

- Финансирование за счет реинвестирования прибыли фирмы. Оставшаяся на предприятии после уплаты налогов и распределения между собственниками дивидендов прибыль используется в качестве источника средств для развития предпринимательской деятельности или других направлений инвестирования. Этот вид финансирования обычно называют самофинансированием.
- Финансирование за счет амортизации. Амортизация – это возмещение первоначальной стоимости основных фондов к моменту их износа для замены новыми. Таким образом, амортизация является источником финансирования замены основных средств, а в периодах накопления фонда амортизации может быть источником расширения производства.
- Финансирование за счет реализации внеоборотных активов.
- Финансирование за счет высвобождения оборотных средств в результате ускорения их оборачиваемости. Ускорение оборачиваемости уменьшает относительную и абсолютную потребность предприятия в оборотных средствах, т. е. происходит их относительное или абсолютное высвобождение. Высвободившиеся средства могут служить источником финансирования любых мероприятий. Одни из самых действенных способов: уменьшение дебиторской задолженности за счет корректировки стратегии кредитования заказчиков, обеспечение более длительного кредита у поставщиков, снижение уровня материальных запасов, уменьшение запасов готовой продукции за счет производства ее под конкретные заказы и др.



Поиск внутренних источников финансирования всегда должен предшествовать привлечению иных средств, так как это всегда дешевле. Тем не менее, фирмы используют и внешнее финансирование.

**Внешнее финансирование** – это использование заемных средств, осуществляемое через кредитование. Виды кредита:

- **Банковский кредит.** Банковское кредитование осуществляется на принципах: возвратности, срочности, платности, материальной обеспеченности. Классификация банковских кредитов:

- 1) в зависимости от срока погашения банковские кредиты делятся на онкольные (погашаемые по первому требованию банка), краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные;
- 2) по способу погашения: погашаемые единовременным взносом и погашаемые в рассрочку;
- 3) по способу взимания ссудного процента: процент выплачивается в момент общего погашения кредита, процент выплачивается равномерными взносами в течение всего срока кредитования, процент выплачивается в момент получения кредита;
- 4) в зависимости от наличия обеспечения по кредиту: доверительные, залоговые, под финансовые гарантии третьих лиц.

Кредитные отношения между фирмой и банком регулируются кредитным договором, фиксирующим кредитные условия: срок кредита, валюта кредита, уровень процентной ставки, условия выплаты процента, условия погашения основного долга.

Основными широко применяемыми видами банковского кредита являются следующие.

**Контокоррентный кредит** – кредит по специальному контокоррентному (текущему) счету. Контокоррентный счет представляет собой сочетание текущего и ссудного счетов, он открывается по специальному поручению клиента. На контокоррентном счете отражаются все операции банка с клиентом.

В форме контокоррентного кредита может быть предоставлен определенный (оговоренный в кредитном соглашении) лимит нужных средств, который определяется средствами заемщика, масштабами его деятельности, прочностью связей с банком, основными характеристиками кредитоспособности. Контокоррентный кредит может предоставляться с обеспечением или без него (бланковый кредит предоставляется только первоклассным заемщикам).

Раз в квартал или в полугодие банк проводит расчеты, при этом

подсчитываются весь приход и весь расход средств клиента и определяется фактическая сумма кредита по контокоррентному счету.

Похожая ситуация может иметь место и на текущих счетах клиента банка, она называется **овердрафтом**. Овердрафт – это одна из форм краткосрочного банковского кредитования. Впервые появилась в Англии. Банк предоставляет своему клиенту право расплачиваться чеками сверх остатка на текущем счете. Подобное право предоставляется наиболее надежным клиентам. При этом заключается дополнительный договор, в котором фиксируется предельный срок покрытия образовавшегося долга, а также процент отчислений банку за предоставление овердрафта.

В настоящее время ситуация овердрафта часто возникает при чековых формах расчетов, использовании кредитных карточек.

**Онкольный кредит** (англ. on call – по требованию) представляет собой разновидность контокоррентного кредита и выдается обычно под залог товарно-материальных ценностей или ценных бумаг. В пределах обеспеченного кредита банк оплачивает счета клиента, получая право погашения кредита по первому своему требованию за счет средств, поступивших на счет клиента, а при их недостаточности – путем реализации залога. Процентная ставка по онкольному кредиту ниже, чем по обычным банковским кредитам.

Кредитование под **вексель**. Вексель (нем. Wechsel — перемена, размен) – письменное долговое обязательство, оформляемое по нормам особого (вексельного) законодательства, выдаваемое заемщиком кредитору. Вексель – универсальный платежный, расчетный и кредитный документ, пригодный для оплаты товаров и услуг, предоставления краткосрочных кредитов, получения ранее выданных кредитов.

**Простой вексель (соло)** – свидетельство, содержащее письменное безусловное обязательство векселедателя уплатить определенную сумму денег предъявителю векселя или лицу, указанному в векселе, через установленный срок или по предъявлении.

**Переводной вексель (тратта)** представляет собой документ, содержащий письменное безусловное указание векселедателя лицу, на которое выставлен вексель (плательщику), уплатить определенную сумму денег держателю векселя или лицу, указанному в векселе, через установленный срок или по требованию. Плательщиком по простому векселю является векселедатель, по переводному – другое

лицо, берущее на себя обязательство оплатить вексель в срок и являющееся вексельным должником.

Выдавая вексель, векселедатель становится обязанным перед векселедержателем. По переводному векселю обязанным является плательщик, поэтому переводной вексель прежде всего, предъявляется плательщику для **акцепта** (лат. *acceptus* – принятый), т.е. согласия на оплату. Посредством акцепта плательщик принимает на себя обязательство оплатить переводной вексель. Акцепт оформляется надписью на векселе («Акцептован», «Обязуюсь заплатить») или другим равнозначным словом или фразой) и подписью плательщика. Так он становится акцептантом – главным вексельным должником. По простому векселю векселедатель обязан так же, как и акцептант по переводному.

Векселедатель по истечении установленного срока может предъявить вексель к оплате или, не дожидаясь установленного срока, может передать его другому лицу с помощью специальной передаточной надписи – **индоссамента** (лат. *indorsum* – спина) на обороте векселя или на специально прикрепленном листе – аллонже (фр. *allonge* – надставка), но уже для оплаты своего долга, или он может вексель продать. Продажа векселя до наступления срока погашения называется **учетом векселя**; имеет целью немедленное получение денег.

Платеж по векселю (в пределах всей вексельной суммы или только ее части) может быть гарантирован третьим лицом или одним из лиц, подписавших вексель. Такое вексельное поручительство называется **аваль** (фр. *aval* – поручительство по векселю); оформляется гарантийной надписью и подписью авалиста – лица, совершающего аваль. Аваль может быть произведен и посредством выдачи специального документа. За поручительство авалисты берут плату.

**Кредит под залог векселя.** Подобная операция уже упоминалась при рассмотрении характера обеспечения кредита – вексель упоминался как способ обеспечения кредита.

Под залог векселя банк может предоставить разовый кредит. Размер кредита составляет 60–90% номинальной суммы векселя. Срок кредита определяется сроком погашения векселя. При осуществлении подобной операции банк тщательно анализирует вексель: правильность юридического оформления, экономическую надежность векселедержателя, а также содержание сделки, лежащей в

основе выписки векселя. На векселе банк ставит надпись «Валюта в залог», «Валюта в обеспечение», хранит вексель до истечения срока в установленном порядке.

Кредит под залог векселя может носить постоянный характер. Такой кредит осуществляется по специальному ссудному счету в пределах лимита кредитования, устанавливаемого отдельно для каждого клиента. Погашение кредита осуществляется либо перечислением средств с расчетного счета клиента на ссудный, либо за счет платежей по заложенным векселям. Специальный ссудный счет открывается только солидным клиентам, имеющим большое количество надежных векселей, срок погашения по которым еще не наступил. Наиболее эффективен во взаимоотношениях банка с торговыми и снабженческо-посредническими предприятиями.

**Дисконтный кредит.** Банки часто и охотно учитывают векселя. Это одна из самых старых и традиционных банковских операций. Осуществляется через индоссамент (передаточную надпись на векселе). Держатель векселя в момент учета получает вексельную сумму за вычетом учетного процента, или дисконта. Поскольку держатель векселя получает деньги, не дожидаясь срока погашения, то фактически он получает от банка кредит.

**Акцептный кредит.** Банк часто бывает акцептантом, т. е. плательщиком по переводному векселю. Акцептный кредит, в отличие от дисконтного, не принимает характера кредита, а является лишь гарантией, предоставленной банком. Акцептуя вексель, банк гарантирует осуществление платежа точно в установленные сроки. Векселедатель вносит вексельную сумму в банк до наступления срока платежа по векселю (обычно за 1–2 дня), а также уплачивает комиссию за акцепт (обычно 0,5% от суммы).

**Авальный кредит.** Банки и другие кредитные организации часто выступают авалистами (поручителями по векселю). За выдачу вексельного поручительства банк взимает плату, так называемый надписательный процент. В случае авального кредита так же, как и при акцептном кредите, речь идет не о собственно кредите, а лишь о гарантиях, предоставляемых банком по выплате вексельной суммы или ее части.

Заметим, что три последние формы кредита (особенно акцептный и авальный) носят характер косвенного кредитования, непосредственно не имеют дела с предоставлением дополнительных средств во временное пользование заемщику.

**Форфетирование** (от фр. a forfait – целиком) – покупка банком у производителя (кредитора) коммерческих векселей, акцептованных покупателем (должником или плательщиком), срок по которым еще не наступил, исключающая возможность регресса (обращения требования о взыскании долга) на предыдущих должников. Вексель передается банку (фейтору). Владелец векселя (производитель) получает сразу сумму долга за вычетом учетной ставки форфетирования, которая обычно выше, чем по другим формам кредитования. Величина ставки зависит от категории должника, сроков кредита, валюты (естественно, предпочтение отдается векселям, выписанным в устойчивых валютах). При наступлении срока платежа вексель предъявляется должнику от имени форфейтора.

Внешне операция форфетирования схожа с операцией учета векселя, но отличается объемом прав и обязанностей форфейтора и покупателя векселя. Форфейтор не имеет права регресса к продавцу векселя, в то время как владелец векселя имеет право требовать выплаты по векселю у всех лиц, обозначенных на векселе.

Чаще всего форфетирование используется во внешней торговле. Векселя приобретаются на крупные суммы и на длительный срок (от 6 месяцев до 5 лет). Форфетирование обычно применяется как разовая операция, связанная с куплей-продажей отдельного векселя.

**Синдицированный кредит** выдается, когда один банк-кредитор не имеет возможности выдать требуемую сумму, поскольку она превышает максимально допустимый для банка лимит на одного заемщика. В этом случае полную сумму кредита выдают несколько банков сразу.

Предприятия могут также привлекать долговое финансирование путем выпуска облигаций. Помимо облигаций, имеющих хождение на российском рынке ценных бумаг, крупные российские предприятия имеют возможность выпускать так называемые еврооблигации, которые обращаются на финансовых рынках Западной Европы. Для выпуска еврооблигаций требуется большая подготовительная работа, однако она с лихвой окупается возможностью привлечь весьма значительные объемы финансирования под очень разумный процент.

- **Коммерческий кредит** – это способ взаимного кредитования предпринимателей. В роли кредитора здесь выступает предпринимательская фирма. Он предоставляется в товарной форме. Его средняя стоимость всегда меньше средней процентной ставки по банковским

кредитам. Плата за коммерческий кредит, как правило, включается в цену товара.

Различают следующие виды коммерческого кредита:

- 1) кредит с отсрочкой платежа;
- 2) кредит по открытому счету (при многократных поставках заранее оговоренного перечня продуктов);
- 3) кредит с оформлением задолженности векселем;
- 4) кредит в форме консигнации (поставки на склад торгового предприятия с поручением реализации).

- **Инвестиционный налоговый кредит** – это такое изменение срока уплаты налога, при котором фирме предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшить свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов. Этот кредит предоставляется при проведении фирмой научно-исследовательских или опытно-конструкторских работ, при осуществлении инновационной деятельности, при выполнении особенно важного социально-экономического заказа для региона.

- **Ипотечный кредит.** *Ипотека* — разновидность залога, когда предмет залога остается у залогодателя. Предметом залога являются земельные участки, предприятия, земля, сооружения, квартиры и другое недвижимое имущество. Ипотечкой обеспечиваются, как правило, долгосрочные инвестиционные кредиты. Отношения, возникающие между ипотечным банком и залогодержателем, регулируются в настоящее время Гражданским кодексом РФ (ГК РФ. Часть первая, с. 165–177).

Развитие ипотечного кредита во многом зависит от гарантий прав собственности, которые должны быть закреплены конституционно и обеспечены эффективной системой регистрации прав собственности. Работа с долгосрочными кредитами требует и специфических ипотечных банков.

Ипотечный кредит получил широкое распространение в странах с развитой рыночной экономикой. Выделяют несколько видов ипотечных ссуд:

1. *Стандартная («живая») ипотечная ссуда.* Получив в начале операции определенную сумму, заемщик затем выплачивает ее равными, обычно ежемесячными, взносами. К концу срока долг должен быть оплачен. Срок ипотеки может достигать 30 лет. Проценты по обслуживанию долга могут вноситься в конце ка-

ждого периода или в его начале.

2. *Ипотека с изменяющейся суммой выплат* предполагает наличие льготного периода, в котором должник выплачивает только проценты.
3. *Ипотека с залоговым счетом*: должник вносит на залоговый счет некоторую сумму, выплачивает периодические взносы, на начальных этапах меньшие, чем взносы, необходимые при традиционной схеме взносов. Недостающая сумма поступает с залогового счета.
4. *Заем со сниженной ставкой*. Согласно этой схеме ипотеки продавец (владелец долга) привлекает покупателя тем, что уменьшает фактические процентные ставки на первых этапах погашения задолженности.
5. *Ссуды с периодическим пересмотром процентной ставки* предполагают, что стороны каждые 3–5 лет возобновляют кредит на основе пересмотренного уровня процентной ставки.
6. *Ипотека с переменной процентной ставкой* – когда уровень ставки фиксируется в договоре в виде конкретной величины.

Кроме внутреннего и внешнего финансирования используются промежуточные формы кредитования:

- **Лизинг** – это форма долгосрочной аренды, связанная с передачей в пользование оборудования, транспортных средств и другого движимого и недвижимого имущества, предусматривающая возможность их последующего выкупа арендатором. Передача имущества осуществляется на основе долгосрочного договора, после истечения срока которого арендатор может вернуть имущество лизинговой компании, может продлить срок действия договора, а может выкупить имущество по остаточной стоимости. Лизинг подразделяется на финансовый (заключенный договор по продолжительности совпадает со сроком полной амортизации оборудования, т. е. в течение срока договора лизинга выплачивается вся стоимость имущества) и оперативный (заключенный договор меньше, чем срок службы оборудования, и остаточная стоимость оборудования к концу срока договора достаточно высока, что повышает риск лизингодателя).
- **Факторинг** – это деятельность специализированного учреждения (факторинговой фирмы) по взысканию денежных средств с должников своего клиента и управлению его долговыми требованиями. *Основной принцип факторинга* — покупка фактор-фирмой (банком) у своего клиента-поставщика требований к его покупателям. Фактиче-

ски фактор (банк) покупает дебиторскую задолженность. В течение 2–3 дней он оплачивает 70–80 процентов требований в виде аванса. Оставшаяся часть выплачивается клиенту банка после поступления средств. Таким образом, банк фактически финансирует клиента.

*Выделяют так называемый «тихий» («скрытый») и «открытый» факторинг.*

При «*тихом*» факторинге клиент заключает договор с банком, регулярно информирует его о заключенных сделках, высылает копии всех счетов, не извещая об этом своих покупателей. Но если покупатель не в состоянии оплатить свои счета в установленные сроки, то поставщик, клиент банка извещает его об уступке требований (цессия) фактор-банку, который со своей стороны принимает все меры к «нерадивому» покупателю вплоть до предъявления иска.

При «*открытом*» факторинге поставщик обязан указать на своих счетах, что требование продано фактор-фирме (банку).

Факторинг ускоряет получение большей части платежей, гарантирует полное погашение задолженности. Это благоприятно сказывается на финансовом положении фирмы. Как форма финансирования факторинг особенно важен для малого и среднего бизнеса.

- **Франчайзинг** – это система продажи лицензий (франшиз) на технологию и товарный знак. Он позволяет широко использовать ресурсы крупных фирм для финансирования малого бизнеса. С его помощью уменьшается риск деятельности фирмы. В рамках франчайзинга возможны аренда основных фондов, финансирование, консультирование по производственным вопросам, вопросам рекламы, налогообложения, обучение методам управления фирмой.

### **Контрольные вопросы**

1. Проведите различие между понятиями: финансы, инвестирование, финансирование.
2. По каким основаниям классифицируются виды финансирования?
3. Как осуществляется выбор оптимального варианта финансирования?
4. Каковы источники финансирования?
5. Что относится к внутреннему финансированию?
6. Банковский кредит. Его виды?



7. В чем специфика осуществления коммерческого кредита?
8. Что представляет собой инвестиционный налоговый кредит?
9. Как осуществляется ипотечное кредитование?
10. Раскройте понятие лизинга, факторинга, франчайзинга.

### Тесты

1. Внутреннее финансирование не осуществляется

- а) за счет амортизации;
- б) за счет прибыли;
- в) за счет ускорения оборачиваемости оборотных средств;
- г) за счет банковского кредита.

2. Установите соответствие:

- |                        |   |
|------------------------|---|
| 1. Банковский кредит   | А. Способ взаимного кредитования предпринимателей |
| 2. Коммерческий кредит | Б. Кредитование под залог недвижимого имущества   |
| 3. Ипотечный кредит    | В. Заем денег у банка                             |

3. Принципами кредитования являются:

- а) платность, ликвидность, безопасность;
- б) срочность, платность, возвратность, гарантированность;
- в) ликвидность, срочность, адресность.

4. Франчайзинг – это:

- а) форма долгосрочной аренды;
- б) деятельность специализированного учреждения по взысканию денежных средств с должников;
- в) система продажи лицензий на технологию и товарный знак.

5) Установите соответствие:

- |                   |  |
|-------------------|--|
| 1. Финансы        | А. Комплекс мероприятий, связанных с процессом подготовки капитала, необходимого для реализации каких-либо целей |
| 2. Инвестирование | Б. Процесс вложения капитала, направленный на достижение каких-либо целей  |
| 3. Финансирование | В. Совокупность всех денежных средств, находящихся в распоряжении фирмы  |

## ТЕМА VI. ИЗДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### *Вопрос 1. Издержки производства и себестоимость продукции: понятие, структура, виды*

До начала процесса производства предпринимательская деятельность должна быть обеспечена ресурсами. Последние представлены материальными ресурсами: капиталом (зданиями, сооружениями, машинами и оборудованием) и землей (сырьем, материалами, топливом, энергией) и людскими ресурсами (работниками – носителями рабочей силы).

Вся совокупность затрат, связанная с использованием ресурсов и услуг для производства продукции, называется издержками производства. С точки зрения экономической теории сущность издержек связана с возможностью альтернативного использования ограниченных экономических ресурсов. Поэтому можно следующим образом определить экономические издержки: это – выплаты, которые делает фирма поставщику ресурсов, и одновременно это доходы, которые получает этот поставщик. Данные выплаты должны быть так малы, чтобы они позволили минимизировать издержки, и так велики, чтобы отвлечь эти ресурсы от использования в альтернативных производствах.

В зависимости от принадлежности экономических ресурсов издержки делятся на внешние (явные), если экономические ресурсы принадлежат внешнему поставщику, и внутренние (неявные), если ресурсы принадлежат данной фирме и ею же используются.

Деятельность фирмы принято делить на два периода времени: краткосрочный и долгосрочный. В краткосрочном периоде объем производства осуществляется на неизменных производственных мощностях и изменяется путем увеличения или уменьшения количества сырья, материалов, труда и т. п. ресурсов. Издержки в этом периоде делятся на постоянные (издержки, связанные с использованием зданий и сооружений, машин и производственного оборудования, арендой, административные расходы, оплата высшего управленческого персонала и т. д.) и переменные (затраты на сырьё, материалы, топливо, энергию, транспортные услуги, большую часть трудовых ресурсов и т. п.). Сумма постоянных и переменных издержек называется валовыми издержками.

Постоянные, переменные и валовые издержки в расчете на единицу продукции составляют соответственно средние постоянные, средние переменные и средние общие издержки. Отдельный вид – предельные издержки. Предельные издержки – это дополнительные издержки, связанные с производством добавочной единицы продукции. Количественно они определяются путем деления прироста валовых издержек на прирост количества продукции.

Долгосрочный период – это период времени, достаточный для того, чтобы изменить количества всех занятых ресурсов, включая производственные мощности, т. е. все ресурсы в этом периоде являются переменными. В этом периоде рассчитываются валовые издержки, являющиеся переменными, и средние общие.

В хозяйственной практике нашей страны для определения затрат используется категория «себестоимость». С развитием предпринимательства в России экономисты переходят от использования понятия «себестоимость» к использованию понятия «экономические издержки», но в настоящее время первое сохраняет свое значение.

*Себестоимость продукции (работ, услуг)* представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Таким образом, себестоимость продукции отличается от издержек производства на величину затрат, связанных с реализацией продукции, осуществляемых непосредственно товаропроизводителем и составляющих незначительную часть общих затрат на производство и реализацию продукции, т. е. себестоимости.

*Себестоимость* — важнейший качественный показатель, отражающий результаты хозяйственной деятельности предприятия, а также являющийся инструментом оценки технико-экономического уровня производства и труда, качества управления. Она выступает как исходная база для формирования цен, а также оказывает непосредственное влияние на величину прибыли, уровень рентабельности.

*В зависимости от цели (планирование, учет, анализ)* различают плановую, расчетную и отчетную (фактическую) себестоимость.

*Плановая себестоимость* отражает максимально допустимую величину затрат и включает только те затраты, которые при данном

уровне техники и организации производства являются для предприятия необходимыми.

*Расчетная себестоимость* используется в технико-экономических расчетах по обоснованию проектов внедрения достижений научно-технического прогресса.

*Отчетная себестоимость* отражает степень выполнения плановых заданий по снижению себестоимости на основе сопоставления плановых затрат с фактическими. Фактические затраты могут отклоняться от плановых. Экономия будет создаваться в случае улучшения использования основного капитала, трудовых и материальных ресурсов. Превышение отчетной величины над плановой себестоимостью будет наблюдаться при ухудшении работы предприятия.

*Себестоимость продукции* складывается из *затрат*, которые разнородны по своему *составу и экономическому назначению*, роли в изготовлении и реализации продукции. Это вызывает необходимость их классификации. Основными группировками затрат являются *группировки по экономическим элементам и статьям затрат*. На основе этих группировок разрабатываются важнейшие документы: смета затрат на производство и калькуляции себестоимости по отдельным видам продукции.

Затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг), группируются по следующим *экономическим элементам*:

- материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация основных фондов;
- прочие затраты.

Себестоимость, рассчитанная по элементам затрат, дает возможность отразить в стоимостном измерении общий объем потребленных ресурсов для выполнения производственной программы, независимо от того, на какой конкретный вид продукции они были использованы. Классификация по экономическим элементам позволяет также определять значение каждого элемента в формировании затрат и выявить основные направления снижения себестоимости.

С целью контроля за затратами по местам их формирования, направлениям и определения затрат в расчете на единицу опреде-

ленного вида продукции применяется *классификация затрат по калькуляционным статьям расходов*. Состав калькуляционных статей, в настоящее время определяет каждое предприятие самостоятельно.

Большинство предприятий ведет учет затрат на производство и реализацию продукции по следующим *статьям калькуляции*:

1. Сырье и материалы.
2. Возвратные отходы (вычитаются).
3. Покупные изделия, полуфабрикаты, услуги промышленного характера сторонних предприятий и организаций.
4. Топливо и энергия на технологические нужды.
5. Расходы на оплату труда работников, непосредственно занятых выпуском продукции (работ и услуг).
6. Отчисления на социальные нужды.
7. Расходы на подготовку и освоение производства.
8. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования.
9. Цеховые расходы.
10. Общезаводские расходы.
11. Прочие производственные расходы.
12. Коммерческие расходы (внепроизводственные расходы).

Сумма первых девяти пунктов составляет цеховую себестоимость.

При добавлении к цеховой себестоимости пп. 10 и 11 получаем *производственную себестоимость*. Добавляя к производственной себестоимости п. 12, получаем *полную себестоимость*.

*Объектом калькулирования* могут быть единица готовой продукции, заказ, вид работы или услуг.

*Производственные затраты принято классифицировать по следующим признакам.*

1. По признаку участия в производственном процессе различают основные и накладные затраты.

*Основные затраты* непосредственно связаны с изготовлением продукции (сырье, основные материалы, топливо на технологические цели, заработная плата производственных рабочих).

*Накладные затраты* – это расходы, связанные с обслуживанием процесса производства и управления: общехозяйственные, общепроизводственные, коммерческие.

2. По степени зависимости от изменения объема производства затраты подразделяются на *пропорциональные* (условно-

переменные) и *непропорциональные* (условно-постоянные).

Переменные затраты изменяются прямо пропорционально росту объема производства (расходы на сырье, основные материалы, топливо, энергию на технологические цели и т. д.). *Условно-постоянные затраты* при изменении объема производства существенно не изменяются (расходы на освещение, отопление, амортизация зданий и сооружений и т. п.).

3. По характеру зависимости расходы данного предприятия подразделяются на *зависимые* (нормы расхода сырья, материалов, топлива, труда) и *независимые* от предприятия (нормы амортизации, нормы отчислений на социальные нужды).

4. По методу отнесения на себестоимость продукции — на прямые и косвенные.

*Прямые затраты* — это расходы строго целевого назначения, их включают в себестоимость единицы продукции методом прямого счета. Например, заработная плата основных производственных рабочих, затраты на основные материалы и т. п.

*Косвенные затраты* не могут быть отнесены к выпуску определенного изделия, так как они связаны с работой цеха или предприятия в целом. Поэтому они распределяются между различными изделиями пропорционально тому или другому условному измерителю, чаще всего пропорционально заработной плате основных производственных рабочих. Широко используется метод распределения затрат пропорционально прямым расходам на определенный вид продукции.

## ***Вопрос 2. Трансакционные издержки***

Все издержки можно поделить на трансформационные (собственно издержки производства) и трансакционные. Под трансакционными издержками понимаются издержки взаимодействия субъектов экономики. Они включают любые необходимые затраты ресурсов, которые не направлены непосредственно на производство экономических благ, но обеспечивают успешную реализацию данного процесса. *Трансакция* — это перемещение экономического блага или прав на него от одного лица к другому.

Понятие трансакционных издержек было введено в экономическую теорию Р. Коузом в статье "Природа фирмы" (1937) и стало объектом широкого анализа после публикации работы Р. Коуза

«Проблема социальных издержек» (1960). Они включают расходы, связанные с поиском информации, затраты на ведение переговоров, работу по измерению свойств товара (услуги), издержки по спецификации и защите прав собственности, а также траты, связанные с преодолением оппортунистического поведения контрагентов. Политическая экономия XIX века фактически абстрагировалась от трансакционных издержек. Однако в XX веке не замечать их стало просто невозможно.

В самом общем виде трансакционные издержки – это затраты

- на анализ состояния рынка, оплату консультантов, на поиск информации;
- на рекламу, стимулирование сбыта, на ведение переговоров и составление контрактов;
- на контроль за соблюдением контрактов, принуждение к их исполнению, включая судебные разбирательства;
- на контроль за персоналом, включая зарплату контроллеров и т. д.

Существует ряд подходов к классификации трансакционных издержек:

- 1) потребительские трансакционные издержки (например, входной контроль качества сырья) и производственные трансакционные издержки (например, реклама);
- 2) постоянные трансакционные издержки (не зависят от объема трансакций, например, затраты на создание и поддержание структур управления) и переменные трансакционные издержки (растут с увеличением числа трансакций, например, издержки контроля, принятия решений, поиска информации и т. д.);
- 3) затраты, предшествующие сделке (*ex ante*) и возникающие в ходе сделки (*ex post*).

К наиболее распространенным видам трансакционных издержек относятся внутренние (управленческие), внешние (рыночные), издержки вхождения на рынок.

*Внутренние (управленческие) трансакционные издержки* – это затраты на построение и поддержание внутренней организационной структуры фирмы.

*Внешние (рыночные) трансакционные издержки* классифицируются на расходы на подготовку контракта (поиск информации), на убеждение партнера совершить сделку (реклама, стимулирование сбыта и т.д.), на заключение контракта (переговоры, принятие решения), на мониторинг выполнения сделки и отстаивание

своих интересов.

Издержки, связанные с получением информации, затрачиваются на поиск информации о ценах и предпочтениях поставщиков и покупателей того или иного продукта; издержки общения сторон (почтовые, курьерские, телефонные расходы, аренда переговорных комнат и т. д.); расходы на тестирование и контроль качества; издержки подбора квалифицированного персонала.

Издержки убеждения партнера. К этим издержкам относятся издержки по стимулированию сбыта, на рекламу и на систему связей с общественностью.

Издержки переговоров и принятия решений, которые возникают в том случае, когда суть сделки ясна и стороны торгуются, пытаясь получить для себя наиболее выгодные условия и (или) обезопасить себя от неожиданностей.

Издержки контроля и принуждения – это затраты на контроль соблюдения сроков договора, соответствие параметров качества, объемов поставок и т. д.

*Трансакционные издержки вхождения на рынок.* К этим издержкам относятся: платежи за получение прав собственности (регистрация, лицензирование), платежи за доступ к материальным, финансовым и интеллектуальным ресурсам, издержки получения индивидуальных льгот и привилегий, издержки заключения и поддержания контрактных отношений с партнерами, издержки спецификации и защиты прав собственности и обеспечение безопасности, издержки обслуживания теневых операций (расходы по оформлению ухода от налогов, обналичиванию средств и т. д.).

Удельный вес трансакционных издержек особенно велик в обществе, где права собственности слабо определены (специфицированы). Такие условия характерны для стран, осуществляющих переход к рыночной экономике. Недостаточно развитая правовая сторона рыночных отношений создает благоприятные условия для жульничества, обмана, искажения информации о потребительских свойствах товаров и их реальной ценности.

Однако и в развитом обществе проблема минимизации трансакционных издержек по-прежнему актуальна. Доля трансакционных издержек чрезвычайно велика. В 1970 года американскими экономистами была предпринята попытка измерения доли трансакционных издержек в масштабах национальной



экономики. По их оценкам доля данных затрат в ВВП составляла 47–55%. В настоящий момент эта цифра в развитых странах приближается к 60%. При этом вся сложность состоит в том, что трансакционные издержки с трудом поддаются измерению.

Актуальность проблемы трансакционных издержек связана как с дальнейшим совершенствованием юридических норм, так и (что более важно) с укреплением этического фундамента, честности и ответственности, идеологии консенсуса в обществе. Последнее направление, как считают многие современные исследователи, ведет к созданию мягкой инфраструктуры рынка и является наиболее эффективным и экономичным способом защиты интересов всех и каждого.

### ***Вопрос 3. Источники и факторы снижения издержек производства***

Снижение издержек имеет большое значение для повышения эффективности производства. Так как издержки производства состоят из разных групп (статей) расходов, то соответственно существуют различные направления их снижения.

Существуют *источники и факторы* снижения издержек. *Источники* показывают, где искать возможности сокращения затрат на производство продукции. *Факторы* определяют условия, обеспечивающие успешное использование выявленных источников снижения издержек.

*Источниками снижения издержек производства* являются улучшение использования материальных ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии), снижение трудоемкости изготовления продукции и повышение производительности труда, сокращение затрат на обслуживание и управление, экономия внепроизводственных расходов.

Одним из основных источников является экономное использование сырья и материалов, которое достигается в результате сокращения потерь на всех стадиях технологического процесса, снижения уровня брака, применения наиболее экономичных видов тары. Экономии сырьевых ресурсов способствует также применение полноценных, но более дешевых заменителей, прогрессивных технологических схем. Основные направления экономии

материальных ресурсов — увеличение выхода конечной продукции, полное использование вторичных ресурсов и отходов.

Снижение трудоемкости продукции. Снижение трудоемких операций обеспечивает рост производительности труда и, следовательно, приводит к снижению доли заработной платы в затратах на производство. Этот источник снижения издержек реализуется в том случае, если темпы роста производительности труда будут опережать темпы роста средней заработной платы.

Сокращение затрат на обслуживание производства и управление. Совершенствование управления, сокращение управленческого аппарата и управленческих расходов обеспечивают абсолютную экономию. Снижение издержек по этому источнику обеспечивается также в результате увеличения объема производства, так как на каждую единицу продукции приходится относительно меньше затрат.

Экономия внепроизводственных расходов. Снижение издержек в связи с сокращением внепроизводственных расходов обеспечивается уменьшением расходов на реализацию продукции, снижением тарифов на транспортирование, рациональным использованием транспортных средств, уменьшением их простоев, сокращением и полной ликвидацией непроизводственных расходов (штрафов, пеней, неустоек).

*Технико-экономические факторы снижения издержек производства* можно разделить на следующие группы:

- 1) повышение технического уровня производства;
- 2) улучшение организации производства и труда;
- 3) изменение объема и структуры продукции;
- 4) отраслевые и прочие факторы.

Каждая группа факторов состоит из отдельных подгрупп. Так, в первую группу факторов входят: механизация и автоматизация производственных процессов; внедрение передовой технологии и автоматизированных систем управления; модернизация и улучшение эксплуатации применяемой техники и совершенствование технологии производства; повышение качества продукции; внедрение новых видов и замена потребляемого сырья, материалов, топлива, энергии и отходов производства; прочие факторы, повышающие технический уровень производства.

Ко второй группе факторов относятся: совершенствование управления производством; улучшение организации труда; улучшение материально-технического снабжения; ликвидация

непроизводительных расходов; сокращение потерь от брака; прочие факторы, связанные с совершенствованием организации производства.

Третья группа факторов включает: относительное сокращение условно постоянных расходов, связанное с ростом объема производства продукции; улучшение использования основных производственных фондов и обусловленное этим относительное уменьшение амортизационных отчислений; изменение структуры производимой продукции.

В четвертую группу факторов входят: ввод новых цехов, производств и оборудования; ликвидация отдельных нерентабельных и малоэффективных цехов и производств; совершенствование форм общественной организации производства (концентрация, специализация, комбинирование и кооперирование).

Влияние отдельных групп факторов на издержки производства может быть определено количественно через расчет экономии от использования определенных групп факторов. Экономия – это изменение затрат на единицу продукции в результате использования того или иного фактора, умноженное на объем производства.

*Резервы снижения издержек производства* необходимо рассматривать в двух взаимосвязанных направлениях: по видам затрат и характеру их использования. По видам затрат резервы подразделяются на группы, связанные с экономией материальных ценностей, заработной платой на единицу продукции, снижением и устранением брака, расходов на обслуживание и управление производством на единицу продукции и др. По характеру использования резервы связаны с совершенствованием технологии производства, обновлением и модернизацией оборудования, улучшением организации производства, труда и управления.

Поиск резервов снижения издержек наиболее эффективен с позиции системного подхода. Комплексный, системный подход исследования затрат на производство продукции означает: анализ уровня и динамики изменения основных видов расходов и издержек в целом, определение состава, характера и степени влияния на рассматриваемые показатели главных технико-экономических факторов. Резервы снижения затрат могут быть реализованы через определенные мероприятия, обуславливающие это снижение.

## Контрольные вопросы

1. Определите сущность издержек производства с точки зрения экономической теории.
2. Что называется внешними и внутренними издержками?
3. Краткосрочный период. Какие виды издержек формируются и рассчитываются в краткосрочном периоде?
4. Долговременной периода. В чем специфика формирования издержек в долговременном периоде?
5. Себестоимости продукции. Чем различаются понятия «издержки производства» и «себестоимость»?
6. Каковы виды себестоимости в зависимости от цели учета?
7. Какие статьи затрат формируют себестоимость по экономическим элементам и статьям затрат?
8. Как формируется себестоимость по калькуляционным статьям расходов?
9. Назовите основание классификации и виды производственных затрат.
10. Трансакционных издержки. Кто ввел это понятие?
11. Каковы виды трансакционных издержек?
12. Каковы источники снижения издержек производства?
13. Что относится к технико-экономическим факторам снижения издержек производства?
14. Каковы резервы снижения издержек производства?

## Тесты

1. Общие издержки производства представляют собой:
  - а) затраты, связанные с использованием всех ресурсов и услуг для производства продукции;
  - б) явные (внешние) издержки;
  - в) неявные (внутренние) издержки, включая нормальную прибыль;
  - г) затраты товаропроизводителя, связанные с приобретением потребительских товаров длительного пользования.
2. Покупка предприятием сырья у поставщиков относится:

- а) к внешним издержкам;
- б) к внутренним издержкам;
- в) к постоянным издержкам;
- г) к издержкам обращения.

3. Постоянные издержки представляют собой такие затраты, которые не изменяют своей величины:

- а) при увеличении прибыли;
- б) наращивании основного капитала;
- в) изменении ставок налогообложения;
- г) изменении объема выпускаемой продукции.

4. К переменным издержкам относятся все перечисленные ниже затраты, кроме:

- а) заработной платы;
- б) расходов на сырье и материалы;
- в) амортизации;
- г) платы за электроэнергию.

5. Затраты на производство единицы продукции представляют собой:

- а) общие издержки;
- б) средние издержки;
- в) средний доход;
- г) полные переменные издержки.

6. В долгосрочном периоде отсутствуют издержек:

- а) постоянные;
- б) переменные;
- в) общие;
- г) обращения.

## ТЕМА VII. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### *Вопрос 1. Краткая история ценообразования*

Цена является одним из важнейших инструментов управления экономикой и, в частности, предпринимательской деятельностью. Разработка теории цены прошла долгий путь: от В. Петти, А. Смита, Д. Риккардо до М. Фридмена. История экономической мысли знает основы стоимостной теории цены (В. Петти и др. авторы), теорию трудовой стоимости, наиболее полно разработанную в конце XIX века К. Марксом, теорию рыночного равновесия, считающую, что цена товара зависит не только от затрат производителя, но в большей степени от оценки полезности таких затрат покупателем.

Для современной экономической мысли характерно несколько течений. Сторонники неоклассического направления придавали особое значение свободному движению цен на основе экономической свободы субъектов рынка. А. Маршалл, являясь автором теории рыночного ценообразования, опирался на теорию издержек и теорию предельной полезности при объяснении сущности рыночных цен. Теория трудовой стоимости представителями австрийской школы отрицалась.

По теории «регулируемого капитализма» государству отводилась активная роль в рыночной экономике. Дж. М. Кейнс, отвергнув выводы классической и неоклассической модели о свободном ценообразовании, пришел к выводу, что в условиях макроэкономической нестабильности ее преодоление возможно лишь при целенаправленном вмешательстве со стороны государства.

Создатель теории «монетаризма» М. Фридмен считал, что снижению стагфляции и успешности воспроизводственного процесса способствуют деньги, оказывающие влияние на уровень цен.

Исходя из изложенного выше, можно определить, что в современной экономической мысли симбиозу «предложение» (стоимость) и «спрос» (полезность) нет места. Однако практика современных промышленно развитых стран показывает, что цены большинства товаров не формируются стихийно, что в основе количественного определения цены остается объективный фактор – затраты на производство и реализацию услуг. При этом потребителю

принадлежит активная роль в рыночной экономике. В то же время автором учебного пособия «Ценообразование» В.И. Тарасовым отмечается, что «...при установлении цен решающая роль принадлежит не фактическим текущим издержкам, а расчетным», рассматриваемым «...как нижний предел..., к которому добавляется определенная величина прибыли» [11].

## ***Вопрос 2. Функции и факторы цены***

Известно, что экономическая сущность цены проявляется в ее функциях. Следовательно, в практической деятельности происходит реализация содержания цены как экономической категории через функции, которые становятся формами внешнего проявления.

Цене принадлежит ряд функций:

- измерительно-учетная;
- регулирующая;
- стимулирующая;
- перераспределительная.

На основе измерительно-учетной функции происходит реализация экономических интересов различных контрагентов рыночной системы, каждый из которых исходит прежде всего из стоимости (ценности) данных товаров. Тем самым измеряются не только результаты предпринимательской деятельности, но и учитываются различные потребительские свойства товаров, понесенные затраты и получаемая прибыль.

Цена, выступая инструментом регулирования экономических процессов, влияет на уравнивание спроса и предложения. Тем самым цена выполняет регулирующую функцию. Известно, что сегодня практически отсутствует чистая конкуренция. Производитель-монополист, как известно, может регулировать цену и объем.

Цена, ее уровень может как поощрять, так и сдерживать процесс производства и потребления товаров. Тем самым происходит реализация стимулирующей функции цены. Фирмы, занимаясь созданием высокоэффективной или высокотехнологичной продукции, могут рассчитывать на снятие ограничений по росту прибыли или снижение налоговых ставок на прибыль. Возможны различные надбавки к цене или скидки, применение разных видов цен.

Распределение и перераспределение доходов предпринимательства связываются с перераспределительной функцией цены. Реализация данной функции связана с перераспределением доходов среди населения между социальными стратами, группами, между отраслями, фирмами и т. д. Категориями реализации перераспределительной функции служат субсидии, налоговые ставки, система различных цен и т. д.

На возникновение цены существенное влияние оказывают политические, экономические, психологические, социальные факторы, которые можно определить как внешние по отношению к предпринимательской форме. Обратимся к рисунку 7.

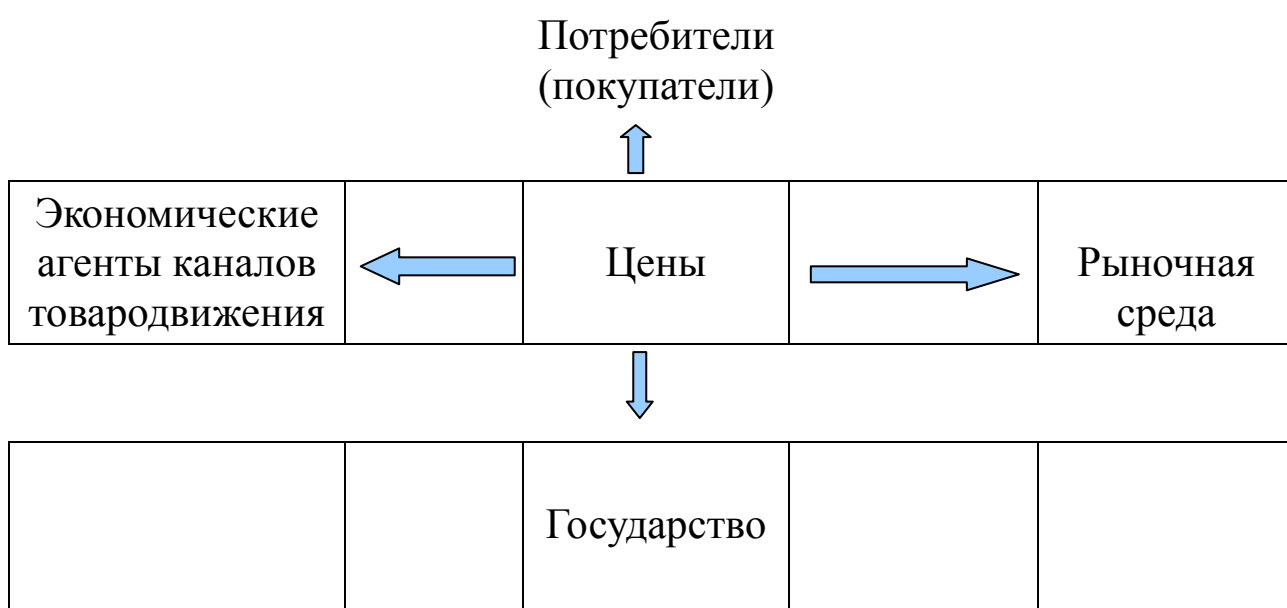


Рис. 7. Внешние факторы цены

В условиях развитой рыночной системы потребители влияют на цену товара через спрос на него. В экономической теории разработана проявляющаяся в практике концепция зависимости между ценой товара и спросом. Используемый коэффициент эластичности спроса по цене показывает, как может измениться спрос при изменении цены на 1%, меньше и больше 1%. (см. Учебную литературу по теоретической экономике). Однако потребители (покупатели) исходят не только из цены. Важную роль для многих покупателей играют качество товара, его отличительные особенности, престижность товара и имидж торгующей фирмы, торговая марка и прочее.

Рыночная среда взаимосвязана с каждой из четырех моделей рынка: чистой конкуренцией, монополистической конкуренцией,



олигополией и чистой монополией. В зависимости от того, в какой модели работает предпринимательская фирма, происходит процесс ее ценообразования. Возможна среда, в которой цена контролируется – в условиях чистой монополии; среда, в которой цена связана взаимозависимостью между фирмами, выпускающими одноименный товар, – в олигополии; среда, в которой цена контролируется рынком, а также государством. К основным экономическим агентам каналов товародвижения относятся поставщики, торговцы и потребители. Изменение цены товара происходит при осуществлении «технологической цепочки»: поставки экономических ресурсов – производство товара – его реализация покупателям.

В рыночной экономике, таким образом, свобода ценообразования относительна. Свобода фирм в установлении цен ограничивается не только потребительским спросом, взаимозависимостью конкурентов, экономическими агентами товародвижения, но и государством. Государство может фиксировать цены, что проявляется в регулировании цены и воздействии на свободные (договорные) цены. Проявление роли государства возможно:

во-первых, при установлении цены самим государством;

во-вторых, предприятия (фирмы) сами устанавливают цены, но в соответствии с разработанными государством правилами;

в-третьих, в устанавливаемые «правила игры» государство вводит ряд запретов на недобросовестную конкуренцию и монополизацию рынка.

Формы ограничений свободного ценообразования различны:

во-первых, фиксация цен может происходить в форме введения прейскурантных цен\*, «замораживания» рыночных свободных цен, фиксирования монопольных цен.

во-вторых, роль государства при регулировании цен проявляется в формах:

- установления предельного уровня цен;
- установления предельных надбавок или коэффициентов к фиксированным ценам прейскуранта;
- установления предельного уровня разового повышения цен;
- установления предельных значений элементов розничной цены;
- государственного контроля за ценами монополистов;

---

\* Государственный прейскурант — это официальный сборник цен и тарифов на товары и услуги, который утверждается и издается государственными органами ценообразования, а также министерствами и ведомствами.

- регулирования рыночных цен путем установления цен государственным предприятием.  
В-третьих, формами влияния государства на свободные (договорные) цены являются:
- запрет на горизонтальное фиксирование цен (доминирующее положение — более 35 % рынка);
- запрет на вертикальное фиксирование цен, т. е. запрет производителям навязывать свои цены поставщикам и торговле (по действующему законодательству России данный запрет вводится только в том случае, если производитель занимает доминирующее положение на рынке);
- запрет на ценовую дискриминацию и демпинг;
- запрет на недобросовестную ценовую рекламу.

Следовательно, уровень цены подвижен в зависимости от объективных и субъективных факторов.

### ***Вопрос 3. Виды цен и ценовая политика***

К основным видам цен относятся:

- рыночные (свободные);
- регулируемые;
- фиксированные;
- цены аукционов и торгов;
- расчетные;
- базисные;
- справочные;
- прейскурантные;
- фактические цены сделок;
- сезонные;
- постоянные;
- твердые;
- текущие (подвижные);
- неокругленные цены;
- скользящие;
- контрактные;
- трансфертные;

- биржевые цены (биржевые котировки);
- цены торгов;
- монопольные;
- экспортные и импортные цены;
- мировые.

Остановимся на краткой характеристике некоторых видов цен. К рыночным (свободным) ценам относятся цены предложения, по которым предприниматели-производители готовы продавать свой товар. Чаще всего данные цены определяются как цены производства, т. е. определяемые на основе издержек производства плюс средняя прибыль.

К свободным ценам относятся также цены спроса, связанные с покупательной способностью.

В практике предпринимательской деятельности возможно установление цены на определенном уровне, изменить который могут своим решением государственные органы по ценообразованию (плата за проезд в маршрутных автобусах).

Наиболее полное представление о складывающемся уровне цен дают фактические сделки и договоры (контракты), цены акционов и торгов. Эти цены могут рассматриваться как конкурентные. При торговле биржевыми товарами ориентиром служат биржевые котировки <sup>1</sup>.

Биржевые котировки отражают фактические сделки на определенный период. Вместе с тем, при их анализе нельзя забывать, что они подвержены влиянию экономической конъюнктуры.

Справочные цены, публикуемые в справочных изданиях, каталогах, журналах, газетах не отражают реальной картины. Они стабильны во времени, при изменении рыночной конъюнктуры меняются мало. Между тем скидки и надбавки к цене

---

<sup>1</sup> Котировка: 1) установление курса иностранной валюты или ценных бумаг; 2) товарная котировка – цена биржевых товаров; 3) регистрация цен на товарных биржах. Прежде всего это касается базисных сортов тех товаров (в основном сырьевых и продовольственных), по которым заключаются биржевые сделки в течение каждого дня работы биржи, а также номинальных цен, запрашиваемых продавцами и покупателями. Котировки подразделяются в зависимости от сроков поставки: 1) на наличный товар (обычно поставка в текущем месяце); 2) на товар с поставкой в будущем. Появление соответствующих бирж (биржевые котировки, комиссии) обеспечивает передачу котировок и срочной информации по каналам видеосвязи своим клиентам в данной стране и за рубежом и регулярно выпускают биржевые бюллетени (Рыночная экономика: слов.-справ. Красноярск: Информ, 1992. – С. 73–74).

пересматриваются чаще. К скидкам и надбавкам к цене следует обратиться при анализе цены конкурентов. В мировой практике существует около 20 видов скидок с цены.

Приведем некоторые:

- скидки с прейскурантной и справочной цены;
- скидка «сконто». Данную скидку покупатель может получить при покупке товара за наличные деньги. Например, формулировка «3/12, нетто 30». Сие означает, что заплатить за товар необходимо в течение 30 дней, но покупатель оплатил в течение 12 дней, получив при этом скидку в 3 %;
- специальные скидки. Продавец предоставляет данные скидки покупателям, в которых он более заинтересован;
- скрытые скидки. Предоставляются бесплатно покупателю в виде образцов;
- функциональные скидки или скидки в сфере торговли. Данные скидки могут быть предоставлены службами товародвижения производителям за выполнение определенных функций;
- прогрессивные скидки предоставляются покупателю за объем, серийность покупки;
- скрытые (конфиденциальные) скидки, которые не фиксируются в договорах (контрактах), а реализуются на основе устной договоренности;
- товарообменный зачет также является скидкой, что означает предоставление ее за возврат старого, ранее купленного товара у данной фирмы. (Примером может послужить акция возврата холодильников «Бирюса», выпущенных в начале 60-х годов XX столетия в г. Красноярске в зачет стоимости нового и др.).

В экономической литературе существует множество попыток классифицировать цены по самым разнообразным признакам. Вместе с тем особое место в классификации цен занимают базисные условия поставки и продажи товаров, что характерно как для внутренних, так и для внешних рынков, для практики мировой торговли. Под базисными условиями понимается отражение в цене расходов на транспортировку, погрузку, разгрузку, страхование продукции и ее таможенное оформление. Используемый термин «франко» (т. е. до) означает: до какого пункта движется товар от производителя к потребителю. Транспортные расходы включаются в состав цены.

Цена «франко» (свободный) является оптовой ценой, отражающей условия поставки товара. То есть продавец обязуется доставить товар в определенное место за свой счет с учетом риска. В цену «франко» включаются, как было отмечено выше, транспортные, страховые и таможенные расходы. Определенным местом или пунктом доставки продукции могут быть вагон, борт судна, склад, железнодорожная станция, государственная граница, определенный населенный пункт, морской порт и т. д.

Понятие «франкирование» применимо при оплате перевозки груза от производителя к потребителю.

Наряду с условиями, содержащимися в специальном документе «Инкотермс-2000», в современной российской практике в некоторых сферах, как правило, в сырьевых отраслях, при внутренних поставках используются традиционные правила формирования цен по базисным условиям. В основном ведется учет расходов на транспортировку грузов, выделяя при этом цены франко-отправления и цены франко-назначения. Первые включают в себя затраты на производство плюс прибыль и плюс транспортные расходы до пункта начала основной транспортировки груза. Вторые включают затраты на производство плюс прибыль и плюс расходы до пункта назначения, вплоть до пункта потребления.

Виды цен с учетом условий «франко» можно представить на рисунке 8 [10].

Цена продукции на складе	Расходы по доставке продукции на станцию	Расходы по погрузке продукции в вагоны на станции отправления	Расходы по транспортировке продукции до станции назначения	Расходы по выгрузке продукции из вагонов на станции назначения	Расходы по доставке продукции от станции назначения до склада потребителя
Франко-склад поставщика					
Франко-станция отправителя					
Франко-вагон станция отправителя					
Франко-вагон станция назначения					
Франко-станция назначения					
Франко-склад потребителя					

Рис. 8. Виды цен с учетом условий «франко»

Работая в условиях рынка, предприниматели должны стремиться к обладанию знаниями и накоплению опыта в области разработки ценовой политики. Многоплановость ценовой политики требует учета этапов процесса ценообразования, его взаимосвязей и условий. Среди

экономистов существуют разные подходы к политике цен, или ценовой политике. В.И. Тарасов рассматривает политику цен с точки зрения общих принципов, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары и услуги. В учебнике для вузов «Предпринимательство» ценовая политика фирмы трактуется как «... деятельность ее руководителя по установлению, поддержанию и изменению цен на производимые товары, направленная на достижение целей и задач предприятия» [7, с. 455].

Определяя суть ценовой политики, экономисты В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, отмечают возможность варьирования цен в зависимости от положения на рынке для обеспечения намеченного объема прибыли и решения других задач предприятия [4, с. 165].

Следует отметить, что вышеназванные авторы едины в определении конечной цели ценовой политики в рамках несколько различных подходов, что основывается на их праве выбора. Для достижения цели (получение и максимизация прибыли) необходима последовательность этапов в разработке ценовой политики, которая представлена на рисунке 9.

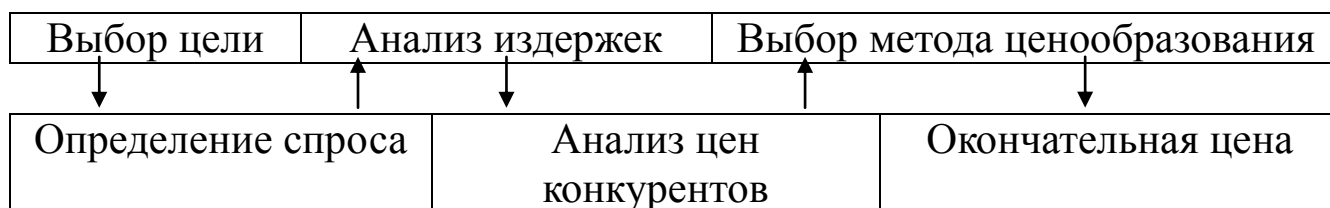


Рис. 9. Этапы процесса ценообразования

Предпринимателю (фирме) необходимо определить роль цены в деятельности, осмыслить ее значение и выработать ценовую политику, исходя из возможностей фирмы, спросе на ее товары на рынке.

Анализ издержек требует их сравнения со среднеотраслевыми издержками на аналогичную продукцию, так как рыночная цена на одноименную продукцию отражает общественные издержки производства плюс средняя норма прибыли на данные товары. Средняя норма прибыли не одинакова для каждой группы товаров, различных отраслей, так как фоноворуженность, фондоемкость, качество рабочей силы разнятся в фирмах, отраслях. Следовательно, нижним пределом устанавливаемого уровня цены является величина издержек. Ниже этого уровня продажа товаров будет убыточной.

Рыночная цена является верхним пределом устанавливаемой цены, которая формируется как под воздействием спроса и предложения, так и конкурирующих агентов, производителей аналогичной продукции. Поэтому важным моментом является не только определение спроса, но и анализ цен конкурентов. Основное внимание в процессе анализа цен конкурентов следует обратить на систему скидок. Следовательно, уровень окончательно устанавливаемой цены (окончательная цена) должен быть в промежутке между низкой ценой (величина издержек производства) и прогнозируемой высокой ценой, которая определяется спросом и предложением одноименного товара, т. е. рыночной ценой.

С учетом достижения цели и выполнения поставленных задач фирма (ее руководители) должна очень тщательно продумать проблему выбора метода ценообразования и стратегии.

#### ***Вопрос 4. Методы и стратегии ценообразования***

В рыночной экономике фирмами используются различные методы ценообразования, к которым относятся, в частности:

- 1) метод полных (или средних) издержек;
- 2) метод целевого ценообразования (формирование цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли);
- 3) метод дохода на капитал;
- 4) метод с ориентацией на спрос (метод оценки реакции покупателей);
- 5) метод текущей цены.

Метод с учетом полных издержек относится к затратным методам. Он основан на определении совокупных издержек, включающих в себя как постоянные, так и переменные издержки плюс прибыль, которую фирма (предприятие) рассчитывает получить. При расчете издержек на единицу продукции определяют средние издержки, которые являются суммой средних постоянных и средних переменных издержек.

Этот метод наиболее распространен и в настоящее время. Иначе его называют методом «издержки плюс». Расчетную цену продажи можно определить формулой

$$Ц = И + Пр + КН,$$

где Ц – цена единицы товара; И – издержки единицы товара; Пр – прибыль товаропроизводителя; КН – косвенные налоги и отчисления

в цене товара.

Другой разновидностью данного метода является использование предельных издержек, которые позволяют определить пределы затрат на единицу продукции по отношению к росту объема производства и продаж.

В экономической литературе выделяются как плюсы, так и минусы данного метода.

К плюсам следует отнести: во-первых, знание своих издержек; во-вторых, возможность создания условий для их покрытия и получения прибыли; в-третьих, упрощается процесс ценообразования, следовательно, он поддается регулированию, а значит, и относительной стабильности рыночных цен.

К минусам этого метода необходимо отнести следующие: во-первых, практически не обращается внимания на эластичность спроса, что снижает конкуренцию; во-вторых, возможно манипулирование издержками либо в сторону их завышения, либо сокрытия, что может иметь отрицательные последствия по причине временного лага.

Формирование уровня на основе существующих издержек в производстве, их величина, структура в будущем могут сильно изменяться.

1. Вместе с тем, деление издержек на постоянные и переменные, имея реальный экономический смысл, широко используется в практике при решении вопросов конкурентоспособности, финансовой устойчивости, определении точки безубыточности и т.д.

Формирование цены на основе безубыточности (т. е. предела безопасности) состоит в анализе взаимодействия спроса и предложения по конкретному товару фирмы. При этом фирма должна учесть, что предложением она может управлять, а спросом - нет, влияя на него лишь в определенной степени. Исходя из анализа, определяется точка безубыточности, которая соответствует объему выпускаемой продукции при данном (анализируемом) уровне цен, показывающем равенство дохода от продажи и издержек производства.

Базой расчета цены при использовании метода дохода на капитал являются также издержки производства продукции плюс получение запланированного дохода на капитал. Сущность метода заключается в том, что к суммарным затратам на единицу продукции необходимо



добавить процент на вложенный капитал.

К преимуществам данного метода можно отнести возможность учета плотности финансовых ресурсов на производство и реализацию продукции. А к недостаткам относится неопределенность процентной ставки за кредит в условиях инфляции, что усложняет использование этого метода.

Метод с ориентацией на спрос сочетает в себе затратный и рыночный подходы. С одной стороны, товаропроизводитель не заинтересован в получении убытков, поэтому ориентируется на отражение в цене затрат на производство и получение прибыли. С другой стороны, товаропроизводитель не может игнорировать потребительский спрос на данную продукцию. Игнорирование покупательной способности и спроса на рынке на данную продукцию может привести товаропроизводителя (фирму, предприятие) к финансовому краху. Важно думать и о конкуренции в условиях развитого рынка. При этом необходимо использовать стратегии дифференциации и диверсификации.

Метод текущей цены. Сущность его заключается в том, что издержки предпринимательской деятельности, их учет играют подчиненную роль. Цены конкурентов имеют первостепенное значение. Данный метод иначе трактуют как метод следования за ценами предприятия-лидера на рынке. Несомненно, повышать, или понижать цены на рынке могут себе позволить крупные предприятия. Например, олигополистические компании, продающие схожие товары по одинаковым ценам. Обладая широкими возможностями, предприятия олигополистической формы могут устанавливать на рынке выгодный уровень цен для себя. Менее крупные предприятия вынуждены следовать за ценовым лидером.

В соответствии с существующими видами цен и ценовой политикой предприятие выбирает ценовую стратегию. Ценовые стратегии предполагают обоснованный выбор цены из ряда видов цен, но такой, который способствовал бы рациональному поведению предприятия в рыночных условиях.

На практике используются следующие стратегии:

- высоких цен («снятие сливок»), т. е. продажа данного товара происходит первоначально по цене, которая значительно превышает издержки производства, а затем цена снижается. Обычно эта стратегия относится к продаже новых товаров, в условиях высокого потребительского спроса. Потребители

данного товара воспринимают эту цену на него, как признак высокого качества товара;

- низких цен (стратегия «проникновения на рынок»). Низкие цены стимулируют потребительский спрос. Данная стратегия эффективна, если на рынок поступает большой объем одноименного товара и существует высокая эластичность спроса. Низкие цены предприятие выдерживает за счет массового производства (например, производство персональных компьютеров, мобильных телефонов и т. д.);
- дифференцированных цен;
- льготных цен;
- гибких, эластичных цен;
- стабильных (неизменных) цен;
- неокругленных цен;
- цен массовых закупок (оптом);
- увязывания уровня цен на товар с его качеством.

В условиях развитого рынка существующее законодательство и этика предпринимательской деятельности либо ограничивают, либо запрещают применение таких стратегий, как стратегия монополистического ценообразования, стратегия демпинговых цен, стратегия «сговора», стратегия спекулятивных цен.

### **Контрольные вопросы**

1. Что такое цена?
2. Что означает понятие «уровень цен»?
3. Что означает соотношение между совокупной ценой определенного набора товаров и услуг данного периода и совокупной ценой сходной группы товаров и услуг в базисном периоде?
4. Что включает политика ценообразования?
5. Назовите основные виды цен.
6. Каковы основные стратегии цен?
7. Какие существуют основные методы рыночного ценообразования?
8. Существует четыре способа производства 10 единиц продукции, каждому из которых соответствует разное сочетание необходимого количества труда и капитала.

### Способы производства:

	А	Б	В	Г
Количество труда, ед.	9	6	4	3
Количество капитала, ед.	3	4	6	8

Какой способ производства является эффективным, если цена единицы труда – 200 ден. ед., а цена единицы капитала – 400 ден. ед.? Чему будут равны затраты на производство?

9. Охарактеризуйте основные виды эффекта масштаба. Если объем производства увеличился на 20%, а издержки производства возросли: а) на 20%, б) на 10%, в) на 30%, то какой эффект масштаба имеет место в каждом случае?

10. Фирмы, производящие себе в убыток, должны сразу закрываться. Верно ли данное утверждение?

11. Спрос какой группы потребителей проявляет более высокую степень эластичности: высокооплачиваемой или низкооплачиваемой? Ответ объясните.

12. Предположим, в законодательство России ввели полный запрет на вертикальное фиксирование цен. Как производителю защититься от него? Предложите ряд вариантов:

Вариант 1:

Вариант 2:

Вариант 3:

Вариант 4

### Тесты

1. Фирма прекратит производство (закроется) в краткосрочном периоде, если:

А) ее совокупные издержки больше ее совокупного дохода;

Б) она несет убытки;

В) ее убытки больше ее постоянных издержек;

Г) ее убытки больше переменных издержек.

2. Чтобы получить максимум прибыли, фирма должна выбрать такой объем выпуска, при котором:

А) предельные издержки равны цене продукта;

Б) предельные издержки равны совокупным издержкам.

В) предельный доход равен предельным издержкам;

Г) средние совокупные издержки равны предельному доходу.

3. Если государство установит на товар X предельную цену на уровне ниже равновесной цены, то:

А) возникает дефицит данного товара;

Б) образуется излишек товара;

В) устанавливается равновесие на рынке данного товара;

Г) повысится качество товара;

Д) производство данного товара прекратится.

## ТЕМА IV. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (ФИРМЫ)

### *Вопрос 1. Сущность и формирование прибыли*

В курсе теоретической экономики результат работы типичной фирмы определяется в форме прибыли, которая подразделяется на прибыль нормальную, получаемую за выполнение основных организационно-управленческих функций, и прибыль чистую (экономическую), которая служит ведению расширенного воспроизводства.

Чистая прибыль – это конечный результат фирмы (предприятия). Она остается в распоряжении последней после уплаты всех налогов и иных обязательных платежей и выполняет ряд важных функций.

Во-первых, в ней отражена экономическая эффективность предпринимательской деятельности.

Во-вторых, прибыль является основным финансовым ресурсом для стимулирования деятельности фирмы.

В-третьих, прибыль служит одним из основных источников формирования бюджетов.

Прибыль создает финансовую основу для самофинансирования в целях расширения и модернизации производства. За счет прибыли решаются проблемы социального и материального развития фирмы, выполняются определенные обязательства перед другими предприятиями, банками и бюджетами. Степень деловой активности, финансовое благополучие отражаются в прибыли, характеризуя имидж и инвестиционную привлекательность.

Прибыль представлена несколькими видами. Можно выделить: валовую прибыль от реализации продукции, балансовую прибыль, прибыль к налогообложению, чистую прибыль. Авторы учебника «Экономика предприятия» алгоритм расчета прибыли представляют следующим рисунком [4, с. 118].

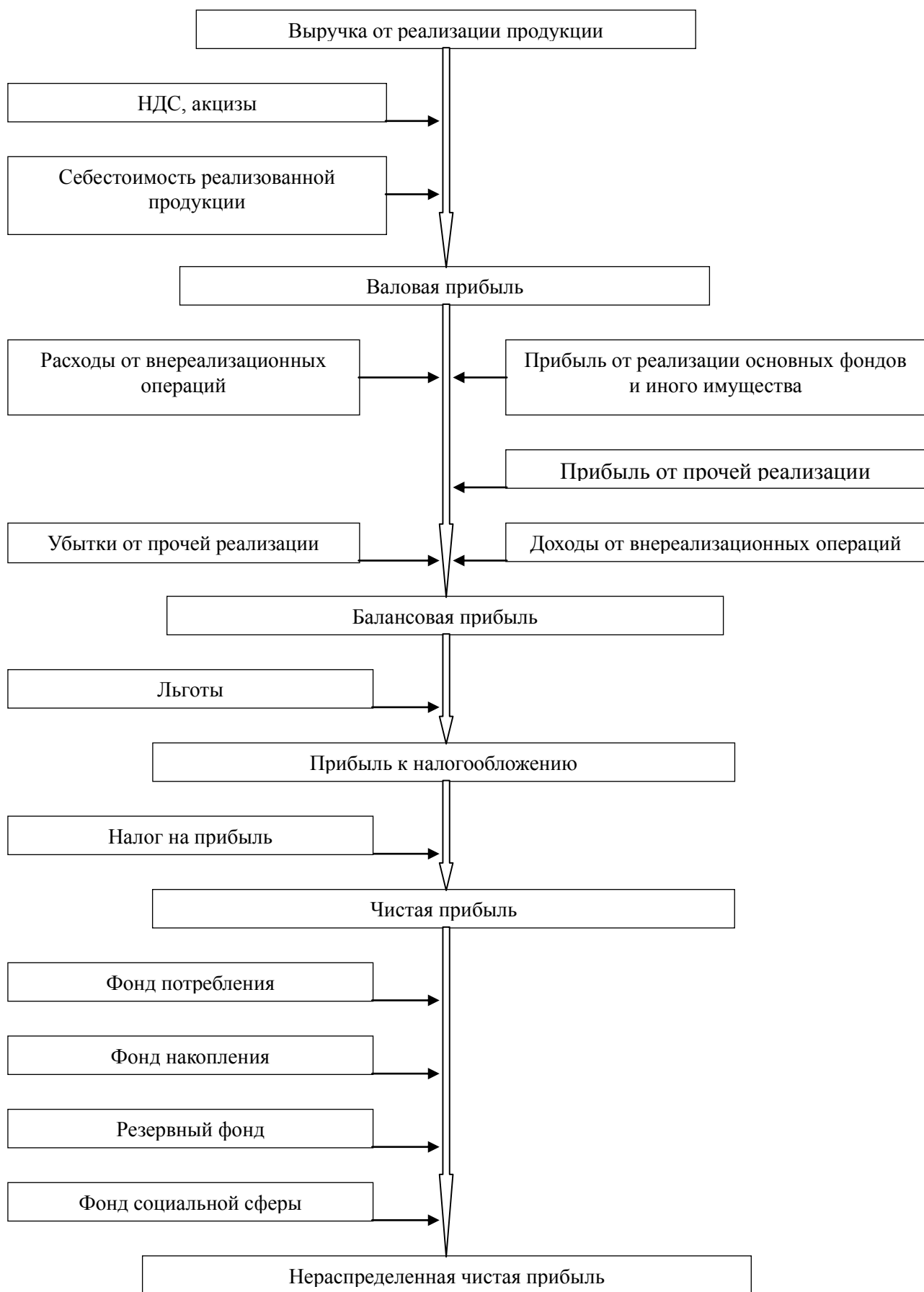


Рис. 10. Расчет прибыли

Валовая прибыль – это показатель производственной деятельности предприятия и реализации продукции.

Балансовая прибыль свидетельствует об эффективности всей финансовой и хозяйственной деятельности предприятия. Слагаемыми балансовой прибыли (убытка) являются: результаты реализации продукции, результаты финансовой деятельности и сальдо доходов и расходов от прочих внереализационных операций.

Прибыль к налогообложению учитывает те льготы, которые действуют именно для данного предприятия. К этим льготам, как правило, относят:

- прибыль, направляемую на перевооружение производства;
- прибыль, которая направляется на природоохранные меры;
- затраты на содержание социально-культурной сферы, находящейся на балансе;
- взносы на благотворительные цели в экономике и образовательные фонды;
- дополнительные льготы для предприятий малого бизнеса.

И, наконец-то, чистая прибыль – это результат разницы между балансовой прибылью и величиной налога на прибыль.

В условиях рыночной экономики важно стремление предприятия (фирмы) максимизировать прибыль с целью прочного удержания позиций на рынке сбыта своих товаров и оказания услуг. Однако этого недостаточно. Предприятие должно динамично и устойчиво развиваться в условиях конкуренции, в связи с чем:

- во-первых, сделать оптимальный (рациональный) выбор производственной деятельности, оказания услуг;
- во-вторых, следовательно, необходимо тщательно изучить спрос на рынке;
- в-третьих, создать приемлемые условия для покупателей (потребителей): обслуживание, цены, сроки поставки и т. д.;
- в-четвертых, расширять ассортимент и объем продукции (до известных пределов, так как в экономике действуют «закон убывающей отдачи» и «эффект роста масштабов производства»);
- в-пятых, продумывать маркетинговые действия в целом.

Указанные меры дают возможность максимизировать объем прибыли, который является абсолютным показателем предпринимательской деятельности предприятия (фирмы).

## Вопрос 2. Рентабельность

В финансовой статистике широко применяется относительный показатель – рентабельность. Рентабельность (точнее: норма рентабельности) означает соизмерение прибыли с затратами. В общем виде рентабельность характеризует прибыльность (доходность) деятельности предприятия. Этот показатель синтезирует количественный и качественный показатели, т. е. рост объема производства, производительности, снижения себестоимости и т. д. В экономической статистике выделяется три показателя рентабельности: общая рентабельность, рентабельность реализованной продукции, рентабельность капитала [6, с. 358].

Формула общей рентабельности

$$R_{\text{об}} = \frac{\text{Пб}}{\Phi} \times 100\%,$$

где Пб – общая сумма балансовой прибыли;

Φ – средняя стоимость основных производственных средств, нематериальных активов и материальных оборотных средств.

Показатель общей рентабельности характеризует эффективность авансированного капитала.

Рентабельность реализуемой продукции определяется по формуле

$$R_{\text{рп}} = \frac{\text{Прп}}{С} \times 100\%,$$

где Прп – прибыль от реализации продукции;

С – полная себестоимость реализуемой продукции.

Следует отметить, что указанный показатель отражает эффективность текущих затрат.

В предпринимательской деятельности важно знать и изучать состояние, динамику основного и оборотного капитала, эффективность его использования, его оборачиваемость. Общая оборачиваемость капитала определяет деловую активность предприятия.

Формула общей оборачиваемости капитала

$$O_{\text{к}} = \frac{B}{K},$$

где В – выручка от реализуемой продукции;

К – основной капитал, материальные оборотные средства, нематериальные активы, фонды обращения.

Увеличение общей оборачиваемости капитала прежде всего связано с ускорением кругооборота имущества предприятия.



Важную роль в получении прибыли и повышении рентабельности предприятия играет показатель производительности труда. В целом показатель повышения национального благосостояния во многом определяется ростом производительности труда. Однако в нашей стране роль производительности труда в экономике недооценивается, что связано как с низкой оплатой труда, так и относительно качественно низким техническим оснащением. Затраты на оплату труда занимают незначительный удельный вес в себестоимости продукции. Качественно новый уровень экономического роста требует изменить отношение к производительности труда в общественном производстве, а также к созданию условий для ее роста на уровне предприятия (фирмы). Рост производительности труда на предприятии является основой снижения затрат на выпуск продукции и повышения заработной платы. Выпуск (выработка) продукции и трудоемкость являются основными показателями производительности труда.

Выпуск (выработка) продукции – это количественный показатель, т. е. отношение, показывающее количество произведенной продукции в единицу рабочего времени.

Определение выпуска (выработки) происходит в натуральных, стоимостных показателях и показателях нормированного рабочего времени (трудовом).

В натуральных: килограммы, литры, тонны, штуки, метры и т. п. В стоимостном и трудовом выражении: нормочасы, человеко-часы, тысячи рублей и т. д.

Важным является определение трудоемкости продукции, т.е. показателя, характеризующего затраты рабочего времени на изготовление единицы продукции или выполнение определенной работы.

Определение взаимосвязи нормы выработки и нормы времени можно выразить формулами

$$T_{н} = \frac{100H_{в}}{100H_{т}}; \quad H_{в} = \frac{100T_{н}}{100H_{т}}$$

где  $T_{н}$  – размер снижения нормы времени при увеличении нормы выработки на определенную величину  $\Delta$ ; % ;

$H_{в}$  – размер повышения нормы выработки при снижении нормы времени на величину  $\Delta$ , %.

Взаимосвязь роста выработки и снижения трудоемкости продукции определяется как:

$$B = \frac{\Delta B \times 100}{100 \Delta B}$$

$$t = \frac{\Delta B - 100}{100 \Delta B}$$

где  $\Delta B$  – прирост выработки к базисному уровню, %;

$\Delta t$  – снижение трудоемкости по сравнению с базисным уровнем, % [11, с. 71].

На предприятии измеряют не только абсолютный уровень производительности труда, но и оценивают ее динамику, ищут резервы ее повышения. Резервы повышения производительности труда заключаются в использовании определенных факторов.

Основными факторами роста производительности труда на предприятии являются:

- повышение технического оснащения производства;
- введение новых технологий;
- повышение качества рабочей силы, ее квалификации;
- качество маркетинга и менеджмента;
- развитие инфраструктуры производства.

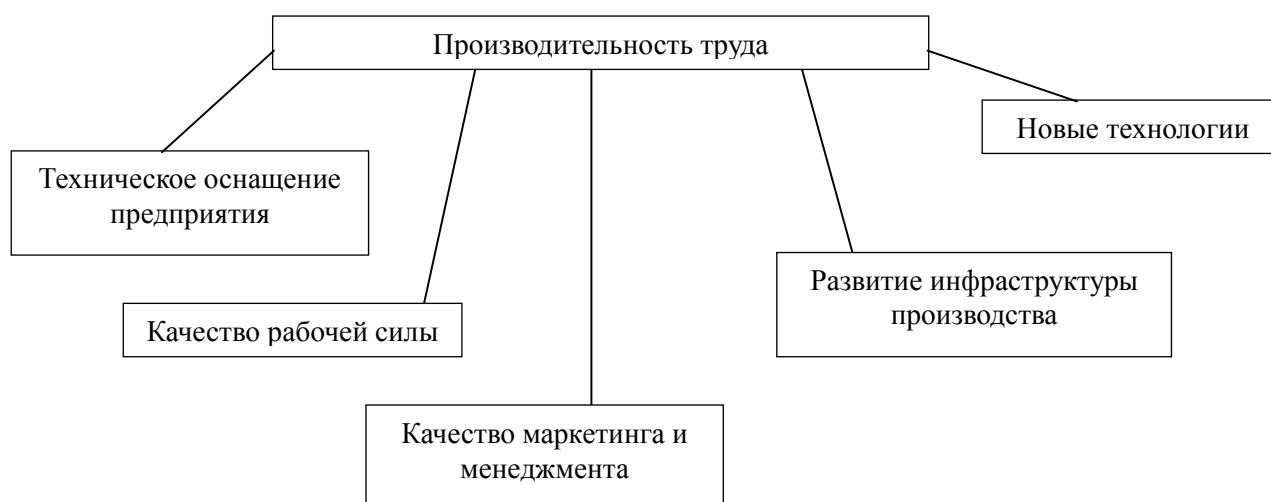


Рис. 11. Основные факторы, влияющие на производительность труда

Несомненно, что действия указанных факторов находятся во взаимосвязи с природно-климатическими условиями, зависят от политической и социальной ситуаций, от проводимой денежно-кредитной и фискальной политики в стране и ряда других обстоятельств.

Важнейшим фактором увеличения прибыли предприятия служит снижение себестоимости. Снижение себестоимости является основой для снижения цен на товары и, следовательно, увеличения объема их выпуска, увеличения заработной платы за счет премий, улучшения условий труда и т. д.

Говоря об экономической оценке снижения себестоимости, авторы практикума «Экономика предприятия (фирмы)» выделяют следующие показатели расчета:

- 1) смета затрат на производство (по экономическим элементам затрат);
- 2) себестоимость всей товарной продукции (по статьям калькуляции);
- 3) себестоимость единицы важнейших изделий по статьям калькуляции;
- 4) затраты на 1 руб. товарной продукции (ТП);

$$З = \frac{Сп}{ТП},$$

где З – затраты на 1 руб. ТП;

Сп – полная себестоимость ТП, руб.;

ТП – товарная продукция в действующих ценах, руб. [7, с. 115].

Чем ниже затраты на 1 рубль товарной продукции, тем ниже себестоимость, следовательно, больше прибыль от реализации ТП и выше рентабельность.

Достижение экономического эффекта, означающего результативность деятельности, выражается в соотношении между результатами и затратами живого и овеществленного труда. Определение экономической эффективности важно для оценки и выявления уровня использования различных видов экономических ресурсов (затрат) и не только как экономический результат производственной деятельности в целом, но и на различных уровнях управления организационных форм. Данный анализ позволит найти наиболее рациональное решение по совершенствованию технологии, внедрению более совершенной техники, организации и управлению кадровым потенциалом с целью максимизации прибыли и повышения рентабельности.

### **Контрольные вопросы**

1. Что такое «валовая прибыль», «балансовая прибыль», «чистая прибыль»?
2. Как формируется «чистая прибыль»?
3. Назовите основные функции прибыли и раскройте их содержание.

4. Какие основные меры приводят предприятие к устойчивому развитию?
5. Что такое рентабельность общая, рентабельность реализованной продукции и рентабельность капитала?
6. Что такое «производительность труда»?
7. Какова роль производительности труда в экономике?
8. Раскрыть содержание и взаимосвязи факторов роста производительности труда (см. схему 5).
9. Что означает «экономическая эффективность»?

### Тесты

1. Характеризуют показатели экономическую Эффективность  
А) прибыль предприятия;  
Б) рентабельность продукции;  
В) производительность труда;  
Г) фондоотдача;  
Д) себестоимость продукции;  
Е) правильно а) и б);  
Ж) правильно г) и д);  
З) правильно а), б), в) и г).
2. Анализ эффективности предпринимательской деятельности предприятия позволяет:  
А) оценивать результативность экономической деятельности предприятия;  
Б) определять производительную мощность предприятия;  
В) учитывать факторы, воздействующие на величину прибыли;  
Г) находить оптимальные пути решения проблем предприятия.
3. Выработка что представляет собой:  
А) затраты труда на выпуск продукции;  
Б) общее количество произведенной продукции в единицу рабочего времени;  
В) правильно а) и б).
4. Производительность труда означает:

- А) выработка продукции в единицу времени;
- Б) затраты труда на единицу продукции;
- В) плодотворная деятельность людей, которая определяется показателями выработки и трудоемкости.

5. Понятие «трудоемкость» означает:

- А) затраты труда на единицу продукции;
- Б) затраты материальных средств на единицу труда.

### **Задачи:**

1. Определите выработку продукции на одного работающего в натуральном и денежном выражении на основе следующих данных:

- 1) годовой объем выпуска продукции предприятия – 200 тыс. шт.;
- 2) годовой объем валовой продукции 2 млн. руб.;
- 3) среднесписочное число работающих на предприятии – 500 чел.

Решение: выработка на одного работающего в натуральном выражении 400 шт. ( $200000/500$ ); в денежном выражении 4000 руб. ( $2000000/500$ ).

2. Определите трудоемкость единицы продукции по плану и фактически, а также рост производительности труда на основе следующих данных:

- 1) трудоемкость товарной продукции по плану – 30 тыс. нормочасов;
- 2) плановый объем выпуска в натуральном выражении – 200 шт.;
- 3) фактическая трудоемкость товарной продукции – 26 тыс. нормочасов;
- 4) фактический объем выпуска – 220 шт.

Решение: трудоемкость одного изделия по плану 150 нормочасов: ( $30000/200$ ). Трудоемкость одного изделия фактически 118,2 нормочаса ( $26000/220$ ). Уровень фактической производительности труда составил 126,9 % ( $((150/118,2)*100)$ ), т. е. производительность труда выросла на 26,9 %. Фактическая трудоемкость по сравнению с плановой составила 78,8 % ( $((118,2/150)*100)$ ), т. е. была на 21,2 % ниже плановой.

Расчетные данные свидетельствуют о характеристике производительности труда основных рабочих.

Задание для студентов: придумать аналогичные задачи, решить и объяснить их.

## **ТЕМА IX. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ**

## ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### *Вопрос 1. Налог: понятие, функции, классификация*

«Налоги – это обязательные, индивидуально безвозмездные платежи, взимаемые с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного владения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.» (Налоговый кодекс РФ, ст. 8).

На первое место следует поставить функцию, без которой в экономике, базирующейся на товарно-денежных отношениях, нельзя обойтись. Эта функция налогов – *регулирующая*. Рыночная экономика в развитых странах – это регулируемая экономика. Государственное регулирование осуществляется финансово-экономическими методами воздействия государства на интересы людей, предпринимателей с целью направления их деятельности в нужном, выгодном обществе аспекте. В частности, манипулируя налогами, можно скорректировать отраслевую структуру экономики и, например, поддержать развитие малого и среднего бизнеса.

Другая функция налогов – *стимулирующая*. С помощью налогов, льгот и санкций государство стимулирует технический прогресс, увеличение числа рабочих мест, капитальные вложения в расширение производства и др. Стимулирование технического прогресса с помощью налогов проявляется, прежде всего, в том, что сумма прибыли, направленная на техническое перевооружение, реконструкцию, расширение производства товаров народного потребления, оборудование для производства продуктов питания и ряда других, освобождается от налогообложения. Во многих развитых странах освобождаются от налогообложения затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Делается это по-разному. Так, в Германии указанные затраты включаются в издержки производства и тем самым автоматически освобождаются от налогов. В других странах эти затраты полностью или частично исключаются из облагаемой налогом прибыли.

Следующая функция налогов – *распределительная*, или, вернее, *перераспределительная*. С помощью налогов государство перераспределяет часть прибыли предпринимателей, доходов

граждан, направляя ее на развитие производственной и социальной инфраструктуры, на инвестиции в капиталоемкие и фондоемкие отрасли с длительными сроками окупаемости затрат: железные дороги и автострады, добывающие отрасли, электростанции и др. Перераспределительная функция налоговой системы носит ярко выраженный социальный характер. Соответствующим образом построенная налоговая система позволяет придать рыночной экономике социальную направленность, как это сделано в Германии, Швеции, многих других странах. Это достигается путем установления прогрессивных ставок налогообложения, направления значительной части бюджетных средств на социальные нужды населения, полного или частичного освобождения от налогов граждан, нуждающихся в социальной защите.

Наконец, последняя функция налогов – *фискальная*, изъятие части доходов предприятий и граждан для содержания государственного аппарата, обороны страны и той части непроизводственной сферы, которая не имеет собственных источников доходов (учреждения культуры, библиотеки, архивы и др.), либо они недостаточны для обеспечения должного уровня развития – фундаментальная наука, театры, музеи, многие учебные заведения и т.п.

Указанное разграничение функций налоговой системы носит условный характер, так как все они переплетаются и осуществляются одновременно.

Налоги классифицируются по нескольким признакам:

- По объекту налогообложения: *прямые* налоги и *косвенные* налоги. В прямых налогах объектом выступает доход (зарплата, прибыль, процент и т. д., например, подоходный налог, налог на прибыли и т. д.) и стоимость имущества (земля, недвижимость, транспорт, например, налог на недвижимость, транспортный налог). В косвенных налогах объектом налогообложения является движение товаров или услуг (а не чистый доход), поэтому косвенные налоги превращаются в фактические надбавки к цене товаров и тарифам на услуги. К косвенным налогам относятся акцизные платежи и таможенные пошлины.
- По соотношению величины процентной ставки и величины дохода: *прогрессивный*, *регрессивный*, *пропорциональный* налог. Прогрессивный налог предполагает, что с ростом дохода ставка налогообложения возрастает. Регрессивный налог – это когда с ростом дохода

ставки налогообложения уменьшаются. Пропорциональный налог предполагает единую ставку для доходов любой величины.

- В РФ в зависимости от органа, который устанавливает и взимает налоги: *федеральные, региональные, местные*.

Федеральные налоги: налог на добавленную стоимость, акцизы, налог на доходы физических лиц, единый социальный налог, налог на прибыль организаций, налог на добычу полезных ископаемых, водный налог, государственная пошлина, сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов.

Региональные налоги: транспортный налог, налог на игорный бизнес, налог на имущество организаций.

Местные налоги и сборы: земельный налог, налог на имущество физических лиц.

## ***Вопрос 2. Налоговая система России***

В настоящее время в России налогообложение предпринимательской деятельности осуществляется в соответствии со вступившим в силу в январе 2001 года. Налоговым кодексом РФ (первая и вторая части). Налоговый кодекс – это фактически первая попытка организовать налогообложение в России как налоговую систему. Налоговый кодекс определил систему налогов и сборов, взимаемых в бюджеты разных уровней, общие принципы налогообложения, права и обязанности налогоплательщиков, налоговых органов, методы налогового контроля и ответственность за совершение налоговых правонарушений, порядок исчисления и уплаты налогов.

Чтобы система налогообложения была эффективной, она должна обеспечивать равные экономические условия для всех участников производства независимо от доходности, заинтересованность предпринимателя в получении дохода, стимулирование предпринимателя к развитию производства.

Взимание налогов предполагает использование основных принципов налогообложения, которые создают одинаковые правила уплаты обязательных платежей в бюджет:

- Законодательство о налогах и сборах основывается на принципе всеобщности и равенства налогообложения (равенство по отношению



к налогообложению). При установлении налогов учитывается фактическая способность налогоплательщика к уплате налога.

- Налоги и сборы не могут иметь дискриминационный характер и применяться различно исходя из социальных, расовых, религиозных и иных подобных критериев.

- Не допускается устанавливать дифференцированные ставки налогов и сборов, налоговые льготы в зависимости от формы ответственности, гражданства физических лиц или места происхождения капитала.

- Допускается установление особых видов пошлин либо дифференцированных ставок ввозных таможенных пошлин в зависимости от страны происхождения товара в соответствии с Налоговым Кодексом и таможенным законодательством РФ.

- Налоги и сборы должны иметь экономическое основание, не могут быть произвольными. Должны соблюдаться экономичность и эффективность функционирования системы налогообложения.

- Не допускается устанавливать налоги и сборы, нарушающие единое экономическое пространство РФ, в частности, прямо или косвенно ограничивающие свободное перемещение в пределах территории РФ товаров (работ, услуг) или финансовых средств.

- Федеральные налоги и сборы устанавливаются, изменяются или отменяются Налоговым кодексом.

- Налоги и сборы субъектов федерации, местные налоги и сборы устанавливаются, изменяются или отменяются соответственно законами субъектов федерации о налогах и (или) сборах и правовыми актами представительных органов местного самоуправления о налогах и сборах в соответствии с НК РФ.

- Ни на кого не может быть возложена обязанность уплаты налогов и сборов, а также иные взносы и платежи, обладающие признаками налогов или сборов, не предусмотренные законом установленные в ином порядке, чем это определено НК РФ

- При установлении налогов должны быть определены все элементы налогообложения. Акты законодательства о налогах и сборах должны быть сформулированы таким образом, чтобы каждый точно знал, какие налоги (сборы), когда и в каком порядке он должен платить, т. е. определенность и понятность (простота) взимания налога.

- Все неустранимые сомнения, противоречия и неясности актов

законодательства о налогах и сборах толкуются в пользу налогоплательщика (плательщика сборов).

В соответствии с налоговым законодательством налог (сбор) считается установленным лишь в том случае, когда определены налогоплательщики и следующие элементы налогообложения: объект налогообложения; налоговая база; налоговый период; налоговая ставка; порядок исчисления налога; порядок и сроки уплаты налога; налоговые льготы.

*Налогоплательщиками* и плательщиками сборов признаются организации (предприятия) и физические лица, на которых в соответствии с налоговым законодательством возложена обязанность уплачивать соответственно налоги и (или) сборы.

*Объектами налогообложения* могут являться операции по реализации товаров (работ, услуг), имущество, прибыль, доходы, стоимость реализованных товаров (выполненных работ, оказанных услуг) либо иной объект, имеющий стоимостную, количественную или физическую характеристики, с наличием которого у налогоплательщика законодательство о налогах и сборах связывает возникновение обязанности по уплате налога. Каждый налог имеет самостоятельный объект налогообложения, устанавливаемый налоговым законодательством. *Налоговая база* представляет собой стоимостную, физическую или иную характеристику объекта налогообложения.

*Налоговая ставка* представляет собой величину налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы.

*Налоговым периодом* считается календарный год или иной период времени применительно к отдельным налогам, по окончании которого определяется налоговая база и исчисляется сумма налога, подлежащая уплате. Налоговый период может состоять из одного или нескольких отчетных периодов, по итогам которых уплачиваются авансовые платежи.

*Сроки уплаты налогов и сборов* устанавливаются применительно к каждому налогу и сбору. Сроки уплаты налогов и сборов определяются календарной датой или истечением времени, исчисляемого годами, кварталами, месяцами и днями, а также указанием на событие, которое должно наступить или произойти, либо действие, которое должно быть совершено. При уплате налога и сбора с нарушением срока уплаты налогоплательщик (плательщик сбора) уплачивает пени в порядке и на условиях, установленных налоговым

законодательством.

*Порядок уплаты налогов и сборов.* Уплата налогов производится разовой уплатой всей суммы налога либо в ином порядке, предусмотренном НК РФ и другими актами законодательства о налогах и сборах. Уплата налогов осуществляется в наличной или безналичной форме. Подлежащая уплате сумма налога уплачивается (перечисляется) в установленные сроки.

*Льготами* по налогам и сборам признаются предоставляемые отдельным налогоплательщикам и плательщикам сборов предусмотренные законодательством о налогах и сборах преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор либо уплачивать их в меньшем размере.

В соответствии с налоговым законодательством, в частности в соответствии с частью первой Налогового кодекса РФ, налогоплательщики имеют следующие права:

- получать от налоговых органов по месту учета бесплатную информацию о действующих налогах и сборах, законодательстве о налогах и сборах и об актах, содержащих нормы законодательства о налогах и сборах, а также о правах и обязанностях налогоплательщиков, полномочиях налоговых органов и их должностных лиц;
- получать от налоговых органов и других уполномоченных государственных органов письменные разъяснения по вопросам применения законодательства о налогах и сборах;
- использовать налоговые льготы при наличии оснований и в порядке, установленном законодательством о налогах и сборах;
- получать отсрочку, рассрочку, налоговый кредит или инвестиционный налоговый кредит в порядке и на условиях, установленных НК РФ;
- на своевременный зачет или возврат сумм излишне уплаченных либо излишне взысканных налогов, пени, штрафов;
- представлять свои интересы в налоговых правоотношениях лично либо через своего представителя;
- предоставлять налоговым органам и их должностным лицам пояснения по исчислению по уплате налогов, а также по актам проведенных налоговых проверок;
- присутствовать при проведении выездной налоговой проверки;
- получать копии акта налоговой проверки и решений налоговых органов, а также налоговые уведомления и требования об уплате налогов;
- требовать от должностных лиц налоговых органов соблюдения законодательства о налогах и сборах при совершении ими действий в отношении

налогоплательщика;

- не выполнять неправомерные акты и требования налоговых органов и их должностных лиц, не соответствующие НК РФ или иным федеральным законам;
- обжаловать в установленном порядке акты налоговых органов и действия (бездействие) их должностных лиц;
- требовать соблюдения, налоговой тайны;
- требовать в установленном порядке возмещения в полном объеме убытков, причиненных незаконными решениями налоговых органов или незаконными действиями (бездействием) их должностных лиц.

Налоговым законодательством РФ установлены обязанности организаций и физических лиц как налогоплательщиков. Несение налогоплательщиками и плательщиками сборов обязанностей по выполнению законодательства о налогах и сборах является важным условием правильности и своевременности уплаты налогов и сборов.

В соответствии с налоговым законодательством налогоплательщики *обязаны:*

- уплачивать законно установленные налоги;
- встать на учет в налоговых органах;
- вести в установленном порядке учет своих доходов (расходов) и объектов налогообложения;
- предоставлять в налоговый орган по месту учета в установленном порядке налоговые декларации по тем налогам, которые они обязаны уплачивать, а также бухгалтерскую отчетность в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете в Российской Федерации»;
- предоставлять налоговым органам и их должностным лицам в случаях, предусмотренных НК РФ, документы, необходимые для исчисления и уплаты налогов;
- выполнять законные требования налогового органа об устранении выявленных нарушений законодательства о налогах и сборах, а также не препятствовать законной деятельности должностных лиц налоговых органов при исполнении ими своих служебных обязанностей;
- предоставлять налоговому органу необходимую информацию и документы в случаях и порядке, предусмотренном НК РФ;
- в течение четырех лет обеспечивать сохранность данных бухгалтерского учета и других документов, необходимых для исчисления и уплаты налогов, а также документов, подтверждающих полученные

доходы (для организаций – также и произведенные расходы) и уплаченные (удержанные) налоги;

- нести иные обязанности, предусмотренные законодательством о налогах и сборах.

Налогоплательщики – организации и индивидуальные предприниматели – помимо обязанностей, перечисленных выше, обязаны сообщать в налоговый орган по месту учета:

- об открытии или закрытии счетов — в пятидневный срок;
- обо всех случаях участия в российских и иностранных организациях — в срок не позднее одного месяца со дня начала такого участия;
- обо всех подразделениях, созданных на территории РФ, в срок не позднее одного месяца со дня их создания, реорганизации или ликвидации; о прекращении своей деятельности, объявлении несостоятельности (банкротства), ликвидации или реорганизации — в срок не позднее трех дней со дня принятия такого решения.

За невыполнение или ненадлежащее исполнение возложенных на него обязанностей налогоплательщик (плательщик сбора) несет установленную законодательством РФ ответственность.

Современная налоговая система России находится в стадии формирования. Для нее характерно большое количество налогов, сборов, отчислений, лежащих тяжелым бременем на прибыль и доходы предпринимателей. По оценкам экономистов, удельный вес совокупных налоговых выплат в прибыли юридических лиц колеблется от 74 до 85%, что обусловлено не столько ставками налога на прибыль, сколько принятой системой расчета налогооблагаемой базы, из которой не исключаются необходимые для ведения бизнеса расходы. Большую лепту в бремя налогообложения вносят косвенные налоги, особенно НДС, единый социальный налог. Предприниматели при налогообложении сталкиваются со сложностью расчетов налогооблагаемой базы, порой им сложно получить консультацию в налоговых органах.

Несовершенная налоговая система, тяжесть налогообложения хозяйственной деятельности сдерживают экономическое развитие.

### **Вопрос 3. Специальные налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства**

Таблица 12

Показатели упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности

Показатель	Налоговый кодекс РФ
Характер перехода	Добровольный
Налогоплательщики	Индивидуальные предприниматели, любые юридические лица, соответствующие критериям по численности и выручке
Критерии	В течение 9 мес. года, предшествующего переходу, доход от реализации не превысил 15 млн. руб. Остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов не превышает 100 млн. руб. До 100 человек
Объект налогообложения	Доход или доход, уменьшенный на величину расходов
Налоговый период	Календарный год
Отчетный период	Первый квартал, полугодие и девять месяцев календарного года.
Ставки единого налога	6% от дохода 15% от дохода, уменьшенного на величину расходов
Бюджетные распределения средств	В федеральный бюджет – 30%; в бюджеты субъектов РФ – 15%; в местные бюджеты – 45%; в бюджет Федерального фонда обязательного медицинского страхования – 0,5%; в бюджеты территориальных фондов обязательного медицинского страхования – 4,5%; в бюджет фонда социального страхования РФ – 5%
Порядок перехода на упрощенную систему и обратно	На упрощенную систему – только с начала года; предусмотрены критерии и механизм обратного перехода
Упрощенная система в виде патента	Для 69 видов деятельности (при условии отсутствия наемных работников и работников по договорам)

Применение упрощенной системы налогообложения на основе патента разрешается индивидуальным предпринимателям, осуществляющим следующие виды предпринимательской

деятельности:

- 1) ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий из текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий;
- 2) ремонт, окраска и пошив обуви;
- 3) изготовление валяной обуви;
- 4) изготовление текстильной галантереи;
- 5) изготовление и ремонт металлической галантереи, ключей, номерных знаков, указателей улиц;
- 6) изготовление траурных венков, искусственных цветов, гирлянд;
- 7) изготовление оград, памятников, венков из металла;
- 8) изготовление и ремонт мебели;
- 9) производство и реставрация ковров и ковровых изделий;
- 10) ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, ремонт и изготовление металлоизделий;
- 11) производство инвентаря для спортивного рыболовства;
- 12) чеканка и гравировка ювелирных изделий;
- 13) производство и ремонт игр и игрушек, за исключением компьютерных игр;
- 14) изготовление изделий народных художественных промыслов;
- 15) изготовление и ремонт ювелирных изделий, бижутерии;
- 16) производство щипаной шерсти, сырых шкур и кож крупного рогатого скота, животных семейства лошадиных, овец, коз и свиней;
- 17) выделка и крашение шкур животных;
- 18) выделка и крашение меха;
- 19) переработка давальческой мытой шерсти на трикотажную пряжу;
- 20) расчес шерсти;
- 21) стрижка домашних животных;
- 22) защита садов, огородов и зеленых насаждений от вредителей и болезней;
- 23) изготовление сельскохозяйственного инвентаря из материала заказчика;
- 24) ремонт и изготовление бондарной посуды и гончарных изделий;
- 25) изготовление и ремонт деревянных лодок;
- 26) ремонт туристского снаряжения и инвентаря;
- 27) распиловка древесины;
- 28) граверные работы по металлу, стеклу, фарфору, дереву, керамике;

- 29) изготовление и печатание визитных карточек и пригласительных билетов;
- 30) копировально-множительные, переплетные, брошюровочные, окантовочные, картонажные работы;
- 31) чистка обуви;
- 32) деятельность в области фотографии;
- 33) производство, монтаж, прокат и показ фильмов;
- 34) техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств;
- 35) предоставление прочих видов услуг по техническому обслуживанию автотранспортных средств (мойка, полирование, нанесение защитных и декоративных покрытий на кузов, чистка салона, буксировка);
- 36) оказание услуг тамады, актера на торжествах, музыкальное сопровождение обрядов;
- 37) предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты;
- 38) автотранспортные услуги;
- 39) предоставление секретарских, редакторских услуг и услуг по переводу;
- 40) техническое обслуживание и ремонт офисных машин и вычислительной техники;
- 41) монофоническая и стереофоническая запись речи, пения, инструментального исполнения заказчика на магнитную ленту, компакт-диск. Перезапись музыкальных и литературных произведений на магнитную ленту, компакт-диск;
- 42) услуги по присмотру и уходу за детьми и больными;
- 43) услуги по уборке жилых помещений;
- 44) услуги по ведению домашнего хозяйства;
- 45) ремонт и строительство жилья и других построек;
- 46) производство монтажных, электромонтажных, санитарно-технических и сварочных работ;
- 47) услуги по оформлению интерьера жилого помещения и услуги художественного оформления;
- 48) услуги по приему стеклопосуды и вторичного сырья, за исключением металлолома;
- 49) нарезка стекла и зеркал, художественная обработка стекла;
- 50) услуги по остеклению балконов и лоджий;
- 51) услуги бань, саун, соляриев, массажных кабинетов;
- 52) услуги по обучению, в том числе в платных кружках, студиях, на курсах, и услуги по репетиторству;



- 53) тренерские услуги;
- 54) услуги по зеленому хозяйству и декоративному цветоводству;
- 55) производство хлеба и кондитерских изделий;
- 56) передача во временное владение и (или) в пользование гаражей, собственных жилых помещений, а также жилых помещений, возведенных на дачных земельных участках;
- 57) услуги носильщиков на железнодорожных вокзалах, автовокзалах, аэровокзалах, в аэропортах, морских, речных портах;
- 58) ветеринарные услуги;
- 59) услуги платных туалетов;
- 60) ритуальные услуги;
- 61) услуги уличных патрулей, охранников, сторожей и вахтеров;
- 62) услуги общественного питания;
- 63) услуги по переработке сельскохозяйственной продукции, в том числе по производству мясных, рыбных и молочных продуктов, хлебобулочных изделий, овощных и плодово-ягодных продуктов, изделий и полуфабрикатов из льна, хлопка, конопли и лесоматериалов (за исключением пиломатериалов);
- 64) услуги, связанные со сбытом сельскохозяйственной продукции (хранение, сортировка, сушка, мойка, расфасовка, упаковка и транспортировка);
- 65) оказание услуг, связанных с обслуживанием сельскохозяйственного производства (механизированные, агрохимические, мелиоративные, транспортные работы);
- 66) выпас скота;
- 67) ведение охотничьего хозяйства и осуществление охоты;
- 68) занятие частной медицинской практикой или частной фармацевтической деятельностью лицом, имеющим лицензию на указанные виды деятельности;
- 69) осуществление частной детективной деятельности лицом, имеющим лицензию.

Таблица 13

**Показатели системы налогообложения в виде единого налога на  
вмененный доход для отдельных видов деятельности**

Показатель	Налоговый кодекс РФ
Характер перехода	Обязательный
Налогоплательщики	организации и индивидуальные предприниматели
Критерии	Виды деятельности. Розничная торговля – площадь до 150 кв. м, общественное питание – площадь до 150 кв. м, автотранспортные услуги – до 20 автомобилей
Объект налогообложения	вмененный доход, определенный законодательством РФ
Коэффициенты	К1 – устанавливаемый на календарный год коэффициент-дефлятор, рассчитываемый как произведение коэффициента, применяемого в предшествующем периоде, и коэффициента, учитывающего изменение потребительских цен на товары в текущем году; К2 – корректирующий коэффициент базовой доходности, учитывающий совокупность особенностей ведения предпринимательской деятельности, в том числе ассортимент товаров (работ, услуг), сезонность, режим работы, величину доходов, особенности места ведения предпринимательской деятельности, площадь информационного поля электронных табло, площадь информационного поля наружной рекламы с любым способом нанесения изображения, площадь информационного поля наружной рекламы с автоматической сменой изображения, количество автобусов любых типов, трамваев, троллейбусов, легковых и грузовых автомобилей, прицепов, полуприцепов и прицепов-ропусков, речных судов, используемых для распространения и (или) размещения рекламы, и иные особенности;
Ставки единого налога	15%
Налоговый период	квартал
Сроки уплаты	не позднее 25 числа первого месяца следующего налогового периода
Бюджетные распределения средств	в федеральный бюджет – 30%, в бюджеты субъектов РФ – 15%, в местные бюджеты – 45%, в бюджет федерального фонда обязательного медицинского страхования – 0,5%, в бюджеты территориальных фондов обязательного медицинского страхования – 4,5%, в бюджет фонда социального страхования РФ – 5%

Виды деятельности, по которым вводится система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход:

- 1) оказание бытовых услуг, их групп, подгрупп, видов и (или) отдельных бытовых услуг, классифицируемых в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению;
- 2) оказание ветеринарных услуг;
- 3) оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств;
- 4) оказание услуг по предоставлению во временное владение (в пользование) мест для стоянки автотранспортных средств, а также по хранению автотранспортных средств на платных стоянках (за исключением штрафных автостоянок);
- 5) оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов, осуществляемых организациями и индивидуальными предпринимателями, имеющими на праве собственности или ином праве (пользования, владения и (или) распоряжения) не более 20 транспортных средств, предназначенных для оказания таких услуг;
- 6) розничная торговля, осуществляемая через магазины и павильоны с площадью торгового зала не более 150 квадратных метров по каждому объекту организации торговли. Для целей настоящей главы розничная торговля, осуществляемая через магазины и павильоны с площадью торгового зала более 150 квадратных метров по каждому объекту организации торговли, признается видом предпринимательской деятельности, в отношении которого единый налог не применяется;
- 7) розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющей торговых залов, а также объекты нестационарной торговой сети;
- 8) оказание услуг общественного питания, осуществляемое через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей не более 150 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания. Для целей настоящей главы оказание услуг общественного питания, осуществляемых через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей более 150 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания, признается видом предпринимательской деятельности, в отношении которого единый налог не применяется;
- 9) оказание услуг общественного питания, осуществляемых через

объекты организации общественного питания, не имеющие зала обслуживания посетителей;

10) распространение наружной рекламы с использованием рекламных конструкций;

11) размещение рекламы на транспортных средствах;

12) оказание услуг по временному размещению и проживанию организациями и предпринимателями, использующими в каждом объекте предоставления данных услуг общую площадь помещений для временного размещения и проживания не более 500 квадратных метров;

13) оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, не имеющих зала обслуживания посетителей;

14) оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование земельных участков для размещения объектов стационарной и нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания.

**Показатели системы налогообложения в виде единого  
сельскохозяйственного налога**

Показатель	Налоговый кодекс РФ
Характер перехода	Добровольный
Налогоплательщики, критерии	Организации и индивидуальные предприниматели, производящие сельскохозяйственную продукцию, осуществляющие ее первичную и последующую переработку и реализующие эту продукцию, при условии, что в общем доля дохода от реализации сельскохозяйственной продукции составляет не менее 70 %; сельскохозяйственные потребительские кооперативы, у которых доля доходов от реализации сельскохозяйственной продукции собственного производства членов данных кооперативов, включая продукцию первичной переработки, произведенную данными кооперативами из сельскохозяйственного сырья собственного производства членов этих кооперативов, а также от выполненных работ (услуг) для членов данных кооперативов составляет в общем доходе от реализации товаров (работ, услуг) не менее 70 процентов;
Объект налогообложения	Доходы, уменьшенные на величину расходов
Ставки единого налога	6 %
Налоговый период	Календарный год
Отчетный период	Полгода
Сроки уплаты	Не позднее 25 календарных дней со дня окончания отчетного периода

### Контрольные вопросы

1. Что такое налог?
2. Какие функции выполняют налоги в экономике?
3. В чем различие между прямыми и косвенными налогами?
4. Определите прогрессивное, регрессивное и пропорциональное налогообложение.
5. Как классифицируются налоги в зависимости от органа, который их устанавливает и взимает?
6. Что вы понимаете под налоговой системой?

7. Какие принципы положены в основу формирования налоговой системы?
8. В каком случае в соответствии с налоговым законодательством налог (сбор) считается установленным?
9. Какими правами обладают налогоплательщики?
10. Каковы обязанности налогоплательщиков?
11. В чем специфика российской налоговой системы?
12. Почему сформированы специальные режимы налогообложения?
13. Охарактеризуйте упрощенную систему налогообложения.
14. Охарактеризуйте систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход.
15. Охарактеризуйте систему налогообложения в виде единого сельскохозяйственного налога.

## Тесты

1. Налоговый период – это:

- а) период, в течение которого действует данный налог;
- б) период, по истечении которого необходимо уплатить данный налог;
- в) период, за который исчисляется и уплачивается данный налог.

2. Установить соответствие:

Различают группы налогов

1. Прямые налоги:

2. Косвенные налоги:

Отдельные виды налогов

А) Налог на НДС, акцизы;

Б) Подоходный налог, налог на прибыль корпораций;

В) Таможенные пошлины, лицензия;

Г) Имущественный налог, налог с наследства.

3. Если при росте дохода ставка подоходного налога растет, то это ... налог:

- а) пропорциональный;
- б) прогрессивный;
- в) регрессивный.

4. Специальные налоговые режимы вводятся для того, чтобы:

- а) вывести отдельных производителей из системы налогообложения;
- б) облегчить налогообложение для отдельных производителей;
- в) выровнять условия деятельности и стимулировать отдельные виды деятельности к развитию.

5. Единым налогом на вмененный доход облагается:

- а) вид деятельности;
- б) доход;
- в) прибыль;
- г) оборот.

## ТЕМА X. КУЛЬТУРА И ЭТИКЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### *Вопрос 1. Культура предпринимательской деятельности: понятие, признаки*

Становление цивилизованной рыночной экономики в России и ее эффективное развитие требуют не только создания конкурентоспособного производства на основе прогрессивных технологий и форм организации, но и высокого уровня культуры предпринимательской деятельности. В научной литературе культура предпринимательства рассматривается как реальные убеждения и представления о ценностях и как система различных правил, норм, обычаев и т. д., их взаимосвязь с целью перспективного развития. Культура предпринимательства «есть система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев, традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников, стиля руководства данной организационной структуры, показаний удовлетворенности работников условиями труда, уровнем взаимного сотрудничества, идентификации работников с предприятиями и перспективами развития», – пишет В.Д. Козлов в работе «Управление организационной культурой».

Следовательно, культура предпринимательской деятельности определяет стиль взаимоотношений на предприятии (фирме), воздействующей на удовлетворенность работников условиями труда, что, в свою очередь, зависит от взаимного сотрудничества по достижению поставленных целей. Значительным для предпринимательской деятельности является симбиоз культуры предприятия (предпринимателя) и его работников. В рыночной экономике возникает необходимость рассматривать работников в качестве партнеров в деле организации производственной и коммерческой деятельности. Подобный подход способствует развитию и обогащению навыков в руководстве работниками, следовательно, более высокой результативности предприятия (фирмы). Авторы М. Вудкок, Д. Фрэнсис, определяя качество работы руководителя, обратили внимание именно на развитие навыков эффективного руководства и их характеристику [14, с. 127–128].



## Умение руководить

Слабое умение руководить	Высокие навыки руководства
<p>Не принимает во внимание того, что лежит в основе поведения подчиненных.</p> <p>Избегает действий, связанных с наказанием.</p> <p>Следует устаревшему стилю руководства</p> <p>Не имеет представления о воздействиях, влияющих на осуществление им своей роли.</p> <p>Вызывает отрицательное отношение окружающих.</p> <p>Не стремится к ясности.</p> <p>Оставляет работу подчиненных на самотек.</p> <p>Терпит посредственность.</p> <p>Недостаточно системно подходит к анализу работы.</p> <p>Мало делегирует полномочия.</p> <p>Обладает излишне негативным стилем.</p> <p>Пренебрегает возможностью положительно отметить работу подчиненных.</p> <p>Часто не справляется с трудными людьми.</p> <p>Не защищает собственную группу.</p> <p>Терпит плохой вклад в работу.</p> <p>Не способен установить критерий успеха.</p>	<p>Поведение, что лежит в основе поведения подчиненных.</p> <p>Если это требуется, наводит дисциплину.</p> <p>Приспосабливает стиль руководства к переменам в обществе.</p> <p>Понимает, что воздействует на выполнение им своей роли.</p> <p>Развивает добрые отношения с окружающими.</p> <p>Отдает четкие указания.</p> <p>Регулярно анализирует работу подчиненных.</p> <p>Поощряет наилучшие примеры.</p> <p>Системно подходит к анализу работы.</p> <p>Квалифицированно передает полномочия.</p> <p>Избегает слишком частого применения негативного подкрепления.</p> <p>Создает позитивную обратную связь.</p> <p>Устанавливает приемлемые отношения с трудными людьми.</p> <p>Защищает свою группу, если возникает угроза.</p> <p>Ищет способы максимизации вклада в работу сотрудников.</p> <p>Устанавливает критерии успеха.</p>

Прямая ответственность за предприятие, за коллектив работников требует от руководителя культуры поведения, умения раскрывать потенциал и рост самоуважения в определении вклада каждого работника в общее дело, что, в свою очередь, зависит от основных ценностей и убеждений. Ценности, убеждения и поведение должны совпадать. Несовпадение ведет к отрицательному результату. Поэтому систему ценностей, убеждений, правил и конкретное поведение необходимо согласовывать, гармонизировать.

Культура предпринимательской деятельности не является раз и навсегда данной. Она может и должна развиваться, оставляя наиболее результативные традиции в зависимости от изменившихся целей предпринимательской фирмы.

В этой связи предъявляются иные требования к личности предпринимателя. В настоящее время свое значение в определенном смысле теряют такие ценности, как послушание, централизация, иерархия. С перенесением центра тяжести на новаторство в предпринимательской деятельности бизнесмен должен обладать иными личностными качествами, способствующими развитию перспективных направлений предпринимательства в XXI веке.

Изучая мировой информационный рынок, японские предприниматели быстрее и эффективнее других внедряют технологические новинки. В Германии, Франции и Великобритании делается ставка на промышленные технологии, а в США – на высокий интеллектуальный уровень работников, их образование и квалификацию, так как от этого зависит технологический потенциал предпринимательской деятельности. Следовательно, необходимо уметь искать возможности и пользоваться ими, быть инициативным, готовым к риску, работать качественно, брать на себя ответственность. Быть целеустремленным, информированным, наблюдательным, уметь систематически планировать работу, вовлекая в этот процесс других работников. Обладать способностью убеждать людей, уметь устанавливать деловые и личные связи, быть независимым и уверенным в себе.

В экономической мысли выделяются основные признаки культуры организации предпринимательской деятельности. К ним относятся:

- социальность;
- регулирование поведения членов коллектива;
- создание культуры людьми;
- основа – соблюдение традиций;
- познаваемость;
- способность изменяться;
- многогранность;
- постоянное развитие.

В рыночной экономике на возникновение и развитие культуры предпринимательства влияют как рынок, так и общество.

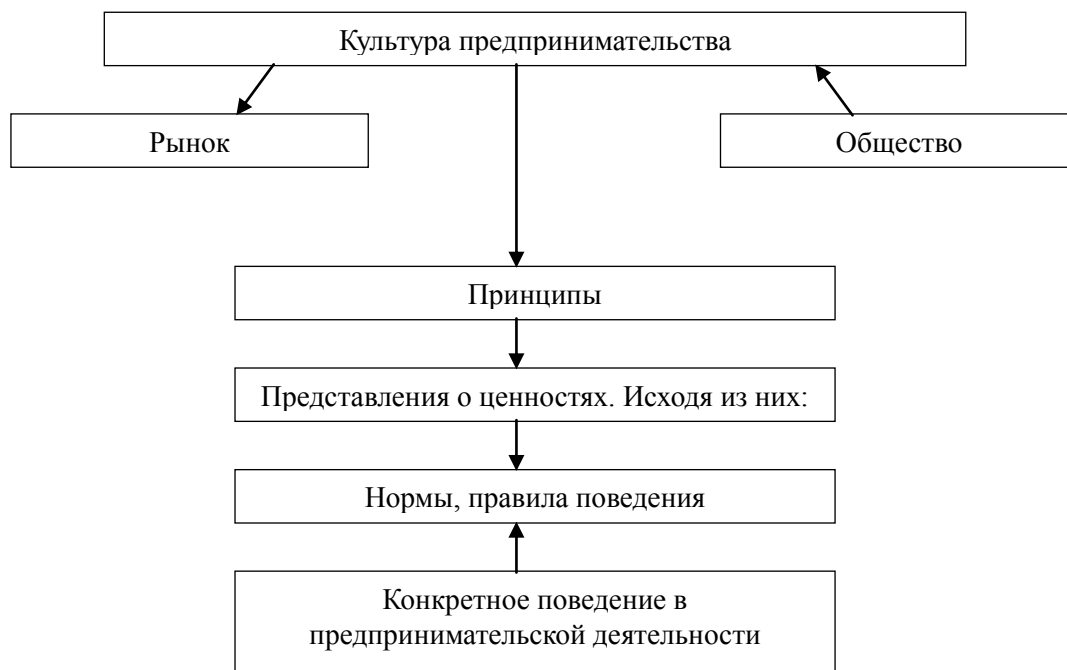


Рис. 12. Культура предпринимательства

Основные принципы, ценности, нормы и правила поведения характерны для всех видов культуры за исключением некоторых особенностей.

Исследуя различные виды культуры, ученые выделяют, например, отраслевые культуры предпринимательства: культуру торговли, культуру выгодных сделок (спекулятивную культуру), инвестиционную культуру и административную.

### ***Вопрос 2. Виды и характерные черты предпринимательской культуры***

Характерные черты каждого вида культуры можно представить в следующей таблице.

## Виды и характерные черты отраслевой культуры

Вид отраслевой культуры	Характерные черты
Культура торговли	Положительные: - быстрая обратная связь; - относительно малый риск; - экспериментальность;
	- коммуникативность, чувство сопричастности покупателя с продавцом; - дух коллективизма и товарищества. Отрицательные: - количество продаваемого товара важнее его качества; - мышление сиюминутного успеха; - меньшая чувствительность связи с фирмой, нежели с коллективом; - высокая текучесть кадров, что отрицательно сказывается на культуре традиций и ее развитии
Культура выгодных сделок (спекулятивная культура)	- быстрая обратная связь от выгодных сделок с ценными бумагами, платежными средствами, сырьем... - быстрое использование представившихся возможностей; - бойцовскость и агрессивность как черты характера; - твердость и соревновательность (конкуренция), немногословность, быстрота; - применяется язык коротких реплик и жестов; - развитость суеверия
Инвестиционная культура	- ориентация на будущее; - высокая степень риска; - осмотрительность, осторожность, терпение и настойчивость – основные черты характера предпринимателя, так как существуют: - неопределенность в условиях минимальной обратной связи; - уважение профессионализма; - верность принятому решению и договоренностям; - взаимозависимость друг от друга, вежливость и обходительность
Административная культура	- аккуратность и основательность сотрудников; - их осторожность, педантичность, придирчивость и в то же время приспособленчество; - продуманность, подстраховка принимаемых решений, длительность по времени; - практическое отсутствие обратной связи о результате; - форма стоит на первом месте, результат – на втором, как правило; - нет четкой взаимосвязи между результатом и вознаграждением; - ассоциации с бюрократизмом, неэффективностью, нередко – с коррупцией, взяточничеством; - повышение по службе, этапы в карьере – поводы для празднования, а не достижение определенных целей.

Следует отметить, что сотрудникам сферы торговли зачастую являются молодые активные люди, привлекательные внешне.

Сферы спекулятивной культуры (сфера моды, косметики, профессионального спорта, рекламы) являются питательной почвой для субкультуры деловых людей. Чаще всего в этой сфере работают молодые.

Инвестиционную культуру обычно связывают с промышленностью, строительством, инвестиционными банками.

С появлением административной культуры люди сталкиваются на предприятиях (фирмах), в общественном обслуживании, административных фирмах, банках, страховых компаниях.

Однако в какой бы сфере деятельности предприниматели (фирмы) ни работали, они должны придерживаться определенных морально-этических норм, которые выработаны веками, оформлены и существуют. Нынешний подход к этому вопросу имеет некоторую специфику, на что обращает внимание Б.А. Райзберг, ссылаясь на учебное пособие по основам предпринимательского дела [6, с. 182]. Этический комплекс цивилизованного предпринимателя и его моральный облик представляется так:

- 1) убежденность в полезности своего труда не только для себя, но и для других, для общества, для государства;
- 2) представление об окружающих людях как желающих и умеющих хорошо работать, стремящихся реализовать себя вместе с предпринимателем;
- 3) вера в бизнес, восприятие его как привлекательного творчества, отношение к бизнесу как к искусству;
- 4) признание необходимости конкуренции при одновременном стремлении к сотрудничеству;
- 5) уважение себя как личности и любой личности – как себя;
- 6) уважение любой собственности, государственной власти, общественных движений, социального порядка, законов;
- 7) доверие по отношению к другим, уважение профессионализма и компетентности других людей;
- 8) признание ценности образования, культуры;
- 9) забота об экологии;
- 10) стремление к нововведениям;
- 11) гуманизм.

Данный кодекс свидетельствует о стремлении совместить в современном предпринимателе деловые качества с

общечеловеческими ценностями, что может положительно воздействовать на предпринимательскую деятельность.

### *Вопрос 3. Деловой этикет*

В предпринимательской деятельности весьма важен этикет. Термин «этикет» имеет французское происхождение, означающее установленный порядок поведения, форм обхождения в каком-либо обществе, в определенной среде. Т.И. Холопова и М.М. Лебедева, разрабатывая вопросы протокола и этикета для деловых людей определили этикет как «... форму, манеру поведения, правила учтивости и вежливости, принятые в том или ином обществе». Сочетание формальных правил поведения в определенных ситуациях со здравым смыслом, рациональностью является особенностью этикета, являющейся весьма полезной в предпринимательской деятельности.

Фирма, предприниматели должны создавать и заботиться о своем имидже, соблюдать правила этикета, которые весьма просты. К ним относятся: вежливость, тактичность, культура речи, предполагающая грамматическую и стилистическую правильность, отсутствие слов-паразитов, вульгаризма. Культура общения предполагает чувство меры, доброжелательность, управление эмоциями, умение здороваться и прощаться и т. д. Иначе говоря, необходимо научиться обладать «умением вести себя в обществе». Для этого нужно соблюдать, как отмечается в учебнике «Предпринимательство», правила корректного поведения:

- правила представления и знакомства;
- правила проведения деловых контактов;
- правила поведения на переговорах;
- требования к внешнему облику, манерам, деловой одежде;
- требования к речи;
- культуру служебных документов и другие элементы предпринимательского этикета, являющегося составной частью предпринимательской этики [7, с. 361].

Практика предпринимательской деятельности показывает, что предприимчивые люди не всегда справляются с умением вести деловую беседу, что связано со знанием деловой риторики,

доходчивостью и грамотностью речи. Необходимо учитывать культурно-образовательный уровень собеседника (собеседников), возраст, профессию, опираться на их знания обсуждаемой проблемы. Недопустим менторский тон. Ценится аргументированность в обсуждении вопросов. Основными качествами речи являются доходчивость и грамотность. Доходчивость требует объяснения незнакомых формулировок (определений), сравнений и примеров.

Требования к грамотности речи заключаются в правильном употреблении слов, их произношении, для чего необходимо чаще обращаться к словарям.

Необходимо избегать многословия, обращения к иностранным словам, и словам – паразитам и сленгу: «ну», «так сказать», «типа», «блин», «вот», «значит».

Совокупность правил поведения предпринимателя, фирмы, которые регулируют деловые отношения и контакты с другими предпринимателями, сотрудниками, конкурентами и представляет собой культуру и этикет предпринимательской деятельности.

### **Контрольные вопросы:**

1. Понятие «культура предпринимательства».
2. Какие навыки слабого и эффективного руководства можно выделить?
3. Каковы основные признаки культуры организации предпринимательской деятельности?
4. Какие виды культуры предпринимательства выделяются учеными? Их характерные черты.
5. Что вкладывает в себя этический комплекс (кодекс) цивилизованного предпринимателя?
6. Что такое «деловой этикет»?
7. Что включают в себя «правила корректного поведения» в предпринимательской деятельности?
8. Каково значение соблюдения культуры и этики в предпринимательстве?
9. Почему важна грамотность речи?

## Тесты:

### Проверка специалистов на способность избегать конфликтов [14, с. 104–106].

1. Представьте, что в общественном транспорте начинается спор. Что вы предпримете?
  - А) Не станете вмешиваться в ссору;
  - Б) Можете вмешаться, встать на сторону потерпевшего;
  - В) Обязательно вмешаетесь и будете до конца отстаивать свою точку зрения.
  
2. На собрании вы критикуете руководство за допущенные ошибки?
  - А) Нет.
  - Б) В зависимости от личного отношения к нему.
  - В) За ошибки критикуете всегда.
  
3. Ваш непосредственный руководитель излагает свой план работы, который вам кажется нерациональным. Предложите ли вы свой план, который кажется вам лучше?
  - А) Если другие вас поддержат, то да.
  - Б) Разумеется, вы будете поддерживать свой план.
  - В) Побойтесь, за критику вас могут лишить премиальных.
  
4. Любите ли вы спорить со своими коллегами, друзьями?
  - А) Только с теми, кто не обижается, и когда споры не портят ваших отношений.
  - Б) Да, но только по принципиальным, важным вопросам.
  - В) Вы спорите со всеми и по любому поводу.
  
5. Кто-то пытается пролезть впереди вас без очереди, как вы себя поведете?
  - А) Считая, что и вы не хуже, тоже попытаетесь обойти очередь.
  - Б) Возмущаетесь, но про себя.
  - В) Открыто высказываете свое негодование.



6. Рассматривается рационализаторское предложение вашего коллеги, в котором есть смелые идеи, но есть и ошибки. Вы знаете, что ваше мнение будет решающим. Как вы поступите?

А) Выскажетесь о положительных и отрицательных сторонах предложения.

Б) Выделите его положительные стороны и дадите коллеге возможность продолжить работу.

В) Станете критиковать за ошибки.

7. Вы встретили подростков, которые курят. Как вы отреагируете?

А) Ничего не скажете.

Б) Сделаете замечание.

В) Отчитаете.

8. В ресторане вы заметили, что официант обсчитал вас. Что вы предпримите?

А) Не дадите чаевых.

Б) Попросите, чтобы он еще раз при вас подсчитал сумму.

В) Это будет поводом для скандала.

9. Администратор в доме отдыха занимается посторонними делами вместо того чтобы выполнять свои обязанности. Возмущает ли вас это?

А) Да, хотя вы думаете, что ваше высказывание мало что изменит.

Б) Находите способ пожаловаться на него.

В) Вымещаете недовольство на младшем персонале.

10. Вы спорите с вашим сыном-подростком и убеждаетесь, что он прав. Признаете ли вы свою ошибку?

А) Нет.

Б) Разумеется, признаете.

В) Какой же у вас авторитет, если вы признаетесь, что были не правы?

## Оценка специалистов на конфликтность [14, с. 106–108]

1. В общественном транспорте начался спор на повышенных тонах. Ваша реакция?
  - А) Не принимаете участие.
  - Б) Коротко высказываетесь в защиту стороны, которую считаете правой.
  - В) Активно вмешиваетесь, чем «вызываете огонь на себя».
  
2. Выступаете ли вы на собраниях с критикой руководства?
  - А) Нет.
  - Б) Только если имеете для этого веские основания.
  - В) Критикуете по любому поводу не только начальство, но и тех, кто его защищает.
  
3. Часто ли спорите с друзьями?
  - А) Только если это люди необидчивые.
  - Б) Лишь по принципиальным вопросам.
  - В) Споры – ваша стихия.
  
4. Очереди, к сожалению, прочно вошли в нашу жизнь. Как вы реагируете, если кто-то полезет в обход?
  - А) Возмущаетесь в душе, но молчите: себе дороже.
  - Б) Делаете замечание.
  - В) Проходите вперед и начинаете наблюдать за порядком.
  
5. Дома на обед подали недосоленное блюдо. Ваша реакция?
  - А) Не будете поднимать бучу из-за пустяков.
  - Б) Молча возьмете солонку.
  - В) Не удержитесь от едких замечаний, и, быть может, демонстративно откажетесь от еды.
  
6. Если на улице, в транспорте вам наступили на ногу, как вы поступите?
  - А) С возмущением посмотрите на обидчика.
  - Б) Сухо сделаете замечание.
  - В) Выскажетесь, не стесняясь в выражениях.

7. Если кто-то из близких купил вещь, которая вам не понравилась, что вы сделаете?

А) Промолчите.

Б) Ограничьтесь коротким тактичным комментарием.

В) Устройте скандал.

8. Не повезло в лотерее. Как вы к этому отнесетесь?

А) Постараетесь казаться равнодушным, но в душе дадите себе слово никогда больше в ней не участвовать.

Б) Не скроете досаду, но отнесетесь к происшедшему с юмором, пообещав взять реванш.

В) Проигрыш надолго испортит настроение.

## Оценка специалиста на этику бизнеса [14, с. 33-34]

Таблица 17

Дайте ответ	Абсолютно согласен	В основном согласен	Не согласен	Совершенно не согласен
1. Скорее всего, работники фирмы не сообщают руководству о своих ошибках и упущениях				
2. Бывает, что менеджер должен в интересах фирмы нарушать условия контрактов, в частности не соблюдать правила безопасности				
3. Не всегда следует соблюдать точность отчетности в расходах, достаточно приблизительных цифр				
4. Иногда можно утаить не самую приятную информацию от начальства				
5. Надо действовать так, как приказывает руководитель, хотя у вас есть сомнения в правильности его действий				
6. В случае необходимости в рабочее время можно заняться и собственными делами				
7. Иногда нужно задержать работника, чтобы проверить его деловые возможности				
8. Клиенту фирмы можно дать доверительную информацию, если это приносит определенные выгоды мне				
9. Можно пользоваться служебной линией связи для решения собственных вопросов, если эта линия свободна				
10. Менеджер ориентируется на конечную цель, поэтому для ее достижения все средства хороши				
11. Если для заключения контракта нужен хороший банкет, нужно сделать хороший банкет				
12. Без нарушения существующих инструкций жить невозможно				
13. Если кассир дает сдачу не полностью, это терпимо				
14. Иногда можно использовать копировальную машинку компании в собственных целях				
15. Можно унести домой с работы кое-что из канцелярских принадлежностей (бумага, картридж, дискеты и др.), принадлежащие компании, ведь я работаю в этой компании				

## ТЕМЫ ДОКЛАДОВ (СООБЩЕНИЙ)

1. История развития российского предпринимательства.
2. Основные формы организации предпринимательской деятельности в экономически развитых странах.
3. Корпоративное предпринимательство в России и за рубежом.
4. ФГП (финансово-промышленные группы) как форма предпринимательской деятельности.
5. Фермерство как предпринимательская деятельность.
6. Как начать свое дело.
7. Теневой бизнес: понятие, структура, пути преодоления.
8. Предпринимательский риск.
9. Экономическая безопасность предпринимательской деятельности.
10. Коммерческая тайна.
11. Роль страхового риска в предпринимательской деятельности.
12. Маркетинг как фактор успешности предпринимательской деятельности.
13. Соотношение понятий «издержки производства» и «себестоимость».
14. Пути снижения издержек производства в условиях современной экономики России.
15. Ценообразующие факторы в рыночной экономике.
16. Ценовая политика фирмы.
17. Роль надбавок и скидок в ценовой политике.
18. Монопольные цены. Регулирование деятельности естественных монополий.
19. Ценообразование на землю и другие объекты недвижимости.
20. Цены на продукцию сельского хозяйства.
21. Банковское кредитование предпринимательской деятельности.
22. Развитие лизинговых отношений в современной российской экономике.
23. Франчайзинг в западной и российской экономике.
24. Факторы максимизации прибыли на предприятии.
25. Рентабельность и факторы ее повышения.
26. Слагаемые повышения производительности труда на фирме.
27. Основные виды налогов в России.
28. Налоговые льготы в современной российской экономике.
29. Противоречия современной российской системы

налогообложения.

30. Основные правила современного этикета.

31. Психология и технология делового общения.

32. Формы протокольных контактов фирмы с зарубежными партнерами.

## ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Предпринимательство: понятие, функции (разные точки зрения). История развития российского предпринимательства.
2. Предпринимательская деятельность: черты, мотивы, субъекты, классификация.
3. Основные виды предпринимательской деятельности и их характеристика.
4. Венчурное предпринимательство.
5. Малое предпринимательство: понятие, критерии, формы.
6. Место и роль малого предпринимательства в рыночной экономике.
7. Проблемы и государственная поддержка малого предпринимательства в России.
8. Бизнес-план: понятие, цели, характеристика разделов.
9. Предпринимательский риск: понятие и классификация.
10. Виды предпринимательских рисков и потери.
11. Защита от рисков и методы их снижения. Страхование рисков.
12. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности: основной капитал.
13. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности: оборотный капитал.
14. Место и роль человеческого капитала в предпринимательстве.
15. Финансовое обеспечение предпринимательской деятельности: определение, классификация.
16. Источники (формы), условия финансирования предпринимательства.
17. Издержки производства предпринимательской фирмы.
18. Себестоимость продукции фирмы: понятие, структура, виды.
19. Транзакционные издержки.
20. Источники и факторы снижения издержек производства.
21. Цена и ее функции. Цена как тактическое средство.
22. Стратегии и виды цен.
23. Методы расчета цен. Ценовая политика фирмы.
24. Формирование и распределение прибыли на предприятии (фирме).
25. Финансовые результаты предпринимательской деятельности.
26. Налог: понятие, функции, классификация.

27. Налоговая система: принципы налогообложения, условия установления налогов и сборов.
28. Права и обязанности налогоплательщиков.
29. Культура предпринимательской деятельности: понятие, признаки.
30. Виды и характерные черты предпринимательской культуры.
31. Деловой этикет.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Осуществление предпринимательской деятельности – это, с одной стороны, свобода личности, которую обеспечивает рыночная экономика, а, с другой стороны, это условие существования и успешного развития последней. Развитие свободного предпринимательства особенно важно для стран, возвращающихся к рыночной экономике, в частности для России. Население нашей страны отвыкло проявлять свои способности к предпринимательской деятельности, поэтому ему необходимо показать механизм этой деятельности и необходимые условия ее осуществления.

Это особенно значимо для студентов, обучающихся неэкономическим специальностям, так как они в процессе обучения не получают экономических знаний и особенно знаний по организации и оценке успешности бизнеса в том объеме, которые необходим для самостоятельной предпринимательской деятельности. Данную задачу и выполняет представленное учебное пособие.

Освоив данный курс в предложенном объеме, студент, воспользовавшись списком рекомендуемой литературы, может самостоятельно продолжить свое образование в денной области и углубить свои знания, а в дальнейшем и навыки, т. е. он может развиваться и как предприниматель, и как личность, что, безусловно, позволит успешно развивать экономику и страны в целом, и нашего сибирского региона.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ И РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. По состоянию на 06.04.2009 г. – М.: Омега-Л, 2009. – 476 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. По сост. на 10.04.2009 г. – М.: Проспект, Омега-Л, 2009. – 560 с.
3. Колпаков, В.В. Курс предпринимательства в схемах./ В.В. Колпаков. – Новосибирск: Экор, 2001. – 128 с.
4. Грибов, В.Д. Экономика предприятия: практикум / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов – 3-е изд., перераб. и допол. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 336 с.
5. Современная экономика: лекционный курс, многоуровневое учеб. пособие. – Ростов н/Д.: Феникс, 2000. – С. 284.
6. Райзберг, Б.А. Основы бизнеса / Б.А. Райзберг. – М.: Ось-89, 1996 – С. 6, 147, 150.
7. Предпринимательство: учеб. для вузов / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Г.Б. Поляка, проф. В.А. Швандора. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – С. 14, 358.
8. Экономика предпринимательства: курс лекций; учеб. пособие для вузов. – М.: ВЛАДОС, 1999. – С. 42.
9. Ивасаки, И. Правовая форма акционерных обществ и корпоративное поведение в России / И. Ивасаки // Вопросы экономики. – 2007. – № 1. – С. 112–123.
10. Уткин, Э.А. Экономика, рынок, предпринимательство / Э.А. Уткин. – М.: Финансовая академия при правительстве Российской Федерации, 1996. – С. 151.
11. Тарасов, В.И. Ценообразование: учеб. пособие / В.И. Тарасов. – Минск: Книжный дом, 2005. – 256 с.
12. Фомина, И.Б. Ценообразование: 100 экзаменационных ответов. экспресс-справ. для вузов / И.Б. Фомина. – М.: ИКЦ «МарТ» Ростов н/Д.: МарТ, 2006. – 192 с.
13. Экономика предприятия (фирмы): практикум / под ред. проф. О.И. Волкова, проф. В.Я. Позднякова. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 331 с.

14. Вудкок, М. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика: пер. с англ. / М. Вудкок, Д. Фрэнсис. – М.: Дело, 1991. – С. 127–128.
15. Лапуста, М.Г. Предпринимательство: учеб. / М.Г. Лапуста. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 608 с.
16. Томилов, В.В. Культура предпринимательства: учеб. пособие / В.В. Томилов. – СПб.: Питер, 2000. – 176 с.
17. Пирогов, К.М. Основы организации бизнеса: учеб. / К.М. Пирогов, Н.К. Темнова, И.В. Гуськова. – 2-е изд. – М.: КНОРУС, 2007. – 560 с.
18. Невская, М.А. Малое предпринимательство. Взаимоотношения с финансовыми и налоговыми органами: практ. пособие / М.А. Невская, К.В. Сибикеев – М.: Дашков и К, 2009. – 232 с.
19. Бобков, Л.В. Экономика организации (предприятия, фирмы). учеб. / Л.В. Бобков, А.И. Базилевич, О.В. Антонова. – М.: Вуз. учеб., 2008. – 536 с.
20. Лебедева, Н.Н. Экономика предпринимательства: учеб. пособие / Н.Н. Лебедева, Ю.Ф. Симионов, А.А. Гусев. – М.: Феникс, 2008. – 315 с.
21. Кемпбелл, К. Венчурный бизнес. Новые подходы/ К. Кемпбелл. – М.: Альпина, 2008. – 428 с.
22. Малое предпринимательство в России: стат. сб. – М.: Росстат, 2008. – 164 с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

#### ***К тесту «Проверка специалистов на способность избегать конфликтов»***

##### *Оценка результатов*

За ответы на вопросы начисляются баллы:

А) – 4 балла;

Б) – 2 балла;

В) – 0 баллов.

**30–40 баллов.** Вы тактичны, не любите конфликтов, избегаете критических ситуаций. Если вам приходится вступать в спор, вы учитываете, как это отразится на вашем служебном положении при приятельских отношениях. Вы стремитесь быть приятным для окружающих, но когда им требуется помощь, вы не всегда решаетесь ее оказать, тем самым вы можете потерять уважение к себе в глазах других.

**15–29 баллов.** О вас говорят, что вы – конфликтная личность. Вы настойчиво отстаиваете свое мнение, невзирая на то, как это повлияет на ваши служебные отношения. За это вас уважают.

**14 и менее.** Вы ищете поводов для споров, которые большей частью излишни, мелочны, любите критиковать, навязывать свое мнение, даже если не правы.

**К тесту «Оценка специалистов на конфликтность»**

*Оценка результатов*

За ответы на вопросы начисляются баллы:

А) – 4 балла;

Б) – 2 балла;

В) – 0 баллов.

**22–32 балла.** Вы тактичны и миролюбивы, ловко уходите от споров и конфликтов, избегаете критических ситуаций на работе и дома. Изречение «Платон мне друг, но истина дороже» – никогда не было вашим девизом. Может быть, поэтому вас иногда называют приспособленцем. Наберитесь смелости и, если обстоятельства сложились так, что необходимо, чтобы вы высказали свое мнение, сообщите его, невзирая на лица.

**12–20 баллов.** Вы слывете человеком конфликтным. Но на самом деле конфликтуете лишь тогда, когда нет иного выхода и другие средства исчерпаны. Вы твердо отстаиваете свое мнение, не думая о том, как это отразится на вашем служебном положении или приятельских отношениях. При этом не выходите за рамки корректности, не унижаетесь до оскорблений. Все это вызывает к вам уважение.

**До 10 баллов.** Споры и конфликты – это воздух, без которого вы не можете жить. Любите критиковать других, но, если слышите замечания в свой адрес, можете «съесть живьем». Ваша критика – ради критики, а не для пользы дела. Очень трудно приходится тем, кто рядом с вами – на работе и дома. Ваша несдержанность и грубость отталкивают людей. Не поэтому ли у вас нет настоящих друзей? Словом, постарайтесь перебороть свой вздорный характер!

**К тесту «Оценка специалистов на этику бизнеса»**

*Оценка результатов*

Ответы соответствуют:

Абсолютно согласен	- 0 баллов
В основном согласен	- 1 балл
Не согласен	- 2 балла
Совершенно не согласен	- 3 балла

5 баллов	- как бы не «упасть в пропасть»
6–10 баллов	- необходимо ваше моральное совершенствование
11–15 баллов	- средний этический уровень
16–26 баллов	- вполне приемлемо
27–35 баллов	- у вас высокий уровень этики
36 и более баллов	- этика ваша – выше всяких похвал

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Учебно-методическое пособие*

Горбатовская Мария Павловна

Леонидова Алла Ивановна

Шадрин Виктор Константинович

Редактор Л.М. Убиенных

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 24.49.04.953.П. 000381.09.03 от 25.09.2003 г.

Подписано в печать 4.05.2010. Формат 60x84/16. Бумага тип. № 1.

Печать – ризограф. Усл. печ. л. 10,5 Тираж 153 экз. Заказ № 458

Издательство Красноярского государственного аграрного университета  
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117