

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
шпаргалка

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Бизнес и предпринимательство. Понятие и сущность	1аб	38. Объединения предпринимателей. Ассоциативные формы организации бизнеса	38аб
2. Основные признаки и черты предпринимательства	2аб	39. Источники финансирования бизнеса	39аб
3. Факторы предпринимательской деятельности	3аб	40. Бухгалтерский учет и баланс	40аб
4. Формы предпринимательства	4аб	41. Доходы и расходы в бухгалтерском балансе	41аб
5. История российского предпринимательства	5аб	42. Финансовый анализ деятельности фирмы	42аб
6. Ресурсы, факторы и результаты бизнеса	6аб	43. Бизнес и цены	43аб
7. Новые подходы к проблеме повышения эффективности предпринимательства	7аб	44. Ценообразование	44аб
8. Виртуальный бизнес	8аб	45. Риск: понятие и виды	45аб
9. Частное, коллективное, государственное предпринимательство	9аб	46. Факторы риска, их структура	46аб
10. Производственное предпринимательство	10аб	47. Оценка риска	47аб
11. Торговое предпринимательство	11аб	48. Способы снижения риска	48аб
12. Финансовое предпринимательство	12аб	49. Бизнес и мораль	49аб
13. Страхование предпринимательства	13аб	50. Морально-этический кодекс цивилизованного предпринимателя	50аб
14. Посредническое предпринимательство	14аб	51. Культура предпринимательства	51аб
15. Агентские посредники	15аб	52. Правила ведения переговоров с иностранцами	52аб
16. Бизнес-операция: понятие, сущность, составляющие	16аб	53. Деловая переписка, выставки, презентации	53аб
17. Схема ресурсного обеспечения бизнес-операции	17аб	54. Служебный этикет	54аб
18. Денежный расчет бизнес-операции	18аб	55. Проведение официальных и неофициальных приемов	55аб
19. Значение бизнес-плана в предпринимательской деятельности	19аб	56. Правила общения	56аб
20. Раздел бизнес-плана. Фирма, ее бизнес	20аб		
21. Предпринимательский продукт: понятие и сущность	21аб		
22. Анализ рынка	22аб		
23. Маркетинг	23аб		
24. Цена как элемент маркетинга	24аб		
25. Организация управления производством	25аб		
26. Финансовые ресурсы и их источники	26аб		
27. Эффективность использования финансовых средств	27аб		
28. Юридические и экономические аспекты собственности	28аб		
29. Формы организации бизнеса	29аб		
30. Хозяйственные товарищества	30аб		
31. Полное товарищество	31аб		
32. Индивидуальное предпринимательство	32аб		
33. Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	33аб		
34. Акционерные общества	34аб		
35. Общества с дополнительной ответственностью, командные товарищества	3аб		
36. Кооперативы. Муниципальные и унитарные предприятия	36аб		
37. Общественные и религиозные организации	37аб		

**1а****1. Бизнес и предпринимательство.  
Понятие и сущность**

**Бизнес и предпринимательство** — одни из главных элементов рыночной экономики, без них государство не может интенсивно развиваться. Бизнес и предпринимательство влияют на темпы экономического роста государства, структуру, объем и качество валового национального продукта.

В последнее время такие понятия, как «бизнес» и «предпринимательство», стали смешиваться и утрачивать свой первоначальный смысл.

Одно из самых распространенных на сегодняшний день определений говорит, что бизнес — это любая деятельность, направленная на получение прибыли, осуществляемая путем реализации пользующихся спросом товаров и услуг.

Однако существуют и другие определения, более адаптированные к реальным условиям, например: бизнес — это предпринимательская деятельность, которая ведется субъектами рыночной экономики и государственными органами за счет собственных или заемных средств под свою ответственность и главными целями которой являются получение прибыли и развитие собственного предприятия.

Предпринимательство или предпринимательская деятельность — самостоятельная деятельность граждан и их коопераций, связанная с риском, осуществляемая под свою ответственность, направленная на получение дохода от использования имущества, реализации товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, в соответствии с законом.

Разделить эти понятия сложно, поскольку они равнозначны, однако, безусловно, имеются отличия.

**2а****2. Основные признаки  
и черты предпринимательства**

**Предпринимательство** играет ключевую роль в становлении и развитии рыночных отношений. Мировой опыт показывает, что чем больше возможностей для своей деятельности у отдельных предпринимателей, тем более высокими темпами развития экономики страны. Поэтому очень важно формирование благоприятных условий в стране для развития предпринимательской деятельности.

Предприниматели сталкиваются в своей практической деятельности как с экономическими, так и с организационно-правовыми трудностями. Предпринимательская деятельность имеет две стороны — экономическую и правовую.

С экономической точки зрения предпринимательство играет определенную роль в развитии экономики любой страны. Предприниматели по Шумпетеру — это «хозяйственные субъекты, осуществляющие новые комбинации в своей деятельности». Функция предпринимателей состоит в реализации нововведений, играющих значительную роль в развитии экономики.

Новшества включают внедрение прогрессивных технологий, новых продуктов, освоение новых источников энергии и сырья, поиск рынков сбыта с дефицитом товаров, применение современной кадровой политики и систем оплаты труда, введение организационных новшеств и т. п.

Следовательно, в экономическом аспекте предпринимательство — это инновационная деятельность, а самого предпринимателя можно рассматривать как носителя новаторской идеи.

**3а****3. Факторы предпринимательской  
деятельности**

Предпринимательством в принципе может заниматься каждый, так как это общедоступный вид деятельности, однако не у каждого человека есть возможности и способности к предпринимательству. По российскому законодательству предпринимателем может быть любой гражданин, способный действовать.

Предпринимательская деятельность может идти в двух направлениях:

- 1) непосредственное производство какого-либо товара, продукта или услуги;
- 2) осуществление посреднических функций по продвижению товара от производителя к потребителю.

**Факторы предпринимательской деятельности** — это все то, что использует предприниматель в своей деятельности, сюда относятся и средства производства, и обращение товаров в виде людских ресурсов, материальных средств, информации и финансов, задействованных в производстве, требующих транспортировки.

Частично эти факторы имеются у самого предпринимателя.

Если же у предпринимателя такие факторы отсутствуют, то есть возможность приобрести эти факторы у их правообладателей (собственников) за определенную стоимость; с их помощью предприниматель производит и продает товар потребителю.

Если факторы и есть необходимые потребителю товары, то предприниматель выступает в роли посредника-перекупщика.

**4а****4. Формы предпринимательства**

Успех предпринимательской деятельности связан с правильным выбором ее формы, особенно организационно-правовой, поскольку это напрямую влияет на эффективность предприятия. На современном этапе в России этот вопрос стоит довольно остро при переходе к предпринимательскому типу хозяйствования. Существенным недостатком, который сильно затормаживает создание и развитие предпринимательства, является слабая законодательно-нормативная база. Малым и впервые создаваемым организациям в этом плане легче; сложнее складывается ситуация с крупными, особенно приватизированными предприятиями. Разрастающийся бюрократический аппарат ставит все новые и новые преграды на пути предпринимателей. Выбор формы предпринимательства в любом случае будет стоять перед конкретным управленцем. Эффективны те формы предпринимательства, которые в определенных условиях позволяют максимально выгодно использовать финансовые и материальные ресурсы, производственную и социальную инфраструктуру, трудовые, интеллектуальные и природные ресурсы, существующие экономические и рыночные отношения.

По форме собственности бывают личные, частные (в том числе частно-коллективные), государственные, муниципальные и смешанные предприятия. Различают еще и несколько видов предпринимательства, единой классификации нет. Также предпринимательство делят по масштабам на малое, среднее и крупное (корпоративное); рассматривают по широте территориального охвата (местное, региональное, общегосударственное и межгосударственное) и по отраслевой

**26** Содержание сущности предпринимателя и предпринимательской деятельности менялось с историей становления товарно-рыночных отношений, развитием обмена, производством новых видов товаров и распределением товаров и услуг; важное значение имеет также развитие научно-технического прогресса.

Предприниматель, помимо желания получить максимально возможную прибыль, своей целью также ставит налаживание производственного процесса, постоянное возобновление производственных циклов. Поэтому для достижения поставленных целей необходимо быстро реагировать на все, даже незначительные изменения на рынке, и следить за настроениями потребителя. Предпринимательство — это не всякий бизнес, это особая форма хозяйствования, которой присуще все новое, в то время как бизнес — это деятельность в сфере производства товаров и услуг, распределения и реализации товаров и услуг без инноваций, без инициативы содействия применению новых научно-технических разработок. Таким образом из года в год производится один и тот же продукт, его сбыт осуществляется на тех же самых рынках, несмотря на то, что спрос падает, а интерес к продукту угасает, реализация происходит по классической установившейся схеме.

Выделяют 4 главные сферы предпринимательства:

- 1) производственную;
- 2) коммерческую;
- 3) финансовую;
- 4) сферу потребления.

**46** направленности (промышленное, аграрное, строительное, транспортное, торговое и т. д.).

Краеугольный камень — организационно-правовые стороны предпринимательства. В последнее время в классической структуре произошли некоторые изменения — она расширилась.

Выбор формы хозяйственной деятельности определяется размерами капитала и ответственностью предпринимателя за результаты своей деятельности.

Большое значение здесь имеют такие факторы, как масштаб предполагаемой деятельности, ее виды, отраслевая направленность, экономическая ситуация в стране и в данном регионе, политика государства и социальная структура общества.

Все это необходимо учитывать и просчитывать при составлении бизнес-плана. Только комплексный учет всех факторов и условий помогает дать ответ на вопрос, какая из организационно-правовых форм будет максимально эффективной для данной организации.

**16** Бизнес, как и предпринимательская деятельность, делится по размерам своей реализации на крупный, средний и малый.

Они отличаются существенно и в объемах производства, и в размерах основных фондов, и в трудовых и финансовых ресурсах. Крупный бизнес — это одна из основ современной экономики, а мелкое и среднее предпринимательство — важный показатель ее состояния и развития.

Предпринимательство как основа бизнеса предполагает собственное дело, что всегда связано с опасностью потерять его и лишиться затраченных материальных и интеллектуальных ресурсов.

Для интенсивного развития бизнеса и предпринимательства необходимы определенные условия и факторы:

- 1) предпринимательская способность, личные интересы, созидательные идеи, выгоды;
- 2) существование свободного места на рынке или вероятность расширения рынка;
- 3) возможность увеличения прибыли;
- 4) способность экономно использовать ресурсы, введение новшеств;
- 5) возможность предсказания кризисных ситуаций и путей их разрешения.

**36** В результате предпринимательской деятельности осуществляются поставленные предпринимателем цели. Основными целями предпринимательской деятельности являются:

- 1) получение прибыли от затраченных на ту или иную деятельность за определенный период времени капитала, финансовых, ресурсных и материальных средств;
- 2) удовлетворение потребительского спроса, его конкретных потребностей.

Безусловно, целей гораздо больше и в широком смысле можно говорить о следующих целях:

- 1) накопление денежных средств для расширения производства, для завоевания новых рынков сбыта и увеличения капитала;
- 2) стимулирование мотивации сотрудников, увеличение заинтересованности, повышение производительности труда;
- 3) ориентирование спроса покупателей на данную продукцию.

Для достижения целей определяются и решаются конкретные задачи предпринимательской деятельности в соответствии с политикой предприятия. Цель организации формирует направление и методы предпринимательской деятельности. Задачи предпринимательской деятельности и их решение, которые ведут к достижению поставленных целей, можно разделить на два направления:

- 1) комплекс задач, осуществление которых положительно влияет на успех новаторской деятельности предпринимателя;
- 2) комплекс мер по увеличению эффективности процессов производства или посреднической деятельности.

**5а****5. История российского предпринимательства**

**Российское предпринимательство** в своем развитии за последние 10 лет уже прошло два этапа и находится накануне вхождения в новый, третий, этап. Первый (наиболее яркий) происходил еще в условиях бывшего СССР в конце 1980-х гг. Выделялись огромные льготы всех видов, различные субсидии, в том числе за счет средств госбюджета. Так как условия были созданы довольно благоприятные, шло очень быстрое и легкое накопление капиталов, стали развиваться производство дефицитных товаров широкого потребления и сфера всевозможных и столь же дефицитных тогда бытовых услуг, розничной торговли, общественного питания и т. д.

Второй этап условно начинается в 1992 г., году шокотерапии, который характеризовался самыми высокими с середины 1980-х гг. темпами роста числа малых предприятий (в 2,1 раза) и численности работников этих организаций. Такой факт носит феноменальный характер, поскольку осуществленная тогда либерализация цен и введение налогового прессинга сильно подорвали финансовую базу малого предпринимательства. Огромные темпы роста инфляции привели к обесцениванию сбережений населения и, как следствие, снижению покупательной способности и резкому увеличению процентных ставок банковского кредита. Инвестиционная деятельность находилась в ступоре, эта задача не теряет актуальности до сих пор.

Активный рост частного предпринимательства в 1992 г. обусловлен бурным развитием именно торгово-посреднического бизнеса, что в свою очередь ста-

**6а****6. Ресурсы, факторы и результаты бизнеса**

В бизнесе скрыт огромный потенциал для интенсивного развития экономики и общества в целом. Характерной особенностью бизнеса является высокая экономичность в использовании всех видов ресурсов и постоянное стремление к минимизации потерь, обеспечению их наиболее рациональных для данных условий пропорций — ведь предприятие не располагает лишним оборудованием, избыточными запасами сырья и материалов, лишней рабочей силой. Данный фактор — одно из важнейших обстоятельств достижения динамичных показателей экономики в целом.

Таким образом, в целом для экономики страны значение бизнеса невозможно переоценить, а его влияние на различные стороны общественного воспроизводства очень весомо.

Особую роль для отдельно взятой страны играет малый бизнес как ведущий сектор, который определяет темпы экономического роста, структуру и качественный состав валового национального продукта. Однако значение имеют не только количественные показатели; этот фактор, в принципе, является типично рыночным и лежит в основе современной рыночной инфраструктуры.

Основные преимущества и характерные черты малого бизнеса:

- 1) мобильность, возможность принятия более гибких, своевременных и оперативных решений;
- 2) ориентация производителей в основном на региональные и местные рынки;
- 3) поддержание уровня занятости населения и создание новых рабочих мест;

**7а****7. Новые подходы к проблеме повышения эффективности предпринимательства**

Эффективность предпринимательства характеризуется полным и грамотным использованием ресурсов для достижения поставленных целей.

**Проблема эффективности предпринимательства** существует как на уровне отдельно взятого предприятия, так и в рамках всей хозяйственной системы, когда можно говорить и об эффективности экономики в целом.

Здесь речь идет о снижении издержек производства и максимальной в таких условиях прибыли.

При оценке эффективности рыночной экономики важную специфику ей придает инфляция, которая приводит предприятия к кризисным ситуациям, искажая все данные об их состоянии, что грозит неверными управленческими решениями.

В итоге повышение эффективности сводится к максимизации прибыли при снижении издержек на фоне повышения производительности труда с использованием достижений научно-технического прогресса.

Важную роль в повышении эффективности предпринимательства играет исследование рынка. Подобные данные принимаются за основу при выборе стратегии и деятельности предпринимателей. Чтобы выйти победителем в конкурентной борьбе, обеспечить конкурентоспособность производимой продукции и снизить предпринимательские риски, сегодня недостаточно изучать, прогнозировать и учитывать покупательский спрос.

Необходимо подстраиваться под постоянно меняющиеся вкусы потребителя.

**8а****8. Виртуальный бизнес**

Современный бизнес не может успешно развиваться без информации, используется огромное количество средств связи. От офиса любой организации тянется множество проводов, по которым осуществляется передача самой разнообразной информации, как правило, в цифровом и голосовом виде.

**Internet** — одна из популярнейших систем для продажи информации и рекламы. Распространенность и интерес к ней с каждым годом только увеличиваются, причем огромными темпами. Эта система позволяет устраивать прибыльный бизнес, открывает новые возможности получения дохода.

Большинство экспертов соглашаются: Internet — бизнес XXI в.; но в России он пока только набирает обороты. Особой популярностью на сегодняшний день пользуются информационные брокеры, Web-дизайнеры и другие направления. Именно сейчас появляются шансы для многих организаций, чтобы воспользоваться открывающимися возможностями.

Еще год назад в ряде передовых российских компаний начали обсуждаться чисто теоретически вопросы о том, является ли электронная торговля жизнеспособной коммерческой средой. Нельзя сказать, что за последние несколько лет произошли какие-то глобальные изменения. Хотя численность Интернет-магазинов и различного рода фирм, торгующих в Интернете, увеличилась, недоверие большего числа пользователей к их деятельности осталось. Это в свою очередь является существенной проблемой и тормозит развитие данной отрасли.

На сегодняшний день в России электронный магазин — не слишком прибыльное предприятие. Его вер-

**64** 4) выполнение вспомогательных функций по отношению к крупным предприятиям;

5) малый первоначальный объем инвестиций.

Большую активность в области инноваций проявляют венчурные фирмы, которые довольно успешно могут создавать конкуренцию крупным, добиваясь ускоренных темпов внедрения научно-технических новшеств. Мелкие фирмы с их мобильностью и новаторскими решениями в условиях конкуренции новых товаров нашли свое место в системе хозяйствования.

Они занимают разработками нововведений, отдавая крупным фирмам лишь капиталоемкие стадии промышленного производства. Используемые достижения научно-технического прогресса позволяют быстро подключиться к наукоемким отраслям при отсутствии большого капитала.

Мелким фирмам приходится работать в условиях сильной рыночной конкуренции, с которой не все способны справиться. В большинстве случаев (около 90%) фирмы разоряются не из-за нехватки финансов или нерациональной технологии, а из-за отсутствия управленческих знаний, которые необходимы для принятия грамотных решений в рыночных условиях. Причинами неудачи могут стать: некомпетентность или нехватка опыта в области коммерции и финансовых операций, в поставках, производстве и управлении, малые объемы продаж, жесткая конкуренция, слишком большие издержки производства.

**86** нее рассматривать как рекламу, имиджевое дополнение к «физически» существующим магазинам, т. е. привлечение внимания потенциальных потребителей, заказчиков, партнеров, спонсоров и демонстрация компетентности фирмы в своей области. Когда потенциальный покупатель заинтересован, к работе с ним подключаются менеджеры, в компетенцию которых и входит продажа товара конкретному человеку. Цены и новинки являются важнейшими элементами движущей силы покупательского спроса. Реклама сегодня — довольно долгий и дорогой процесс, который не всегда окупает затраты. На сегодняшний день многие организации стали делать упор не на классическую навязчивую рекламу, а на маленькие частые напоминания даже не о товаре, а о своей фирме. В этом плане Интернет незаменим для любой организации. Причем эта информация на виду у пользователя круглосуточно. Для компаний (как мелких, так и крупных) важное значение имеет работа по формированию постоянной клиентской базы. В любое время без проволочек потенциальный покупатель может:

- 1) связаться с фирмой;
- 2) получить консультацию по интересующим его вопросам или информацию о наличии товара;
- 3) сделать заказ и получить счет.

При обеспечении подобных условий вероятность того, что его покупка состоится именно здесь, повышается.

В таком аспекте роль круглосуточно доступного виртуального магазина увеличивается.

**56** ло ответной реакцией на подрыв первоначальной финансовой базы.

Только к 1995 г. все четче стали проявляться закономерности цивилизованной рыночной экономики. В экономической жизни России стала прослеживаться тенденция к началу рыночной концентрации капиталов, что было ново для того времени. Набирает обороты процесс поглощения предприятий, часто наиболее рентабельных. В этом смысле на данном этапе российских реформ также происходит снижение численности предпринимательских проектов.

Замедление создания и развития новых предприятий объясняется еще и тем, что вступил в силу в экономическом и социальном плане такой негативный мощный фактор, влияющий на увеличение числа предприятий, как рост безработицы, особенно по неофициальным данным.

Можно констатировать, что в 1994—1995 гг. проводимая российским правительством политика умеренно мягкой финансовой стабилизации, с одной стороны, сопровождалась значительным замедлением темпов роста количества частных предприятий, но, с другой стороны, хорошо просматривался санационный эффект. В России стала зарождаться совершенно иная экономическая ситуация, в которой частный сектор начал играть роль, характерную для предпринимательства в нормальной рыночной экономике.

**76** Оценка функционирования фирмы проводится по показателям эффективности и зависит от целей анализа:

- 1) стратегические цели;
- 2) тактические цели;
- 3) задачи планирования;
- 4) прочие цели руководства.

На этапах инвестирования производства, разработки бизнес-плана и реализации продукции предприятия существуют различные аспекты применения факторов производства и поэтому система показателей эффективности их использования сложна и многостороння.

Обобщающие показатели эффективности производственной деятельности фирмы в целом определяются сопоставлением объема всех материальных ресурсов и конечного результата ее деятельности: рентабельность капитала (активов) организации, оборачиваемость всего капитала, издержки на единицу готовой продукции, рентабельность производства и среднегодовая стоимость основных и оборотных фондов. Наиболее обобщающим показателем является рентабельность всего капитала.

Она отражает прибыль организации на один рубль затраченных средств. Этот показатель наиболее объективен, его также называют нормой прибыли или показателем окупаемости средств. Отслеживание изменения данного показателя и причин, вызывающих подобные перемены, является главной задачей работы администрации предприятия.

<p><b>9а</b> <b>9. Частное, коллективное, государственное предпринимательство</b></p> <p>Предпринимательская деятельность классифицируется по различным признакам: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым и экономическим формам, степени использования наемного труда и другим показателям.</p> <p>В условиях монополистической конкуренции при сложном, требующем вливаний огромных капиталов и энергоемком производстве сами монополии заинтересовались в усилении регулирующей роли государства, в поддержке с его стороны, обеспечении с его помощью выхода на новые внутренние и внешние рынки. Рыночный механизм не в силах решить все трудности, связанные с обороной, наукой, экологией, воспроизводством рабочей силы и, в конечном счете, с общим экономическим ростом страны.</p> <p>Государственное предпринимательство берет на себя управление в тех случаях, когда требуются огромные капитальные вложения средств, срок отдачи велик и риски высоки. Здесь и выплывает основное отличие от частного предпринимательства: первоочередная цель государственного предпринимательства — не получение прибыли, а решение социально-экономических задач.</p> <p>Однако <b>частное предпринимательство</b> по объективным причинам развивается более быстрыми темпами, чем государственное.</p> <p><b>Государство</b> может регулировать рыночные отношения только тогда, когда в его руках находятся мощные экономические рычаги управления.</p> <p>Государство влияет на рыночный механизм через:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) свои расходы;</li> </ol>	<p><b>10а</b> <b>10. Производственное предпринимательство</b></p> <p><b>Производственное предпринимательство</b> является одним из ведущих видов предпринимательства. Здесь осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказываются услуги, создаются определенные ценности. Функция производства в этом виде предпринимательства является основной, определяющей, а сопровождающие функции имеют дополняющее значение (хранение, транспортировка, сбыт и др.). К производственному предпринимательству относятся инновационная и научно-техническая деятельность, непосредственное производство товаров и услуг, использование их в дальнейшем производстве. Каждый предприниматель, готовый заняться производственной деятельностью, сначала должен определить, что конкретно он будет производить. Затем предприниматель ведет маркетинговую деятельность, занимается исследованием рынка и потребительского спроса.</p> <p>Следующий этап деятельности производственного предпринимательства — приобретение или аренда факторов производства.</p> <p>К факторам производства относятся: производственные фонды, рабочая сила, информация. Производственные фонды, в свою очередь, делятся на основные и оборотные.</p> <p>Основные производственные фонды — здания, сооружения, передаточные устройства, силовые машины и оборудование, рабочие машины и оборудование и т. п.</p> <p>Оборотные производственные фонды включают сырье, основные и вспомогательные материалы, топливные и энергетические ресурсы, тару.</p>
<p><b>11а</b> <b>11. Торговое предпринимательство</b></p> <p>Характерной чертой <b>торгового предпринимательства</b> служат тесные экономические связи с оптовиками и розничными торговцами, потребителями товаров, работ, услуг.</p> <p>Торговое предпринимательство включает все виды деятельности, которые относятся к всевозможным вариантам видов обмена товара и денег.</p> <p>Несмотря на то, что основополагающими для торгового предпринимательства являются финансово-денежные отношения купли-продажи товаров, в нем используются те же факторы и ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, но масштабы менее существенны.</p> <p>Торговая деятельность особо привлекательна для предпринимателей, поскольку существуют реальные перспективы получения значительной прибыли в кратчайшие сроки. Кроме того, отсутствуют сложности, возникающие в процессе производства.</p> <p>Розничная торговля представляет собой конечный элемент в процессе движения товара от производителя к конечному потребителю.</p> <p>Розничная торговля имеет свои особенности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) исследует соотношение спроса и предложения на рынке;</li> <li>2) определяет конъюнктуру;</li> <li>3) отбирает товары по принципу наибольшей полезности;</li> <li>4) проводит расчеты с поставщиками за полученные товары;</li> <li>5) дорабатывает товары и формирует на них цены.</li> </ol> <p><b>Розничная торговля</b> — это важный элемент экономики страны и торгового предпринимательства. С каж-</p>	<p><b>12а</b> <b>12. Финансовое предпринимательство</b></p> <p>Сферой деятельности <b>финансового предпринимательства</b> являются обращение и обмен стоимостей. Финансовая деятельность связана с производственной и коммерческой, причем эти взаимосвязи постоянно углубляются. Однако финансовое предпринимательство может быть и в виде банковского дела, страхового и др. Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.</p> <p><b>Коммерческий банк</b> — это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе различные организации, осуществляющее прием денежных вкладов и производящее всевозможные расчетные операции по поручению клиента. Операции коммерческих банков делятся на три сферы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) пассивные (привлечение средств);</li> <li>2) активные (размещение средств);</li> <li>3) комиссионно-посреднические (выполнение различных операций по поручению клиентов с уплатой комиссий).</li> </ol> <p>В России особенностью деятельности коммерческих банков является привлечение средств предприятий на значительные сроки; однако кредиты и займы выдаются на относительно короткие сроки. Банки подвержены рискам коммерческого характера не меньше предпринимателей, так как у них существуют свои долги и обязательства, которые необходимо выполнять в определенные сроки. Поэтому банк должен иметь определенные резервы на случай непредвиденных обстоятельств.</p>

**106** Рабочую силу предприниматель нанимает путем объявлений, через биржи труда, агентства по трудоустройству, с помощью друзей и знакомых.

Далее предприниматель приобретает всю необходимую ему информацию о возможности привлечения ресурсов: материальных, финансовых и трудовых, о рынке сбыта намечаемой к изготовлению продукции или услуги и т. д.

Факторы, влияющие на предпринимательство, особенно производственное, можно разделить на экономические, технологические, политико-правовые, институциональные, социокультурные, демографические и природные.

К многочисленным экономическим факторам можно отнести: масштаб рынков и уровень их развития, доходы населения, размер платежеспособного спроса и конкуренцию в разных отраслях, курс национальной валюты и т. д. Все это влияет на отраслевой бизнес и предпринимательскую инициативу.

Технологические факторы говорят об уровне научно-технического прогресса и материально-технической базы.

Политические и правовые факторы определяют отношения общества и государства, механизмы государственного влияния и процессы принятия важных решений, развитость нормативно-правовой базы и правосознания в стране.

**126** Фондовая биржа — организационно оформленный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг, способствующий повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов.

Принцип работы фондовой биржи основывается на быстром и своевременном регулировании спроса и предложения. На фондовой бирже существуют так называемые котировки ценных бумаг. Они регулярно оцениваются специалистами котировочного отдела по всем ценным бумагам, с которыми работают на бирже. Такая информация всегда доступна, текущие курсы постоянно отображаются на световом табло и регулярно публикуются в специальных бюллетенях. Изменение курсов показывает, по какой цене в определенный момент на данной бирже можно купить или продать конкретные акции. Эти цены пересчитываются по определенной системе формул и служат основой для последующего получения индексов биржевой активности, отражающих все изменения экономической конъюнктуры.

Финансовое предпринимательство выступает как особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валюта, ценности, ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем потребителю или предоставляемые ему в кредит. Сущность финансового предпринимательства состоит в том, что предприниматель приобретает финансы реализуются покупателю за плату выше первоначальной, вследствие чего создается предпринимательская прибыль, которая базируется на разнице цен.

**96** 2) налогообложение;  
3) регулирование;

4) государственное предпринимательство.

Государственные расходы представляют собой государственные закупки и трансфертные платежи. Такие расходы вносят вклад в национальный доход и непосредственно используют ресурсы.

Налогообложение — незаменимый элемент государственной политики. Налоги составляют 75—85% бюджетных средств. Государство взимает различные виды налогов.

При высоких налоговых ставках начинается массовое уклонение от уплаты налогов, пополнение бюджета снижается. Это замкнутый круг.

Законодательная форма регулирования формирует деятельность предпринимателей (антимонопольные законы).

Налоговая и кредитная формы воздействуют на национальный объем производства, изменяя объемы и направления производства, влияя на частное и коллективное предпринимательство.

**Коллективное предприятие** выступает в двух ипостасях: с одной стороны, нанимает рабочую силу, с другой, — члены трудового коллектива живут за счет продажи собственной рабочей силы. Эта особенность определяет специфику экономического поведения подобного предприятия.

Функция полезности коллективного предприятия сравнима с функцией полезности семейного предприятия и включает совокупный денежный доход и совокупное свободное время трудового коллектива. Каждый его член сталкивается с противоречием в желании получить максимальный доход и свободное время. Оценка ценности в данном случае будет субъективна.

**116** дым годом товарооборот в России растет, это подтверждается положительными тенденциями развития розничной торговли.

На внутреннем рынке страны существуют разнообразные розничные предприятия. Их можно разделить:

- 1) по реализуемому ассортименту;
- 2) по форме торгового обслуживания;
- 3) по уровню цен;
- 4) по типу работающего предприятия;
- 5) по концентрации и местоположению торговых организаций.

Оптовая торговля не менее важна для экономики страны, способствуя маневрам с материальными ресурсами, распределению запасов продукции и ее излишков и устранению товарного дефицита.

Оптовая торговля максимально использует всю совокупность товарных ресурсов. При оптовой торговле товар закупается крупными партиями. Оптовики, как правило, вообще не связаны в своей деятельности с конечными потребителями.

Для оптовой торговли характерно:

- 1) создание ресурсной базы для осуществления оптовой торговли;
- 2) участие в создании элементов инфраструктуры рынка, осуществляющих содействие в свободном выборе торговых партнеров и формировании коммерческих связей для успешной реализации торговых сделок.



### 13a 13. Страховое предпринимательство

Суть **страхового предпринимательства** заключается в том, что предприниматель гарантирует клиенту возмещение ущерба в соответствии с условиями, прописанными в договоре, не противоречащем действующему законодательству, в случае непрогнозируемых обстоятельств потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других потерь за определенную сумму при заключении договора страхования. Прибыль страхового предпринимательства составляют страховые взносы за вычетом выплат страховки при определенных обстоятельствах. Как правило, вероятность появления форс-мажорных обстоятельств невелика и существенная часть страховых взносов образует предпринимательский доход.

Несмотря на то, что страховое предпринимательство не производит никаких товаров, оно все равно остается одним из самых рискованных видов деятельности. Страхователи (организации, предприятия, физические лица), наоборот, за определенную плату могут получить компенсацию при наступлении случаев, прописанных в договоре. Несмотря на то, что такой вид предпринимательства набирает обороты, уровень доверия потенциальной клиентуры остается очень низким. Предпринимателям приходится прибегать к определенным уловкам и тратить на широкомащштабные рекламные кампании.

Каждый клиент в соответствии с договором платит страховые взносы, которые образуют страховой фонд. Он используется для выплат страховок. Однако ведение страховой деятельности возможно только при существовании законодательных документов, инструкций и методических материалов, необходимых

### 14a

### 14. Посредническое предпринимательство

**Посредническая деятельность** заключается в том, чтобы получить прибыль, за оказание определенных услуг потребителю, в роли которого также могут выступать предприниматели.

Как правило, это упрощение операций купли-продажи, информационные услуги и т. д. Предприниматель как посредник сталкивается с решением следующих задач с целью привлечения клиентуры:

- 1) определение дефицита, потребностей определенных сегментов рынка и поиск способов их удовлетворения;
- 2) выявление сфер бизнеса, которые нуждаются в посреднических услугах различного вида.

Посредники — физические или юридические лица, которые могут заниматься предпринимательской деятельностью без создания юридического лица, представляющие интересы производителя или потребителя, действующие от их имени и получающие от этого доход.

В экономической теории посредничество — это операция, проводящаяся в промежуток времени между выпуском продукции (оказанием услуги, выполнением работ) и доставкой ее к потребителю. В процессе ведения предпринимательской деятельности большинство предпринимателей используют услуги посредников при заключении сделок.

Торговая посредническая деятельность отличается от других разновидностей этой предпринимательской деятельности тем, что приобретает право собственности на товар, с которым работает. Самая многочисленная часть представляет розничную торговлю

### 15a

### 15. Агентские посредники

**Агентские посредники** действуют только в качестве представителя своего клиента. Они не приобретают право собственности на товар, с которым работают. Если торговые посредники зарабатывают на разнице цен купли-продажи продукции, то агентские посредники получают свой доход в виде гонораров и комиссионных. Комиссионеры наделены широкими полномочиями со стороны клиента. Они принимают на себя все физические манипуляции с товарами, договариваются об условиях сделки.

Оплата их услуг определяется путем вычета своего вознаграждения из полученной прибыли, остаток вручается клиенту.

Организация, выступающая в роли комиссионера, заключает с клиентом договор комиссии, осуществляет предпринимательскую деятельность, которая направлена на получение прибыли от выполнения услуг по заключению сделок купли-продажи комиссионного товара, т. е. собственности другой организации (комитента). Комиссионер часто имеет необходимый инвентарь для приемки, хранения, обработки и продажи товаров.

Комиссионные отношения в основном возникают тогда, когда дилерские отношения невыгодны, а агентские соглашения сильно ограничивают полномочия посредников и мешают работе при заключении сделок купли-продажи.

При совершении комиссионной сделки вознаграждение в большинстве стран небольшое (не более 4%), а при розничной продаже, с предоставлением гарантий выполнения операции, размер его может увеличиваться до 10—15%.

### 16a

### 16. Бизнес-операция: понятие, сущность, составляющие

В бизнесе существует понятие **бизнес-операции**. Оно означает краткосрочное дело, в результате которого предприниматель или бизнесмен получает прибыль. Другими словами, бизнес-операция — это сделка. Такое определение имеет место в Гражданском кодексе РФ.

Бизнес-операция состоит из нескольких этапов. Структура бизнес-операции может иметь следующее содержание.

1. На первом этапе — **определении целей и задач бизнес-операции** — необходимо продумать смысл и значимость операции для предпринимательской деятельности фирмы, наметить объемы прибыли, желаемой к получению в результате проведенной операции.

2. **Составление плана бизнес-операции**. После принятия решения о проведении бизнес-операции необходимо составить план действий, которому необходимо следовать в процессе осуществления операции. План операции должен содержать в себе цели, задачи, финансовый анализ, сопоставление возможностей фирмы с поставленными задачами, сроки проведения операции, объемы предполагаемой прибыли, анализ затрат, определение возможных рисков и способы их минимизации.

3. **Определение участников бизнес-операции** состоит в выборе поставщиков, привлечении необходимых специалистов и наемных работников, участников рыночной реализации продукции.

Трудовые договоры заключаются с наемными работниками, которые привлекаются для выполнения определенного вида производственных работ.

**146** (продукция перепродается конечному потребителю) и оптовую (крайне редко имеет дело с конечным покупателем). Оптовики повышают эффективность торгового процесса. Мелкий производитель, у которого ограничены финансовые ресурсы, не может создать и обеспечить организацию грамотного маркетинга. Хорошие оптовые торговцы — с приличным стажем своей деятельности, с запасом специальных знаний и умений — имеют большое число деловых контактов в сфере розничной продажи. Оптовики располагают сформировавшейся клиентской базой, которая помогает производителю связаться с множеством мелких фирм-потребителей при сравнительно небольших затратах. Покупатель, как правило, получает больше гарантий от оптовика, чем от какого-то далекого производителя. Оптовик подбирает необходимые изделия и формирует необходимый товарный ассортимент, избавляя тем самым клиента от значительных хлопот. С оптовыми торговцами, в отличие от предприятий-производителей, можно договориться об уменьшении размера партий товаров или их дроблении. Оптовики осуществляют складирование товарных запасов, снижая тем самым соответствующие издержки поставщика и потребителя, выполняют более оперативную доставку товаров, находясь ближе к клиентам, чем предприятия-производители. Оптовики содействуют своим клиентам в предоставлении информации о деятельности конкурентов, о новых товарах, динамике цен и изменениях на рынке.

**166** **4. Важным фактором для осуществления бизнес-операции является ее ресурсное обеспечение.** К ресурсному обеспечению относятся производственные и финансовые ресурсы.

Производственные ресурсы включают в себя обеспечение необходимыми материалами, оборудованием, сырьем, помещениями, транспортом. К производственным ресурсам относятся и рабочая сила — наемные работники.

Финансовые ресурсы определяются денежными средствами, которые имеет фирма. В случае недостатка собственных денежных средств бизнесмен вынужден прибегнуть к поиску источников привлечения дополнительных денежных средств.

**5. Стадия производства или получения продукции фирмы** является ключевой стадией бизнес-операции, в процессе которой происходит развитие деятельности производства, результаты которой напрямую связаны с достижением поставленных целей.

Производственная деятельность направлена на изготовление продукции и услуг с последующей их реализацией на рынках сбыта. Бизнесмен может заниматься не производством товара, а его перепродажей.

**6. Реализация продуктов и получение прибыли** являются заключительным этапом бизнес-операции. Результаты этой стадии зависят от качественного выполнения всех предыдущих этапов. Если товар является качественным и востребованным, его реализация должна проходить без особых сложностей.

**136** для формирования страховых отношений, которые в совокупности образуют страховое законодательство.

Задачи, выполнение которых необходимо для развития страхования:

- 1) формирование строгой законодательной базы страховой деятельности, не допускающей различных толкований;
- 2) развитие обязательного и добровольного страхования;
- 3) создание эффективного контролирующего страховую деятельность органа;
- 4) совместная работа национальной системы страхования с иностранными страховыми рынками.

Правовая сущность страхового предпринимательства состоит в установлении правовых отношений по защите имущественных интересов клиента за счет страховых выплат в соответствии с заключенным договором. Имущественный интерес страхователя является условием сотрудничества со страховщиком, без него страховая деятельность невозможна.

Страховое предпринимательство отличается от коммерческого страхования и всевозможных видов государственной поддержки. Страхование в данном случае является лишь видом деятельности с целью получения прибыли и страховые фонды выплат формируются отдельно у каждой компании.

**156** Разновидностью таких агентов являются **коммивояжеры** — предприниматели-посредники, которые ищут, подбирают свободные ресурсы в различных регионах, взаимодействующих по товарообменным операциям, вовлекают в оборот отходы производства и вторичные ресурсы. Коммивояжер, как правило, является представителем предприятия, но может осуществлять свою деятельность свободно от кого бы то ни было, его гонорар зависит от совершения торговой сделки по определенному виду товара. Коммивояжеры занимаются не только продажей, но и доставкой до клиента. К коммивояжерам относятся разъездные представители торговых фирм. Они предлагают покупателям товары по образцам и каталогам, обеспечивают довольно эффективную и навязчивую рекламу товаров и услуг, используют ранее сложившиеся прочные каналы сбыта продукции.

Брокеры непосредственно с товаром не работают. Они четко выполняют все инструкции и указания клиента, располагают меньшими возможностями в ходе работы. Спекулятивные посредники покупают и продают товары с одной целью — получить прибыль за счет изменения цены, очень часто затормаживают сделки и торговые операции с целью увеличения дохода из-за постоянно происходящих изменений уровня инфляции. На сельскохозяйственных рынках наиболее известны участники, относящихся к перерабатывающим предприятиям и производителям основных продуктов питания. Существуют также вспомогательные организации, которые содействуют остальным группам посредников в реализации их задач.

**17a 17. Схема ресурсного обеспечения бизнес-операции**

**Обеспечение ресурсами** является важным условием при проведении бизнес-операции. К ресурсам, необходимым для осуществления бизнес-операции, относятся природные, трудовые, производственные, информационные и финансовые.

**Схема ресурсного обеспечения** включает в себя следующие составляющие.

1. Наиболее важным вопросом является **обеспечение операции денежными средствами**. Источником денежных средств (в первую очередь) является первоначальный денежный капитал, имеющийся у бизнесмена или предпринимателя. Если объемы собственных денежных средств, имеющихся у предпринимателя, не позволяют должным образом провести бизнес-операцию, существует возможность взятия кредита. При помощи первоначального капитала и предоставленного кредита образуется стартовый капитал, который позволяет осуществить планируемую операцию.

2. **Основные средства** представляют собой крупное производственное оснащение в виде служебных помещений, зданий, оборудования, транспорта, мебели, техники. Эти средства, в отличие от остальных, как правило, используются не в пределах одной бизнес-операции, а на протяжении длительного времени.

В том случае, когда основные средства используются для проведения одной операции, бизнесмен прибегает к их аренде. Кроме того, существует такое понятие, как лизинг. Оно означает аренду с последующим выкупом.

3. **Трудовые ресурсы** являются необходимым условием для проведения бизнес-операции. Трудо-

**18a 18. Денежный расчет бизнес-операции**

Основным предметом для денежного расчета является определение общего объема затрат, который складывается из различных видов расходов.

Расходы разделяются на следующие виды:

1. **К материальным расходам** денежных средств относятся затраты на получение материалов, полуфабрикатов, сырья, энергии.

$$Зм = Ом \times Цм,$$

где  $Зм$  — материальные затраты;  
 $Ом$  — объем использованных материалов;  
 $Цм$  — цена единицы материала.

Эта формула подходит для расчета одного вида материалов. Для расчета различных материальных средств используется следующая формула:

$$Зм = Ом_1 \times Цм_1 + Ом_2 \times Цм_2 + \dots + Ом_n \times Цм_n,$$

где  $Ом_1, Ом_2, \dots, Ом_n$  — объем материалов одного вида;  
 $Цм_1, Цм_2, \dots, Цм_n$  — цена единиц различных видов материалов;

$n$  — число различных видов материалов.  
2. **Расходы на оплату труда** включают в себя денежные затраты на оплату труда сотрудникам предпринимательской фирмы, администрации фирмы, наемным работникам, вспомогательному персоналу фирмы.

$$Зт = Зч \times Кр \times Вт,$$

где  $Зт$  — затраты на оплату труда;  
 $Зч$  — затраты на почасовую оплату работникам;  
 $Кр$  — количество работников;  
 $Вт$  — общее время труда работников.

Общие расходы денежных средств на оплату труда всех групп работников вычисляются по следующей формуле:

$$Зт = Зт_1 + Зт_2 + \dots + Зт_n,$$

где  $Зт_1, Зт_2, \dots, Зт_n$  — расходы на оплату труда различных групп работников.

**19a 19. Значение бизнес-плана в предпринимательской деятельности**

Планирование предпринимательской деятельности необходимо для достижения финансового успеха, для долговременной и эффективной работы фирмы или предприятия. Современный предприниматель должен уметь определять перспективы развития своего предприятия, обосновывать целесообразность получения банковских кредитов и привлечения инвестиций, а также быть готовым к структурным изменениям внутри производства.

Программа действий или план осуществления предпринимательских операций называется бизнес-планом.

**Бизнес-план** является постоянным документом, в котором производятся необходимые изменения, обновления, зависящие от перемен на экономическом рынке, а также от перемен, происходящих внутри фирмы. Бизнес-план составляет каждая фирма, независимо от ее масштаба, хотя мелкая фирма для составления бизнес-плана может привлечь специалистов из консалтинговых организаций. При составлении бизнес-плана необходимо учитывать концепцию развития фирмы, ее финансовый и экономический аспект, ее технические и технологические возможности. Наличие бизнес-плана позволяет бизнесмену обосновать целесообразность проведения бизнес-операции, правильно рассчитать объемы продаж, прибыли и доходов, определить источник финансирования операции, подобрать команду для осуществления плана.

Активнее всего бизнес-план используется в процессе поиска и привлечения инвесторов (акционеров,

**20a 20. Раздел бизнес-плана. Фирма, ее бизнес**

**Бизнес-план** может состоять из следующих разделов:

- 1) резюме фирмы (содержит сведения о фирме);
- 2) виды товара, услуг, производимой продукции, которая является предметом бизнеса;
- 3) анализ рынка сбыта товаров и услуг;
- 4) маркетинг;
- 5) организационно-производственный план фирмы;
- 6) источники финансового обеспечения;
- 7) финансовый план;
- 8) юридические аспекты бизнес-плана;
- 9) оценка критических точек риска;
- 10) итоговый раздел бизнес-плана.

**Фирма и ее бизнес.**

В первом разделе бизнес-плана дается характеристика фирме, приводятся краткие сведения о фирме, которые могут заинтересовать инвесторов. К ним относятся следующие разделы.

1. **Образование фирмы.** Этот раздел содержит дату создания и регистрации фирмы, ее место расположения. В названии должна быть указана организационно-правовая форма фирмы. Указывается структура капитала в виде количественного содержания акций, их номинальной и биржевой стоимости. В содержании указывается банк, где находятся открытые счета фирмы. Перечисляется руководство фирмы: генеральный директор, юрист, бухгалтер, менеджеры.

2. **Структурные подразделения фирмы:** организационные, производственные и управленческие.

3. **Представление об имидже фирмы:** чем она зарекомендовала себя, ее отличие от других аналогичных

**186** 3. **Постоянные основные средства** рассчитываются как их расход на период проведения операции. Для этого можно использовать такую формулу:

$$Зос = Цос \times (Вди / Вои),$$

где  $Зос$  — затраты основных средств;  
 $Цос$  — цена основных средств;  
 $Вди$  — время использования основных средств в процессе данной операции;  
 $Вои$  — общее время использования основных средств.

4. **Расходы на оплату кредита** отличаются тем, что затратами считается разница между предоставленной суммой кредита и возвращаемой кредитору суммой, включая проценты.

Формула расчетов выглядит следующим образом:

$$Зк = Зкп - Зк = Зк \times (M / 100\% \times Вк),$$

где  $Зк$  — затраты на оплату кредита;  
 $Зкп$  — сумма с процентами;  
 $M$  — месячный процент кредита;  
 $Вк$  — время погашения кредита.

5. **Налог на прибыль:**

$$Нпр = n пр / 100\% \times Пв,$$

где  $Нпр$  — налог на прибыль;  
 $n пр$  — процентная ставка налога от прибыли;  
 $Пв$  — валовая прибыль.

6. **Расчет прибыли**, остающаяся у бизнесмена после уплаты налога на прибыль, осуществляется по формуле:

$$По = Пв - Нпр = Пв (1 - n пр / 100).$$

Для определения прибыли используется такой показатель, как рентабельность.

7. **Рентабельность** рассчитывается по следующей формуле:

$$P = По / Зо,$$

где  $P$  — рентабельность;  
 $По$  — остаточная прибыль;  
 $Зо$  — общие затраты.

**206** фирм, с помощью каких видов товара приобретена известность, каково постоянство потребительского рынка, рынка товарного сбыта.

4. Условия деятельности фирмы: внутренние (технологии, оборудование, издержки производства, качественные характеристики товара) и внешние (потребительский спрос, поставка сырья и материальных ресурсов, финансовые возможности фирмы на экономическом рынке).

В составлении бизнес-плана необходимо сформировать цели развития фирмы и возможности их достижения. Цели, на которые направлена деятельность фирмы, зависят от того, на что она ориентирована. Если эта ориентация направлена на быстрый рост, то целями будут повышение объема продаж в определенное количество раз, повышение прибыли фирмы на имеющихся экономических рынках, расширение предпринимательской деятельности на новых рынках. Если в планы фирмы не входит быстрый рост объема продаж, то ее цели будут направлены на повышение качества продукции, повышение качества предоставляемых услуг, увеличение технических возможностей производства.

Если фирма ориентирована на производство новой продукции, ее целями будет ускоренное освоение видов этой продукции или услуг, повышение объемов производимой продукции, продвижение нового продукта на рынки.

**176** вые ресурсы определяются в самом начале операции и имеют два основных источника. Одним источником является сам бизнесмен или предприниматель; это означает, что он в первую очередь принимает участие в трудовой деятельности фирмы. Другим источником являются наемные работники, на оплату труда которых затрачиваются денежные средства фирмы.

4. **Оборотные средства** являются подвижными материальными ресурсами, которые играют важную роль в производственной деятельности фирмы. К ним относятся полуфабрикаты, материалы, сырье. Оборотные средства требуют вложения капитала и приобретаются с момента начала операции и до заключительного ее этапа.

5. **Информационные ресурсы** являются неотъемлемой и важной составляющей ресурсного обеспечения бизнес-операции.

К ним относятся экономические, финансовые, юридические документы, бухгалтерские отчеты, проекты. Информационные ресурсы также требуют вложения денежных средств на всем протяжении осуществления бизнес-операции.

Источниками информации являются как внутренние, в виде специалистов, входящих в штат фирмы, так и внешние информативные сведения.

Кроме перечисленных средств ресурсного обеспечения бизнес-операции, используются такие важные факторы, как услуги, к которым относятся: транспортные, юридические, консультативные, услуги рекламных и охранных агентств и др.

**196** спонсоров, кредиторов). Инвесторам обычно предлагается краткое содержание бизнес-плана, подготовить которое является сложной задачей. Сначала разрабатывается весь план и определяются основные мероприятия по его выполнению. Из этого выделяются основные важные моменты, которые включаются в краткое содержание, которое и предоставляется инвесторам. По данным этого материала инвесторы будут делать выводы об эффективности проекта.

При формировании бизнес-плана бизнесмен будет выбирать ту продукцию или услугу, которая представляет основную цель операции. После выбора основного продукта предприниматель высчитывает то количество продукции, которое он имеет возможность произвести, и просчитывает ожидаемую прибыль, полученную после реализации этого продукта. В процессе формирования задуманной операции бизнесмен приходит к решению главного вопроса: стоит ли начинать это дело.

<p><b>21a 21. Предпринимательский продукт: понятие и сущность</b></p> <p>В предпринимательской деятельности главными факторами, направленными на достижение желаемых результатов, являются производство и реализация товара, производимого фирмой.</p> <p>Предпринимателю стоит заранее определить основные характеристики товара, который он задумал производить. Этот фактор придает уверенности не только в реализации задуманных планов, но и способен убедить инвесторов в эффективности производства этого товара (продукции, услуги). Если имеется возможность произвести показательный образец продукта и дать ему основные характеристики, это придаст солидности и надежности фирме.</p> <p>Независимо от того, есть ли образец или его нет, в содержании бизнес-плана должно присутствовать полное описание товара, его свойств и признаков. Необходимо указать спрос на этот товар на потребительских рынках, его способность к удовлетворению потребностей потребителей, а также его главное и побочное применение. Упор можно сделать на разницу между этим продуктом и уже имеющимися на рынке. В плане приводятся общие технологические оценки продукции, ее конкурентоспособность, достоинства продукции и способы использования этих достоинств.</p> <p>Товар может быть представлен в виде следующей схемы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) название товара (услуги), его торговая марка, патент на товар;</li> <li>2) сущность товара (услуги): для чего он предназначен, его необходимость;</li> </ol>	<p><b>22a 22. Анализ рынка</b></p> <p>В бизнес-плане выделяется раздел, посвященный проблеме рыночного спроса. Этот раздел желательно подготовить в самом начале составления плана, так как от этого зависят остальные части бизнес-плана.</p> <p>В зависимости от результатов анализа рынка фирма выбирает стратегию маркетинга. Стратегия помогает правильно разработать бизнес-план. Для того, чтобы выбрать верную стратегию, необходимо определить такие факторы, как:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) производственная программа;</li> <li>2) конкуренция аналогичных товаров на рынке;</li> <li>3) определение сегмента рынка, где планируется реализация товара;</li> <li>4) определение потребностей на предлагаемый товар;</li> <li>5) оценка возможных издержек;</li> <li>6) определение ожидаемых доходов;</li> <li>7) оценка покупательских возможностей и способов привлечения покупателей;</li> <li>8) предположение возможных покупательских потребностей.</li> </ol> <p>Раздел бизнес-плана, посвященный этому вопросу, является наиболее трудной задачей в планировании бизнес-операции. Если бизнес-операция планируется на короткий срок, эта задача решается намного проще, чем при планировании долговременной операции.</p> <p>Оценить и предвидеть рыночный спрос можно несколькими способами. Один из них состоит в том, что происходит практическое изучение спроса, объемов продаж товара, емкость отдельных его частей. Другой способ состоит в том, что клиентам и покупателям заранее предлагается товар, который они гарантируют</p>
<p><b>23a 23. Маркетинг</b></p> <p><b>Маркетинг</b> представляет собой прибыльный для фирмы процесс, который направлен на удовлетворение потребностей людей с помощью производства и предложения товаров и услуг.</p> <p>Поскольку потребности населения носят разнообразный характер, маркетинг обычно начинается с разделения рынка на сегменты. Маркетологами выделяются определенные группы покупателей, потребности которых различаются. В зависимости от этих различий используются разные стратегии маркетинга. Фирма выбирает наиболее подходящие сегменты рынка, потребности которых она может удовлетворить максимально.</p> <p>Рынком считается место обмена товарами между покупателями и продавцами. В современной рыночной экономике компании или фирмы-производители объединены в такое понятие, как отрасль, а покупатели производимых товаров получили название рынка. Продавцы снабжают рынок товаром в обмен на получение денег, а также информацией об эффективности и потребности товаров.</p> <p>В современном мире действуют две формы деятельности рынков: материальная (магазины, торговые дома) и пространственная (Интернет).</p> <p>Для каждого из выделенных рынков фирма должна разработать предложение, которое составляется в зависимости от запросов потребителей. Фирма является активным субъектом рынка, который ищет своего потенциального клиента. Обе стороны, которые стремятся к взаимобмену товарами, являются активными субъектами рынка.</p> <p>В маркетинге существует понятие обмена, суть которого заключается в предложении продукта другой сто-</p>	<p><b>24a 24. Цена как элемент маркетинга</b></p> <p><b>Цена</b> — это элемент маркетинга, который является основным производителем прибыли. Цена, в отличие от характеристик товара, является гибким элементом, который подлежит быстрому изменению. Процесс ценообразования содержит в себе шесть основных этапов: установка задачи, спроса, оценка издержек, анализ ценовой политики конкурентов, определение способа ценообразования, окончательная установка цены.</p> <p>Цена на товары или услуги фирмы устанавливается в зависимости от цен конкурентов. В процессе ценообразования учитываются затраты на транспортировку товара и на его хранение. Цена товара находится в прямой зависимости от спроса, т. е. чем ниже цена, тем выше спрос. В отношении престижных товаров может наблюдаться обратная зависимость, так как высокие цены для определенной категории покупателей являются показателем высокого качества товара. В маркетинге существует такое понятие, как кривая спроса.</p> <p>Кривая спроса отражает поведение разных категорий покупателей, которые отличаются различным отношением к цене. С помощью кривой спроса можно предположить, какой объем продаж предполагается на рынке при различных ценах. Кривые спроса можно определить тремя методами:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) проанализировать достигнутые объемы продаж при действующих ценах;</li> <li>2) провести эксперимент с изменением цен на один и тот же вид товара;</li> <li>3) сделать выводы о зависимости объемов продаж от цен по результатам опроса покупателей.</li> </ol>

**226** приобрести. Для этого используются способы предварительного составления заявок и заказов на товар, заключение контрактов и договоров о поставках товара.

Кроме того, существует способ прогнозирования возможных продаж продукции, производимой фирмой.

Рынок подлежит разделению на сегменты для того, чтобы выделить из них наиболее перспективные и целевые. Это необходимо для целенаправленного завоевания нужного сегмента рынка, где наиболее эффективно будет происходить реализация продуктов или услуг.

Если круг заказчиков определен, следует указать способы, с помощью которых можно расширить круг заказчиков, привлечь новых заказчиков и способствовать сохранению их заинтересованности в товаре в будущем.

В отношении конкурентоспособности фирмы проводится оценка товаров, составляющих конкуренцию, в ходе которой нужно выделить их слабые и сильные стороны, определить наиболее конкурентоспособные товары, сравнить их стоимость, качественные характеристики.

Необходимо провести сравнительный анализ конкурирующих фирм, определить области их деятельности, выделить достоинства и недостатки, сравнить цены и качества их продуктов, определить причины постоянства или непостоянства конкурентоспособности этих фирм на рынке, ознакомиться с методами их рекламы.

**246** Помимо зависимости ценообразования от спроса и издержек, учитываются цены, затраты и поведение конкурирующих фирм. Если характерные особенности товара мало отличаются от особенностей конкурирующего товара, цена должна быть примерно такой же. Если же качество товара выше, чем качество конкурирующего товара, возможно установить более высокую цену.

Окончательная цена устанавливается после изучения таких дополнительных факторов, как психологическое восприятие цен покупателем, влияние цен на других участников рынка, ценовая политика фирмы.

Психология восприятия цены покупателем заключается в их отношении к качеству товара. Высокая цена воспринимается как подтверждение высокого качества. Многие фирмы используют цены, которые заканчиваются нечетными цифрами. При изменении цен на товары очень важно учитывать реакцию покупателей, конкурентов и других участников рынка. Наиболее заметна реакция потребителей на изменение цен на дорогостоящие товары.

Причины установки цены выше, чем у конкурентов, должны быть обоснованы (лучшее качество, сервис, свойства товара). Если цена слишком высока, это может снизить объем продаж.

Особым вопросом в продвижении товара на рынках является вопрос привлечения внимания к товару посредством рекламы. Это может быть реклама по телевизору, радио, в газетах, на рекламных щитах, в каталогах, использование услуг дистрибьюторов, торговых представителей.

**216** 3) характерные особенности товара (услуги): какие потребности можно удовлетворить с его помощью; спрос на него; доступность покупателям; способы его реализации; какова возможность освоения производства этого товара; издержки в процессе его производства; преимущества товара перед другими, аналогичными ему; насколько выигранно его приобретение покупателями; денежные возможности приобретения населением;

4) прогноз и анализ товара: ценовой прогноз реализации товара, предполагаемые сроки удержания конкурентоспособности и устойчивости цен на товар, необходимость и возможность его обновления, предполагаемые рынки сбыта;

5) перечень условий производства: повышение требований к персоналу, повышение его квалификации, подготовка и обучение работников, поставка техники и материалов, разработки инструкторов и технологов.

При планировании бизнес-операций важно учитывать инфляцию, прогнозировать всевозможные изменения в экономической и производственной сферах.

**236** роне взамен на получение желаемого эквивалента. Для совершения процесса обмена необходимо наличие двух сторон, наличие у этих сторон взаимоприемлемого продукта, готовность к сотрудничеству, равноправие обеих сторон, извлечение взаимной выгоды от обмена.

Сделка (транзакция) — это осуществление обмена ценностями между определенным количеством сторон, которое происходит согласованно относительно условий, места и времени.

Существует специальная форма обмена, которая отличается от транзакции тем, что производится передача какой-либо ценности без получения взамен другого материального объекта. Эта форма получила название трансферта и может означать передачу подарка или благотворительного взноса. Взамен же даритель получает лишь устную благодарность.

Основой для транзакции (или обмена) считается совпадение потребностей покупателя и продавца (в лице фирмы).

В процессе переговоров используются три типа маркетинговых каналов: коммуникативные (обмен информацией посредством рекламы, телевидения, радио, Интернета); каналы распределения (оптовые склады, транспорт); торговые каналы (дистрибьюторы, розничные и оптовые продавцы).

Потребитель делает свой выбор товара на основании того, соответствует ли ценность товара его ожидаемой ценности.

<p><b>25a</b>      <b>25. Организация управления производством</b></p> <p>Данный раздел бизнес-плана должен содержать информацию о производственном обеспечении выпуска продукции, выполнения работ, оказания услуг.</p> <p>Планирование производственной деятельности включает в себя обеспечение необходимым оборудованием, материально-техническое обеспечение, управление деятельностью производства, контроль выпускаемой продукции, управление закупками.</p> <p>Основные цели и направления производственной деятельности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) продуктивное поле;</li> <li>2) отраслевое поле;</li> <li>3) поле компетенций;</li> <li>4) рыночное поле;</li> <li>5) вертикальное поле;</li> <li>6) географическое поле.</li> </ol> <p>В бизнес-плане следует указать адрес предприятия или фирмы, виды деятельности фирмы в этом регионе, особенности производственных помещений, право собственности на землю или договор аренды, возможные ограничения деятельности фирмы в этом регионе.</p> <p>Бизнес-план может содержать трехлетний период производственного планирования.</p> <p>Целесообразно перечислить компоненты производственного процесса. К ним относятся:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) планирование производственных закупок;</li> <li>2) привлечение финансов;</li> <li>3) улучшение условий труда работников и повышение их квалификации;</li> <li>4) вопросы расширения производства.</li> </ol>	<p><b>26a</b>      <b>26. Финансовые ресурсы и их источники</b></p> <p>К финансовым ресурсам относится совокупность источников денежных средств, которые объединены для осуществления предпринимательской деятельности. Деятельность фирмы может осуществляться за счет собственных средств и доходов, а также за счет привлечения финансов со стороны.</p> <p>Источниками финансовых ресурсов фирмы могут быть три группы ресурсов:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) финансовые ресурсы, которые поступают в процессе перераспределения государственных поступлений: страховки, субсидии и другие;</li> <li>2) финансовые ресурсы, которые образованы собственными средствами предприятия (прибыль, доход, резервные фонды);</li> <li>3) финансовые ресурсы, полученные в процессе деятельности фирмы на финансовом рынке (реализация акций, дивиденды, процентная прибыль, кредиты).</li> </ol> <p>Используются финансовые ресурсы для финансирования производства товара и его реализации на рынках, для осуществления бюджетных и внебюджетных выплат, на выплаты по кредитам и займам, для осуществления благотворительных взносов.</p> <p>Обязательным пунктом в составлении прогноза продаж является определение предполагаемой прибыльности проекта. Уровень производства зависит от объемов продаж, при прогнозировании учитываются затраты на производственные элементы: транспорт, рекламу, хранение товара, сбыт товара.</p> <p>Расходы разделяются на: торговые, общие и административные, производственные и рекламные.</p>
<p><b>27a</b>      <b>27. Эффективность использования финансовых средств</b></p> <p>Учредители проекта должны быть хорошо осведомлены о промежуточных и конечных результатах задуманного процесса. Просчитываться должны все возможные варианты эффективного использования финансовых средств, из них выделяется наиболее приемлемый вариант осуществления проекта. В ходе переговоров с инвесторами экономические аспекты могут пересматриваться, прорабатываться и оформляться в виде новых решений.</p> <p>Эффективность инвестиций имеет две основные группы критериев: абсолютный и относительный. Абсолютный критерий — это значительное превышение объема прибыли над объемом затрат (чистая прибыль). Относительный критерий — это различные отношения дохода к инвестиционным средствам (рентабельность).</p> <p>Инвесторы, принимая решение о вложении капитала в проект фирмы, интересуются следующими вопросами: нормы прибыли, сроки возврата кредита, способность к процентным выплатам.</p> <p>Для учредителей и участников проекта интерес будут представлять следующие параметры эффективности: чистая прибыль, норма безубыточности, стоимость долговременной текущей чистой прибыли к своей доле вклада, отношение чистой прибыли к объемам продаж.</p> <p>Учитывая все интересующие показатели, участники проекта имеют возможность принять наиболее рациональное решение в выборе способа финансирования, в выборе формы организации фирмы, а также в выборе стратегии маркетинга.</p>	<p><b>28a</b>      <b>28. Юридические и экономические аспекты собственности</b></p> <p><b>Формы организации бизнеса</b> — это способы организации предпринимателями своего дела, способы их взаимодействия друг с другом.</p> <p>Формы организации предпринимательской деятельности подлежат юридическому оформлению и называются организационно-правовыми.</p> <p>Формы организации бизнеса зависят от форм собственности. <b>Собственность</b> — это определенная форма присвоения материальных ценностей, услуг и средств производства. Собственность имеет юридический и экономический аспекты.</p> <p>Юридический аспект выражается в имущественных отношениях, которые обусловлены Конституцией РФ и другими законами. К имущественным отношениям относятся: право владения, право распоряжения и право пользования.</p> <p>Право владения представляет собой вступление в права наследования, купли, дарения имущества. Вступление в право владения должно подкрепляться документально: завещание, купчая, дарственная.</p> <p>Право распоряжения означает распоряжения собственностью по усмотрению ее владельца. Собственник имеет право продать, передать в аренду или использовать имущество самому. Если собственность подлежит продаже, право распоряжения используется владельцем однократно. Покупатель становится полноправным собственником. При передаче собственности в аренду право собственности переходит к ее временному владельцу.</p> <p>Право пользования дает владельцу собственности возможность использовать ее по собственному усмо-</p>

**266** Торговые расходы включают в себя затраты на транспортировку товара, его хранение, складирование. Общие и административные расходы включают заработную плату персонала администрации, оплату привлекаемым специалистам (юристам, бухгалтерам). Производственные и рекламные расходы предназначены для оплаты коммунальных услуг, аренды, страховых взносов, оплаты телефонных услуг.

В бизнес-плане должны быть представлены способы снижения производственных и торговых затрат. Вопросы, которые являются спорными, должны быть представлены в плане и иметь подробное объяснение. К спорным вопросам могут относиться размеры административных расходов, процентные ставки затрат, размеры общих затрат.

Следует определить рискованные ситуации, которые могут оказаться препятствием на пути к успешному достижению целей проекта

Основной целью проекта является прибыль, полученная в процессе реализации товара, поэтому наиболее важным вопросом является вопрос о прогнозировании объемов продаж и прибыли.

В начале реализации проекта уровень прибыли обычно не превышает расходы.

**256** Руководство фирмы должно иметь конкретное представление о деятельности своей фирмы. Это может быть только производство товара, или только закупка и распространение продукции других фирм.

По причине возникновения большого количества неожиданностей в предпринимательской деятельности, важным фактором является контроль над деятельностью фирмы. Целью контроля является подтверждение того, что фирма действует строго по намеченному плану. Основным видом контроля является контроль над управлением по целям, в который входят четыре типа контроля:

- 1) контроль ежегодных планов;
- 2) контроль над производственной эффективностью;
- 3) контроль прибыли: оценка различных источников прибыли;
- 4) контроль стратегий фирмы (маркетинг).

Необходимым фактором для успешного существования фирмы является команда руководства.

При формировании управленческой команды необходимо учитывать профессиональные качества людей, к которым относятся: деловые, управленческие, коммерческие, технические, экономические.

Сформировавшаяся команда управления вызывает уважение инвесторов и привлекает их внимание и интерес к финансированию предлагаемых проектов фирмы.

**286** трению в зависимости от назначения. В случае передачи собственности в аренду оговариваются сроки аренды и арендная плата. Денежный капитал может использоваться в качестве инвестиционных ресурсов (вложение в производство), в качестве проведения финансовых операций на фондовых рынках.

Экономический аспект собственности состоит из трех видов экономических отношений: присвоение, экономическая реализация и хозяйственное использование материальных ценностей.

Присвоение является экономической формой отношений, которая заключается в использовании права владения собственностью. Одновременно с присвоением происходит процесс отчуждения.

Объектами отчуждения являются земля, капитал, природные богатства, средства производства. Документальным основанием для подтверждения отчуждения может быть договор о закупке продукции или трудовой договор в случае использования труда наемных работников. В результате присвоения появляется юридическое лицо, именуемое собственником.

Экономическая реализация представляет собой способность извлечения прибыли при использовании собственности. В этом случае собственность является источником прибыли. Величина дохода зависит от способа использования имущества. Это может быть использование капитала для производства и дальнейшей реализации товаров, в результате чего происходит получение дохода. В случае передачи имущества в аренду владелец получает ренту, а в случае вложения капитала в финансовые операции владелец получает процентную прибыль. Продажа собственности является одноразовой реализацией. В этом случае доходом является продажная стоимость имущества.

**276** В финансовом разделе бизнес-плана объединяются прогнозы объемов продаж и объемов затрат, прогнозы платежей, анализ финансового риска.

К числу финансовых рисков можно отнести:

- 1) связанный с изменением внешней экономической политики;
- 2) связанный с неблагоприятными изменениями в социальной и политической сферах;
- 3) связанный с изменениями в экономическом законодательстве;
- 4) связанный с плохой ориентацией в новых технологиях и недостаточными знаниями новой техники;
- 5) неустойчивость цен на рынках;
- 6) возможность изменения природно-климатических условий;
- 7) связанный с производственно-техническими неполадками;
- 8) связанный с неопределенным поведением участников проекта;
- 9) неустойчивость и ненадежность финансового положения компании или фирмы.

Учитывая возможность перечисленных рисков, можно сделать выводы о том, что оценка инвестиций должна зависеть от учета всех возможных изменений в различных сферах, которые касаются осуществления проекта. Оценка эффективности инвестиционных ресурсов должна быть основана на квалифицированном заключении экспертов.



## 29а 29. Формы организации бизнеса

Различают несколько типов, видов и форм собственности. В зависимости от степени принадлежности собственность разделяется на частную и общественную. В зависимости от формы отчуждения и присвоения собственность подразделяется на два вида: трудовую и нетрудовую.

**Частная собственность** представляет собой присвоение собственности отдельными лицами.

Частная собственность может быть трудовой и нетрудовой. **Трудовая частная собственность** основана на присвоении доходов, полученных в результате производства и реализации продукции, полученной своим трудом.

**Нетрудовая частная собственность** представляет собой присвоение результатов труда наемных работников.

В процессе развития общества частная собственность приобрела новые формы: индивидуальная, партнерская и корпоративная частная собственность.

**Индивидуальная частная собственность** представляет собой форму собственности, которая принадлежит одному владельцу.

**Партнерская собственность** представлена в виде собственности, принадлежащей хозяйственным товариществам или фирмам, основанным партнерами на паях.

**Корпоративная собственность** принадлежит группе лиц, которые являются учредителями корпораций.

Существует еще одна форма собственности — **интеллектуальная собственность**. Владельцы интеллектуальной собственности обладают правом владения и распоряжения своими изобретениями, знаниями, на-

## 30а 30. Хозяйственные товарищества

**Хозяйственными товариществами** называют объединение предпринимателей для совместного бизнеса.

Участники товарищества объединяют свои доли имущества, которые образуют общий капитал. Вкладом в хозяйственные товарищества могут быть денежные средства, ценные бумаги, имущественные средства.

Прибыль, полученная в процессе реализации производственных товаров, распределяется между участниками в зависимости от размеров их долевого вклада. Участие в принятии решения по вопросам, связанным с деятельностью товарищества, участники принимают в соответствии с объемом долевого вклада. Доля вклада имеет свою номинальную и балансовую стоимость. Номинальная стоимость равна величине доли в момент ее внесения в общий капитал товарищества, а балансовая стоимость равна величине капитала, который приходится на долювую собственность.

Товарищество в большинстве случаев оформляется как предприятие. Согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации, хозяйственные товарищества являются основной формой создания юридических лиц — коммерческих организаций. Коммерческие организации отличаются тем, что основной их целью является получение прибыли.

Организаторы хозяйственных товариществ вносят определенный вклад и называются учредителями. Первый их вклад в товарищество называют уставным.

Участники товарищества имеют право управлять делами, вести документацию, иметь доступ к информации о деятельности товарищества (предприятия),

## 31а 31. Полное товарищество

**Полное товарищество** создается на добровольных началах. Участники полного товарищества заключают договор и ведут предпринимательскую деятельность на совместной основе. Характерной чертой полного товарищества является имущественная ответственность его участников за то, как выполняются принятые ими обязательства. Если в процессе предпринимательской деятельности появляются долги, участники товарищества отвечают за это не только имуществом, внесенным в образование полного товарищества, но и своим личным имуществом.

Объединенное для создания товарищества имущество представляет собой общую долювую собственность, которая принадлежит в одинаковой мере всем участникам товарищества. Это означает, что каждый участник имеет право на долю, которая выражается в денежной или имущественной стоимости, вложенной им в товарищество. Полное товарищество обладает определенными правами, так как является юридическим лицом. Это самостоятельная фирма, которая выступает субъектом хозяйственной деятельности. Являясь юридическим лицом, товарищество может привлекаться к суду в качестве ответчика, а также выступать с иском в качестве истца. Полное товарищество имеет свое название, которое регистрируется в реестре собственников, находится во взаимодействиях с органами власти и другими товариществами, занимающимися хозяйственной деятельностью.

Члены полного товарищества берут на себя обязательства, которые заключаются в управлении деятельностью фирмы. Участникам товарищества разрешается входить в состав только одного товарищества.

Все члены товарищества обладают правом солидарной ответственности. Каждый участник имеет право

## 32а 32. Индивидуальное предпринимательство

**Индивидуальное предпринимательство** является самой простой формой организации предпринимательской деятельности, которая образуется с помощью семейной и индивидуальной собственности.

Индивидуальное предпринимательство разделяется на две формы: семейное частное предприятие и индивидуальную трудовую деятельность.

Семейное частное предприятие в процессе своей деятельности использует не только рабочую силу членов семьи, но и прибегает к использованию наемных работников.

Индивидуальная трудовая деятельность ограничивается трудом самого предпринимателя и членов его семьи.

В индивидуальном предпринимательстве бизнесмен действует самостоятельно, и формы организации устанавливаются им самим.

В 1994 г. введена в действие государственная регистрация индивидуального предпринимательства, предусмотренная новым Гражданским кодексом Российской Федерации.

Существуют оформление предпринимательства и регистрация его как юридического лица в виде фирмы.

Фирма выступает в качестве самостоятельного субъекта хозяйственного предпринимательства.

Фирма или предприятие организуется в порядке действующего законодательства, осуществляет про-

**306** участвовать в распределении прибыли между учредителями. Если товарищество распадается, его участники имеют право разделить оставшееся имущество между собой.

Помимо прав, у участников есть и обязанности, согласно которым они обязаны следовать требованиям учредительных документов, не распространять конфиденциальные сведения, сохранять коммерческую тайну, своевременно производить вклады и взносы, предусмотренные правилами.

Имуществом товарищества являются основные средства, находящиеся в пользовании и распоряжении товарищества. Это могут быть сооружения, здания, оборудование. Кроме того, имуществом являются оборотные средства, в которые входят запасы материалов, сырья, а также продукция, денежный капитал и другие ценности.

Хозяйственные товарищества, которые не обладают юридическим статусом, являются товариществами, основанными только на договоре равных лиц, каждое из которых является участником общего дела и отвечает за результаты своей собственностью. Такое товарищество не оформлено юридически и не является единым предприятием, не имеет своего названия и устава.

Существует имущественная ответственность участников товарищества, в зависимости от которой товарищество делится на два типа: командитное (основанное на доверии) и полное товарищество.

**326** изводство продукции, а также занимается выполнением различных услуг для удовлетворения потребностей населения.

Фирмы могут иметь разнообразный характер по своей организационной структуре, масштабу, сфере и профилю деятельности.

Для всех видов фирм существуют нормы законодательства, согласно которым происходит регуляция их деятельности.

**296** учной информацией, выдающимися достижениями в области культуры и искусства. Трудовой вид общественной собственности могут представлять такие формы собственности, как: семейная, корпоративная, акционерная, собственность хозяйственных товариществ. Нетрудовой вид общественной собственности представляет собой государственная собственность, которая основана на присвоении государством результатов труда наемных работников или собственности акционерных обществ, концернов и других обществ, использующих труд наемных работников.

**Государственная собственность** представляет собой форму собственности, которая принадлежит предприятиям и унитарным организациям. Государство несет имущественную ответственность за государственные предприятия, но освобождается от ответственности за унитарные предприятия (ГУПы), которые находятся в полном хозяйственном ведении трудового коллектива.

Государственная собственность разделяется на федеральную, собственность субъектов федерации и муниципальную.

К **федеральной собственности** относятся объекты, которые обеспечивают безопасность страны, являются основой экономики, а также объекты федеральных органов управления и власти.

**Муниципальная собственность** принадлежит сельским и городским поселениям.

Существует еще одна форма собственности — личная собственность. Эта форма предоставляет право владения предметами личного потребления.

**316** самостоятельно руководить делами фирмы, взаимодействовать с другими товариществами или государственными организациями. Учитывая эти обстоятельства, можно предположить, что в товарищество должны входить люди, которые полностью доверяют друг другу. Каждый участник должен быть уверен в честности своих партнеров и правильности совершаемых ими действий. При организации полного товарищества договор, заключаемый между его участниками, должен быть тщательно продуман, проработан, одобрен всеми членами товарищества. При согласовании договора учитываются способности каждого участника, для того, чтобы избежать самостоятельных действий людей, некомпетентных в определенных вопросах. Правильное составление договора обеспечивает охрану интересов всех участников товарищества и предотвращает опасность возможного ущерба. В составлении договора очень важно участие юристов, экономистов и других специалистов, которые могут быть полезны в процессе деятельности товарищества.

Полные товарищества получили распространение в России, несмотря на то, что являются довольно рискованной формой предпринимательской деятельности.

При решении организовать полное товарищество его участники должны оценить степень предпринимательского риска и правильно рассчитать свои шансы на успех задуманного предприятия. Если все сотрудники полностью доверяют друг другу и обладают высоким уровнем ответственности, это дает возможность получить кредит в банке под залог личного имущества участников. Если члены будущего товарищества берут такой банковский кредит, им необходимо юридически решить вопрос о разделении своего имущества и имущества других членов своей семьи во избежание потери всех имущественных и денежных средств семьи в случае банкротства полного товарищества.

33а

### 33. Общество с ограниченной ответственностью (ООО)

**Общество с ограниченной ответственностью** — это коммерческая организация, учрежденная одним или несколькими лицами, имеющая свой устав и учредительный договор.

В общество с ограниченной ответственностью объединяются лица, которые образуют уставный капитал за счет вкладов участников.

Вклады участников могут иметь разнообразный характер. Это может быть личное имущество, земельный участок, транспорт и другая индивидуальная собственность. Уставом общества определяется собственность, которая не может являться вкладом в уставный капитал.

Являясь юридическим лицом, общество с ограниченной ответственностью обязано действовать в соответствии со своим уставом и учредительным договором, принятыми участниками общества. В названии общества должна быть указана организационно-правовая форма (ООО).

Юридические лица, входящие в состав общества, сохраняют свои права и самостоятельность.

Уставный капитал может иметь минимально допустимый размер, что дает возможность начинающим предпринимателям начать собственное дело при небольшом стартовом капитале. Общества с ограниченной ответственностью могут быть организованы как семейные фирмы, предприятия, которые объединяют партнеров по делу, находящихся в постоянном деловом контакте и взаимно заинтересованных в успехе общего дела.

34а

### 34. Акционерные общества

Наиболее распространенной формой организации предпринимательской деятельности являются акционерные общества.

**Акционерное общество** — это хозяйственное общество, представляющее собой объединение участников (акционеров), которые вложили свои доли в виде определенного числа акций.

Уставный капитал акционерного общества состоит из номинальной стоимости акций, которая должна быть одинаковой. Размер уставного капитала должен быть не менее 1000 МРОТ в открытом акционерном обществе и не менее 100 МРОТ в закрытом акционерном обществе. Акции общества должны быть оплачены участниками в течение года с момента регистрации акционерного общества. Акции могут продаваться, передаваться другому лицу, но не могут покинуть общество вместе со своим владельцем.

Капитал, собранный в денежной форме в виде акций, называется акционерным. Он является не отдельной собственностью его членов, а собственностью акционерного общества в целом. Акция — это ценная бумага, которая свидетельствует о том, что ее владелец внес свою долю в капитал акционерного общества. Акция дает право ее владельцу на получение прибыли (дивидендов), а также на участие в управлении обществом. Акции разделяются на привилегированные и обыкновенные. Обыкновенные акции дают возможность получить прибыль, оставшуюся после уплаты дивидендов по привилегированным акциям, возможность голосовать на акционерных собраниях, участвовать в избрании правления. Привилегированные акции дают право на твердый, фиксированный ди-

35а

### 35. Общества с дополнительной ответственностью, командные товарищества

**Общество с дополнительной ответственностью** — это общество, учрежденное одним или несколькими участниками, объединившими свои вклады в общий уставный капитал.

Уставный капитал образуется из долей участников общества. Доли участников имеют номинальную стоимость. Уставный капитал общества с дополнительной ответственностью имеет долевое разделение, размер долей определен учредительными документами.

Участники этого общества несут ответственность своим собственным имуществом в соответствии с размерами своего вклада. При организации общества с дополнительной ответственностью создаются учредительные документы в виде договора и устава, в которых зафиксированы обязательства и права участников.

Согласно учредительным документам общества, в случае наступившего банкротства одного из его членов происходит перераспределение его ответственности между оставшимися участниками общества в зависимости от стоимости вложенных ими средств.

#### Командитные товарищества

Командитное товарищество является промежуточной формой между полным товариществом и обществом с ограниченной ответственностью. Командитное товарищество называют товариществом на вере.

В командитном товариществе предпринимательскую деятельность осуществляют участники, которые

36а

### 36. Кооперативы. Муниципальные и унитарные предприятия

**Кооперативы** — это форма организации бизнеса, которая создается на основе объединения паевых долей членов кооператива в уставный капитал.

Кооперативы создаются для осуществления совместной производственной или хозяйственной деятельности.

В работе кооператива используется личное трудовое участие его членов. В момент организации кооператива создается и утверждается устав.

В годы Перестройки были организованы производственные кооперативы, которые создавались на основе имущественных паевых взносов и трудового участия членов кооператива.

По своей организационно-правовой форме кооперативы схожи с обществом с ограниченной ответственностью в том, что организуются они на долевой основе их членов и источниками их доходов являются доходы, получаемые от реализации продукции или других видов деятельности. Органом управления обеих форм является общее собрание, а исполнительным органом является правление. Схожими являются также механизм создания, их регистрация и содержание уставов.

Различиями между кооперативами и обществами с ограниченной ответственностью являются решающие голоса при голосовании на общем собрании. Члены кооператива имеют только один голос, независимо от размера внесенной ими доли, а в обществе с ограниченной ответственностью решающие голоса распределяются в зависимости от величины вклада участников товарищества. Вторым отличием является

**346** виденд, право на первоочередное получение дивидендов, но не дают права на голосование на собраниях акционеров. Акции можно продавать, покупать, дарить, отдавать в форме залога. Существенно влиять на управление обществом может только акционер, имеющий контрольный пакет акций. Акционерные общества разделяются на открытые и закрытые. Открытые акционерные общества могут быть образованы из обществ с ограниченной ответственностью, в которых число участников превысило количество, установленное законом об обществах такого типа. Акции, принадлежащие открытому акционерному обществу, имеют право свободной продажи. Они могут распространяться как среди частных лиц, так и среди предприятий и банков. Акции закрытого акционерного общества не обладают правом свободной продажи. Они могут распространяться только среди работников акционерного общества.

Собрание голосующих акционеров является высшим органом управления акционерным обществом, оно избирает руководящие органы: совет директоров, ревизионную комиссию, правление. Управление акционерным обществом фактически осуществляют наемные специалисты (юристы, менеджеры, экономисты и др.).

Акционерное общество является собственником принадлежащего ему имущества, к которому относятся материальные, имущественные, интеллектуальные ценности. Акционеры же являются собственниками только своих ценных бумаг — акций, не являясь собственниками имущества акционерного общества. Имуществом может распоряжаться только общество в лице его руководящих органов.

**366** то, что величина доходов членов кооператива не зависит от величины их вклада, а доходы участников товарищества напрямую зависят от количества их паевого взноса. Следующим отличием является различный состав их учредительных документов.

#### **Муниципальные и унитарные предприятия.**

Муниципальные и унитарные предприятия относятся к государственным предприятиям, в которых контрольный пакет акций принадлежит государству, и находятся на его балансе.

Унитарные предприятия (ГУПы) передаются государством в полное хозяйственное владение трудовому коллективу. При этом государство не несет никакой ответственности за деятельность созданного им предприятия. Предприятие само несет имущественную ответственность за действия, производимые им в процессе хозяйственной деятельности.

Муниципальные предприятия принадлежат на правах собственности сельским или городским поселениям, или другим муниципальным образованиям. Управление и ответственность за объекты собственности берет на себя администрация города или села.

Унитарные и муниципальные предприятия относятся к государственным бюджетным предприятиям. Они входят в состав определенного министерства, органа или ведомства местного управления. Руководители предприятий назначаются органами государства, а персонал относится к государственным служащим.

**336** Гражданским кодексом Российской Федерации установлен закон о предельном количестве участников общества с ограниченной ответственностью, превышать которое они не имеют права. Если количество участников будет больше положенного, общество будет подлежать преобразованию в акционерное.

Общества с ограниченной ответственностью состоят из небольшого и постоянного количества участников, которые обладают правами, объем которых зависит от размера вложенных ими средств. Участники общества имеют право получить свою долю прибыли, которая может распределяться между ними раз в год, раз в полгода или раз в квартал.

Участники общества имеют право передать свою долю в общем капитале другим юридическим или физическим лицам, заранее поставив в известность других членов общества и получив их согласие. В уставе общества зафиксирован порядок перехода вкладов от одного собственника к другому. Каждый участник общества с ограниченной ответственностью может свободно покинуть общество.

Созданное общество с ограниченной ответственностью призвано приносить прибыль своим участникам. Необходим контроль за тем, чтобы величина денежных и имущественных средств не была ниже величины уставного капитала. Если это происходит, т. е. стоимость чистых активов падает ниже стоимости уставного капитала, общество ликвидируется.

**356** отвечают своим имуществом по обязательствам устава товарищества.

В состав командитных товариществ могут входить несколько юридических или гражданских лиц, которые заключают между собой договор в целях совместного ведения хозяйственной деятельности. Участники командитных товариществ разделяются на членов-вкладчиков (командитистов) и полных товарищей (комплементариев).

Члены-вкладчики (командитисты) несут ограниченную ответственность, отвечая только своей долей, вложенной в общий капитал. Они не принимают участия в управлении предпринимательской деятельностью общества. Полные члены несут полную ответственность всем своим имуществом.

Каждый участник командитного товарищества обязан внести свой вклад в общий капитал. Члены-вкладчики имеют право только на получение прибыли, не имея возможности принимать участие в управлении товариществом. Полным товарищам принадлежит право на управление товариществом.

Командитное товарищество как организационно-правовая форма образовалось в 1991 г. и пока еще не имеет широкого распространения.

В состав товарищества может входить минимальное количество участников, начиная с двух человек, один из которых должен являться членом-вкладчиком, а другой полным товарищем. Эта форма организации бизнеса может быть удобной для объединения богатых людей, готовых вложить свои средства в доходный бизнес, и людей бедных, но имеющих перспективные идеи.

37а

### 37. Общественные и религиозные организации

**Общественные и религиозные организации** относятся к некоммерческим организациям, участниками которых являются только физические лица. Являясь участниками общественных и религиозных организаций, граждане не получают никакого материального дохода или прибыли. Такие организации создаются с целью удовлетворения духовных потребностей их участников. Жертвуя какие-либо материальные средства в пользу организации, ее участники не могут потребовать их обратно в случае выхода из нее, а также не имеют права на распределение остатка имущества при ликвидации организации. Участники общественных и религиозных организаций избавлены от ответственности по долгам этих организаций, как и организации не отвечают за долги своих участников. Доходы, полученные в процессе деятельности общественных и религиозных организаций, поступают на нужды их учредителей.

Общественные и религиозные организации имеют свои уставы и законы, в которых должны быть четко решены имущественные вопросы в соответствии с целями, стоящими перед этими организациями.

Общественные организации — это объединения, созданные физическими лицами количеством не менее десяти человек на основе общих интересов. Целями для создания общественных организаций могут являться: защита прав граждан (социальных, гражданских, политических, культурных и других), участие в благотворительных мероприятиях, спортивных соревнованиях, в управлении государственными делами, развитии культуры, оздоровительных програм-

38а

### 38. Объединения предпринимателей. Ассоциативные формы организации бизнеса

**Ассоциативные формы организации предпринимательской деятельности** представляют собой объединение предприятий или фирм в совокупные структуры.

К ассоциативным формам относятся следующие типы ассоциативных структур.

1. **Корпорация** — это акционерное общество, которое объединяет в себе несколько фирм, имеющих общие цели предпринимательской деятельности.

2. **Хозяйственные ассоциации** — это объединения организаций и предприятий, которое создается на основе договора с целью координации общей деятельности и выполнения аналогичных функций. Члены хозяйственных ассоциаций имеют право входить в состав других ассоциаций.

3. **Концерны** являются организационной формой объединения предприятий, которая носит характер монополий и позволяет использовать возможности крупного производства.

4. **Консорциум** — это объединение организаций, предприятий, которое создается на добровольных началах и является временным. Консорциум организуется для выполнения крупных проектов в экологии, науки, техники, социальной сфере. Консорциум использует денежные и материальные ресурсы, кадры и мощности организаций, входящих в его состав.

5. **Холдинговые компании** имеют свое отличие от других ассоциативных форм, которое заключается в том, что они контролируют другие компании путем назначения их директоров, а также за счет владения

39а

### 39. Источники финансирования бизнеса

**Финансирование** — это способ обеспечения предпринимательства денежными средствами.

Существуют внутренние и внешние источники поступления денежных средств.

Внутренние источники — это источники поступления денежных средств, которые образованы за счет результатов предпринимательской деятельности. Это могут быть доходы от реализации продуктов, реализации имущества.

К внутренним источникам финансирования относятся вложения учредителей компании в уставный капитал, а также денежные средства, полученные после продажи акций компании, продажи имущества компании, получения арендной платы за сдачу имущества в аренду.

Внешние источники разделяются на две группы:

- 1) долговое финансирование;
- 2) безвозмездное финансирование.

Безвозмездное финансирование является представлением денежных средств в виде безвозмездных благотворительных пожертвований, помощи, субсидий.

К долговому финансированию относится заемный капитал. В состав заемного капитала входят:

1. Краткосрочные кредиты и займы предназначены для финансирования оборотных активов.

2. Долгосрочные кредиты служат источником финансирования части оборотных и внеоборотных активов.

3. Кредит имеет тесную связь с такой формой экономических отношений, как ссудный капитал. Ссуд-

40а

### 40. Бухгалтерский учет и баланс

**Бухгалтерский учет** представляет собой процесс, который состоит из получения информации о финансовых операциях, обработки данных и документального оформления всех полученных результатов финансовых операций.

Документация бухгалтерии содержит огромное количество цифровых показателей, которые характеризуют работу фирмы. Бухгалтер собирает данные отчетов, обрабатывает и анализирует их, систематизирует, после чего доводит до руководства в виде легко воспринимаемой информации о финансовом состоянии фирмы.

Бухгалтерия подсчитывает издержки и объемы затрат фирмы на производство продукции, величину прибыли в результате реализации продукции, отслеживает рентабельную величину. Кроме того, бухгалтерия призвана следить за бюджетом фирмы, объемами расходов и доходов, величиной налоговых выплат. Основной формой ведения бухгалтерского учета является бухгалтерский баланс.

**Бухгалтерский баланс** должен соответствовать формуле, в которой приход должен быть равен сумме расхода и остатка. Все составляющие величины этой формулы имеют денежный эквивалент, что является удобным при подсчете финансовых ресурсов фирмы.

Бухгалтерский баланс зависит от двух взаимосвязанных видов капитала фирмы: активного и пассивного капитала.

Активный капитал представляет собой имущество фирмы, которое выражено в активе ее бухгалтерского баланса в виде основного и оборотного капитала. Пассивный капитал состоит из источников средств, из

**386** их денежными средствами и акциями. Несмотря на то, что предприятия, входящие в холдинговые объединения, являются самостоятельными, холдинг способен оказывать большое влияние на их хозяйственное и коммерческое решение.

6. **Картель** представляет собой объединение юридически самостоятельных предприятий на договорной основе, которое занимается осуществлением сбыта продукции, производимой этими предприятиями.

7. **Синдикат** является формой объединения предприятий для организации закупок и поставок сырья этим предприятиям, и сбыта продукции, производимой ими. С момента вступления в синдикат утрачивается коммерческая самостоятельность его участников при частичном сохранении производственной самостоятельности.

8. **Тресты** — это такая форма объединения предприятий, при которой участники этого объединения полностью утрачивают свою коммерческую, производственную и юридическую самостоятельность, подчиняясь при этом единому управлению.

Существуют структурные специфические формы организации предпринимательской деятельности, которые пока не получили широкого распространения в российской экономике, но активно используются в практике развитых капиталистических стран. К ним относятся: офшорные компании, траст-компании, франчайзеры.

**406** которых были сформированы активы фирмы. Они, в свою очередь, разделяются на собственный капитал фирмы и заемный капитал.

В формуле бухгалтерского баланса разность сумм активов и пассивов должна образовывать величину собственного капитала. Активы представляют собой все поступающие доходы фирмы, которые превращены в материальные запасы, запасы денежных средств, в основные и оборотные средства фирмы. Пассивы фирмы представляют собой ее обязательства в виде финансовых или материальных средств, которые получены из внутренних или внешних источников и подлежат возмещению. Другими словами, пассивы являются долгами фирмы, которые необходимо возратить согласно взятым на себя обязательствам. Активы показывают направление денежных средств, которые используются фирмой в процессе ее деятельности.

Пассивы характеризуют направление поступлений финансовых средств, представленных в виде денежных займов. Собственный капитал образован собственными финансовыми средствами фирмы, которые, в свою очередь, получены за счет вложений учредителей фирмы. Собственные средства фирмы в совокупности с пассивами образуют активы фирмы.

На каждую статью баланса заводится специальный документ, который называется счетом. Счет, который составлен по данным счетов активов, получил названия активного, а счет, составленный по данным счетов пассивов, называется пассивным. Любой из видов активного и пассивного счета имеет свой стандартный номер. Благодаря этому обстоятельству бухгалтер или финансист имеет возможность получить нужную информацию из бухгалтерского отчета любой фирмы.

**376** мах, мероприятиях по охране природы и другой общественно полезной деятельности.

При создании общественных организаций созывается общее собрание, на котором участниками будущей организации избирается руководство, а также принимаются учредительные документы (устав или положения).

Доходы, получаемые в процессе деятельности организации, идут на осуществление поставленных перед ней целей.

Общественными организациями могут быть различные политические, детские, молодежные, спортивные, культурно-просветительские организации, творческие ассоциации, организации инвалидов, благотворительные организации и другие объединения.

**Религиозные организации** — это добровольные объединения физических лиц, достигших совершеннолетнего возраста, в целях вероисповедания, совершения различных религиозных обрядов, богослужений, проведения проповедей, религиозного воспитания и религиозного просвещения.

Религиозные организации имеют свои учредительные документы в виде уставов и положений.

К религиозным организациям относятся религиозные учреждения, центры, духовные семинарии, религиозные объединения (местные, центральные, региональные).

**396** ный капитал представляет собой самостоятельную часть хозяйственного капитала, которая функционирует в виде денежных средств в сфере предпринимательской деятельности.

Существует ипотечный заем — заем под закладную. Этот заем является наиболее распространенной формой обеспеченного займа. Его суть в том, что фирма при получении долговых финансовых средств гарантирует кредитору вернуть долг с учетом процентов.

В том случае, если фирма не может вернуть долг, кредитор имеет право взыскать имущество фирмы в свою пользу.

Торговый кредит является коммерческим кредитом, который заключается в том, что предприниматель покупает товар, отсрочив его оплату. Приобретая товар, предприниматель заключает договор с продавцом, согласно которому обязуется вернуть ему стоимость приобретенного товара, включая проценты за кредит, в назначенные сроки. Чаще всего торговым кредитом пользуются оптовые покупатели товара.

Акции являются распространенной формой привлечения денежных средств. Выпуская и продавая акции, предпринимательская фирма получает от покупателя долговой заем, в результате которого акционер приобретает право на имущество фирмы, а также на получение дивидендов. Дивиденды в этом случае являются процентами за кредит, который представлен в виде уплаченных за акции денег. Посредством такого вида кредита фирма имеет возможность получать значительный финансовый капитал.

**41а****41. Доходы и расходы в бухгалтерском балансе**

В бухгалтерском учете отражаются данные доходов и расходов фирмы.

Эта информация относится к определенному отчетному периоду, в котором происходили поступления и выплаты финансовых средств, которые имеют отношение к данным доходам и расходам.

**Доходы** фирмы облагаются налогом в соответствии со статьей 248 НК РФ. Доходами организации являются: доходы от реализации товаров и услуг, доходы от реализации имущественных прав, доходы, не связанные с реализацией. При начислении налога берется тот отчетный (налоговый) период, в котором зафиксированы поступления денежных средств, имущественных средств или имущественных прав.

Доходы фирмы классифицируются в зависимости от направления ее деятельности:

- 1) от основной деятельности;
- 2) от реализации инвестиций фирмы;
- 3) от финансовой деятельности фирмы.

Расходами фирмы считается уменьшение имущественных средств, денежных средств, взятие обязательств, которые приводят к уменьшению общего капитала фирмы.

Расходами не считаются те расходы, которые не влияют на величину капитала фирмы. К ним относятся: создание внеоборотных активов, договора в пользу комиссии или агентов, вклады в уставные капиталы других фирм или компаний, приобретение акций других организаций, оплата запасов материалов и работ, погашение займов или кредитов, выплата авансов и задатков.

**42а****42. Финансовый анализ деятельности фирмы**

**Финансовый анализ** строится на основе изучения финансовых показателей предпринимательской деятельности фирм.

Показатели могут отражать общие представления о состоянии фирмы и могут выделять наиболее значимые величины, которые оказывают большое влияние на результаты деятельности фирмы.

Существует множество критериев, которые используются в процессе финансового анализа фирмы. Наиболее часто используются такие экономические критерии, как: ликвидность активов, в который включаются коэффициент покрытия и коэффициент срочности; прибыльность, рентабельность, окупаемость, скорость оборачиваемости капитала, критерий устойчивости.

Ликвидность активов обеспечивает фирме уверенность в ее платежеспособности посредством регуляции быстрого превращения активов фирмы в денежные средства. В случае нехватки у фирмы денежных средств она может реализовать свои ликвидные активы для погашения долгов.

Уровень ликвидности оценивается с помощью двух коэффициентов: коэффициента покрытия и коэффициента срочности.

Коэффициент покрытия представляет собой соотношение текущих активов фирмы и краткосрочных обязательств фирмы.

Коэффициент срочности представляет собой соотношение высоколиквидных активов, подлежащих быстрой реализации, и краткосрочных обязательств фирмы. Одним из основных факторов успешной деятельности фирмы, а также важным критерием финан-

**43а****43. Бизнес и цены**

Неотъемлемой и важной составляющей в предпринимательской деятельности фирмы является цена на товары и услуги.

**Цена** служит единственным элементом в деятельности фирмы, который является производителем прибыли. Цена, в отличие от качества и свойств товара, очень гибкий элемент, который может подвергаться быстрому изменению.

Цена отражает качественные характеристики товара, что сказывается на политике ценообразования.

**Политика ценообразования** заключается в решении одной из пяти поставленных задач, к которым относятся:

- 1) политика «снятия сливок»;
- 2) выживание;
- 3) увеличение текущей прибыли;
- 4) стремление выйти в лидеры;
- 5) увеличение доли рынка.

Цена товара зависит от уровня потребительского спроса. Показатель, отражающий зависимость уровня цен от текущего спроса, называется кривой спроса. В обычной социальной среде цена и спрос находятся в обратной пропорциональной зависимости. Это означает, что повышение цены на товар снижает уровень спроса на него.

Обратная динамика наблюдается в отношении престижных товаров. Некоторые категории покупателей предпочитают приобретать товары высокого качества по высоким ценам.

Кривая спроса характеризует реакцию покупателей, которые относятся к разным категориям, т. е. определяет их чувствительность к цене. Для проведе-

**44а****44. Ценообразование**

При выборе метода ценообразования необходимо учитывать три основных фактора, к которым относятся: спрос потребителей, показатели издержек и ценообразовательная политика конкурентов.

В соответствии с этими факторами определяются три уровня ценового предела. Нижний уровень ценового предела составляют издержки, средний уровень определяют цены конкурентов, а высокий уровень ценового предела составляют мнения покупателей о товаре. Для того, чтобы выбрать правильный метод ценообразования, необходимо учитывать хотя бы один из факторов.

Самым простым методом ценообразования является метод начисления надбавки к издержкам производства на единицу продукции.

Этот метод используется по следующим причинам: величину издержек рассчитать намного легче, чем произвести оценку потребительского спроса; фирмы, использующие этот метод, установят примерно одинаковый уровень цен, что уменьшит конкуренцию; применение этого метода является взаимовыгодным для покупателей и продавцов.

К распространенному методу образования цен относится метод расчета цены, который основан на наблюдении уровня прибыльности вложенных в дело капиталов.

К методам расчета цены относится метод, при котором используется восприятие ценности товара покупателями.

При использовании метода установки цены на основе реальной ценности товара на товар высокого качества может устанавливаться низкая цена. Этот метод

**426** сового состояния фирмы является прибыльность.

Рентабельность характеризует отношение объема прибыли фирмы, которая получена за определенный промежуток времени, и стоимости производственных и других видов средств, использованных фирмой в целях получения этой прибыли.

В российской экономике используются несколько определенных показателей рентабельности. К ним относятся:

- 1) рентабельность активов (имущества фирмы);
- 2) рентабельность собственного капитала фирмы;
- 3) рентабельность продаж;
- 4) рентабельность текущих затрат;
- 5) рентабельность инвестированного капитала;
- 6) рентабельность производства;
- 7) рентабельность фонда фирмы.

Скорость оборачиваемости капитала является показателем скорости использования средств, вложенных в предпринимательскую деятельность фирмы. Для определения величины показателя скорости оборачиваемости капитала используется соотношение объема прибыли от продаж товаров и величины активов фирмы в денежном эквиваленте.

Критерий устойчивости или надежности фирмы показывает, насколько надежно обеспечена фирма собственными ресурсами и какова ее зависимость от внешних источников финансирования. Величина этого показателя определяется при помощи отношения внешних инвестиций к собственным денежным ресурсам фирмы.

**446** позволяет привлекать к продукции внимание большего количества покупателей, которые оценят доступные цены и хорошее качество товаров.

Установить цену на товары можно на основе использования текущего уровня цен конкурентов. Фирмы, которые занимаются производством и реализацией аналогичной продукции, назначают примерно одинаковые цены на товары.

Окончательная цена назначается после рассмотрения дополнительных факторов, к которым относятся: психологический фактор восприятия цены, ценовая политика фирмы, отношение к цене других участников рынка.

Отношение к ценам фирмы других участников рынка заключается в реакции на цены дистрибьюторов, дилеров, торговых представителей.

Адаптация цен на рынке зависит от различных условий, среди которых: географические признаки, различия в требованиях отдельных сегментов рынка, объемы заказов, применение скидок и зачетов и другие.

Установив первоначальное значение цен, в процессе реализации товаров фирма может оказаться в ситуации, когда приходится повышать или снижать их.

Любое изменение цен на рынке вызывает реакцию со стороны потребителей, участников рынка (дистрибьюторов, дилеров), поставщиков и конкурентов.

В процессе предпринимательской деятельности бизнесмен обязан приобрести навыки проведения ценовой политики.

**416** Расходы в бухгалтерском учете, подобно доходам, классифицируются в зависимости от направления деятельности фирмы.

Расходы, которые связаны с обычными видами деятельности фирмы, включают в себя:

- 1) расходы, которые связаны с производством и реализацией продукции фирмы или оказанием услуг;
- 2) расходы, которые связаны с предоставлением в арендное пользование своих активов;
- 3) расходы, связанные с участием фирмы в уставных капиталах других организаций;
- 4) расходы по отчислениям в виде амортизируемых активов в целях возмещения стоимости основных средств;
- 5) расходы, связанные с оплатой за предоставление прав по патентам на изобретения.

Расходы по обычным видам деятельности проходят по бухгалтерскому счету в той сумме, которая была начислена в денежной форме, равной величине кредита или другой задолженности.

Расходы текущего периода подразделяются в зависимости от условий, направления и характера деятельности фирмы. Различают расходы, связанные с производственной деятельностью и реализацией товаров и услуг (расходы на оплату труда, материальные расходы, начисленной амортизации и другие) и расходы, не связанные с реализацией продукции.

**436** ния анализа кривых спроса фирма может использовать один из трех методов:

- 1) статистический анализ факторов, влияющих на взаимосвязь цен с объемами продаж;
- 2) проведение экспериментов с ценами;
- 3) метод опроса покупателей, в процессе которого выясняется степень зависимости количества приобретаемой продукции от уровня цен на нее.

Помимо кривой спроса, для определения чувствительности спроса к ценам на товары существует понятие эластичности спроса. Если спрос на товары меняется даже при незначительном изменении цен, это говорит об эластичности спроса. Если при изменении цен спрос остается почти без изменений, можно говорить о его неэластичности.

Существуют два вида издержек: постоянные и переменные.

Постоянными издержками являются те затраты, которые не зависят от производственных объемов и объемов реализуемой продукции (оплата энергии, отопления, аренды, зарплата сотрудникам фирмы и другие).

Переменные издержки отражают затраты, которые связаны с производственным уровнем фирмы.

Полные издержки представляют собой совокупность постоянных и переменных издержек фирмы.

Средние издержки — это издержки на единицу продукции. Средние издержки определяются при помощи деления величины полных издержек на объем произведенной продукции.



**45a****45. Риск: понятие и виды**

Понятие предпринимательского риска включает в себя возможные потери денег, имущества, товара, т. е. непредвиденный расход ресурсов и снижение доходов. Иначе говоря, в результате возникновения рискованной ситуации происходит потеря возможных доходов при непредусмотренном увеличении дополнительных расходов.

Существуют различия в понятиях «потери», «убытки» и «расход». Убытки представляют собой непредвиденные расходы, а также расходы, не приносящие прибыли. Потери могут определяться дополнительными расходами, не предусмотренными программой действий предпринимателя. Потери могут быть связаны с нанесением морального ущерба, в результате которого теряется социальный статус или имидж предпринимателя.

В юридической практике моральный ущерб возмещается в денежной форме.

Когда предприниматель прогнозирует возможные потери в начале своей деятельности, он может получить количественную оценку **риска**. Часто возможные потери носят случайный характер. Нельзя предвидеть заранее перемену погодных условий, неустойчивость цен, спрос на товар, случайные события в процессе выполнения бизнес-операции. Случайное событие может оказать как благоприятное, так и неблагоприятное действие на конечные результаты бизнес-операции.

Виды предпринимательского риска зависят от видов возможных потерь. Разделение потерь на виды помогает найти способы снижения риска в каждом конкретном случае.

**46a****46. Факторы риска, их структура**

В процессе предпринимательской деятельности необходимо отслеживать основные факторы макросреды и микросреды.

К факторам макросреды относятся.

1. **Демографическая среда** является важным фактором макросреды. Она представляет население страны. Численность и темпы роста населения различных регионов, городов и стран являются постоянно изменяющейся величиной.

2. **Экономическая среда** представляет собой покупательскую способность населения. Уровень доходов предпринимателей зависит от уровня платежеспособности населения.

3. **Технологическая среда** представлена в виде появления потребности в создании новых технологий.

4. **Политическая и юридическая сферы** представлены в виде происходящих в них событий, которые происходят в сфере политики и законодательства, оказывают значительное влияние на предпринимательскую деятельность.

5. **Социокультурная среда** образуется из формирования общественных убеждений в вопросах ценностей и норм каждого человека в отдельности.

К факторам микросреды относятся: потребители, поставщики, каналы распределения продукции и услуг, конкуренция.

На поведение потребителей оказывают влияние социальные факторы, к которым относятся референтные группы, семья, статусы и роли людей.

Серьезным фактором предпринимательского риска является проблема конкуренции. Если на рыночном

**47a****47. Оценка риска**

Анализ внешней бизнес-среды позволяет определить возможности и угрозы компании при решении воплотить в жизнь свои предпринимательские замыслы. Возможностями компании являются возможности удовлетворения потребностей потребителей. Угрозы внешней бизнес-среды заключаются в неблагоприятном влиянии факторов макросреды (демографических, технологических, экономических, юридических, политических, социальных, культурных) и микросреды (потребители, конкуренты, поставщики, каналы распределения). Угрозы и опасности, которые могут стать причиной для критического и катастрофического риска компании или фирмы, должны строго контролироваться. Необходимо подготовить стратегический план действий компании в случае возникновения рискованных ситуаций.

Анализ внутренней бизнес-среды включает в себя оценку сильных и слабых сторон деловых способностей компании, определение недостатков в работе различных ее отделов и поиск средств и способов их устранения.

Общая оценка слабых и сильных сторон компании или фирмы имеет название стратегического анализа, в результате которого производится составление стратегического плана предпринимательской деятельности. Первым этапом стратегического плана является формулирование целей. Цели должны быть четко и структурно организованы, иметь количественное выражение, быть реальными и последовательными. Существует выбор между двумя альтернативными способами достижения конечной цели компании: поиск новых рыночных сегментов или проникновение на существующие; сокращение сроков получения прибыли при установках высоких цен или долгосрочные перспективы роста прибыли при низких ценах; ускорение темпов роста при высоком уровне предпринимательского риска или минимизация рисков.

**48a****48. Способы снижения риска**

Для снижения уровня вероятного риска существуют несколько способов, которые необходимо знать успешному предпринимателю. Назовем основные из них:

- 1) перед началом бизнес-операции необходимо провести оценку возможных потерь в процессе проведения данной операции, определить их величину и частоту возникновения;
- 2) не избегать риска, а постараться снизить его уровень;
- 3) если бизнесмен принял решение пойти на риск вероятных потерь, необходимо воспользоваться страхованием операции.

Этот способ приводит к уменьшению риска. Страхование распространяется на имущество, здоровье, жизнь, коммерческие операции, сохранность перевозимых грузов. В случае страхования бизнес-операции предприниматель обязан сделать страховые взносы, что в своем роде является определенной потерей средств.

Если уровень риска носит характер допустимого, т. е. величина потерь не превышает ожидаемую прибыль, бизнесмен может решиться на проведение бизнес-операции:

- 1) если вероятность критического риска достаточно велика, есть необходимость заключить договор операции, согласно которому возможный риск делится между всеми участниками так, чтобы впоследствии можно было возместить потери общими усилиями;
- 2) при высоком уровне вероятности возникновения критического риска необходимо организовать ре-

**466** сегменте уже сильные конкуренты, целесообразность бизнес-операции уменьшается.

Угрозой является появление на рынках новых фирм-участников.

Угрожающим фактором является появление на рынке продукции, которая может заменить уже действующий товар.

Следующей важной угрозой для предпринимательской деятельности является угроза рыночной власти поставщиков. Власть поставщиков может возрасти в том случае, когда у покупателя нет возможности отказаться от приобретения предлагаемого поставщиками товара за счет уменьшения его количества на рынке. К факторам риска относится огромное количество причин, влияющих на возникновение предпринимательских потерь. Их все невозможно перечислить, но можно сформировать некоторые группы причин, которые являются основными факторами риска. К ним относятся:

- 1) стихийные бедствия;
- 2) заболевание или смерть предпринимателя или членов его группы;
- 3) повышенные материальные затраты;
- 4) нечестность, безответственность участников проекта;
- 5) несоответствие факторов производства;
- 6) неблагоприятное изменение рыночной конъюнктуры;
- 7) непредвиденные политические события;
- 8) ошибки разработчиков, их некомпетентность;
- 9) непредусмотренное повышение налогов;
- 10) недобросовестная конкуренция;
- 11) неплатежеспособность участников бизнес-операции;
- 12) повышение уровня оплаты труда работников.

**486** резервный фонд, заранее определив источники компенсации потерь;

- 3) нельзя начинать бизнес-операцию с высоким уровнем вероятности катастрофического риска, в результате которого предпринимательская деятельность может закончиться крахом.

Если фирма занимает на рынке доминирующие позиции, ей необходимо использовать такую стратегию, как расширение рынка. Для этого фирма обязана заниматься поиском и привлечением новых потребителей, новых способов использования продукции, увеличением интенсивности использования продукции фирмой.

Одним из способов снижения уровня предпринимательского риска являются мероприятия по защите доли рынка от атакующих действий конкурентов. Эффективным способом защиты является постоянное введение новых продуктов и услуг. Существуют оборонительные стратегии, которые позволяют уменьшить вероятность нападения конкурентов. К оборонительным стратегиям относятся:

- 1) защита флангов;
- 2) позиционная оборона;
- 3) упреждающие оборонительные действия;
- 4) контратака;
- 5) мобильная защита;
- 6) сокращение.

**456** Различают несколько видов потерь.

1. **Материальные потери** выражаются в незапланированных затратах, а также потерях оборудования, товаров, материальных ресурсов, энергии, строительных материалов, имущества, продукции и т. д.

Производя анализ вероятных потерь отдельных видов ресурсов, можно определить их общую величину.

2. **Финансовые потери** определяются денежным ущербом, который может быть связан с дополнительной тратой денег на штрафы, непредусмотренные платежи и налоги.

Также это могут быть финансы, на которые рассчитывал предприниматель, но они по каким-то причинам не были получены, или были получены не полностью. Кроме того, финансовые потери могут быть связаны с инфляцией, задержкой или отсрочкой выплат.

3. **Трудовые потери** могут быть представлены потерей рабочего времени, возникшей в результате непредвиденных обстоятельств. Измерение таких потерь можно выразить в трудовых часах и днях.

Потери времени возникают тогда, когда процесс бизнес-операции идет не так быстро, как это планировалось, т. е. с опозданием. Такие потери оцениваются в определенных промежутках времени (часы, дни, недели, месяцы).

4. **Специальные виды** потерь включают в себя нанесение вреда здоровью, репутации предпринимателя. Этим видам потерь трудно дать оценку и определить их стоимость.

**476** Анализ сбыта проводится при помощи двух методов: анализа отклонений и анализа микропродаж. В процессе анализа отклонений определяется влияние различных факторов на уровень плановых и фактических объемов продаж. В процессе анализа микропродаж определяются и выделяются факторы, влияние которых неблагоприятно отражается на достижении запланированных плановых показателей (территориальные особенности, низкие объемы продаж, особенности ценообразования).

Анализ сегмента рынка проводится на основе учета процентного объема продаж компании относительно общих объемов продаж на рынке. В случае увеличения относительной доли компании на рынке можно сделать вывод о ее приближении к основному конкуренту на рынке.

Анализ соотношения объемов затрат и продаж заключается в строгом контроле основных ежегодных показателей объемов затрат и продаж.

Финансовый анализ необходим для установления факторов, которые влияют на норму прибыли по чистой стоимости. Анализ маркетинга компании проводится по оценке потребителей и оценке акционеров. Оценка покупателей включает в себя следующие покупательские критерии: количество покупателей, их предпочтения, количество постоянных покупателей, количество недовольных покупателей, доступность информации о товаре на рынках, относительная оценка качества товара, относительная оценка сервисного обслуживания. Система таких оценок рынков позволяет предупредить возможные опасности в этой сфере.

Для определения правильной оценки положения конкурирующих фирм необходимо изучить три составляющие: доли рынка, предпочтения покупателей и ассоциации с фирмой. Фирмы или компании, которые обладают большими долями рынка и получают большие объемы прибыли, являются лидерами по показателям предпочтений покупателей.

**49a****49. Бизнес и мораль**

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

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

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

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

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

**Бизнес** — это предпринимательская деятельность, приносящая доход.

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

**50a****50. Морально-этический кодекс цивилизованного предпринимателя**

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

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

1. Будь честен и правдив.
2. Люби и уважай человека.
3. Уважай власть.
4. Будь верен слову.
5. Уважай право частной собственности.
6. Будь целеустремленным.
7. Живи по средствам.

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

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

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

Современные предприниматели с осуждением относятся к нечестному ведению бизнеса и нарушению правил морально-этического кодекса, поэтому чаще

**51a****51. Культура предпринимательства**

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

Культура предпринимательства состоит из внутренней и внешней культуры предпринимательских фирм. Внутренняя культура отображает взаимоотношения участников бизнеса внутри фирмы.

Внешняя культура воплощает в себе соблюдение правил культурного поведения предпринимателей по отношению к своим поставщикам, потребителям, покупателям и другим участникам бизнес-операции, с которыми контактирует предприниматель в процессе своей деятельности.

Имеются две составляющих стороны культуры предпринимательства.

1. Представление предпринимателя о ценностях бизнеса.

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

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

Конкретное поведение — поведение предпринимателя в процессе проведения какой-либо бизнес-опе-

**52a****52. Правила ведения переговоров с иностранцами**

При переговорах с иностранцами необходимо обратить внимание на их стиль поведения, их традиции, которые нужно учитывать.

Американцы имеют настрой обсуждать не только общие вопросы, но и предпочитают подробно обсудить детали. Обычно они хорошо относятся к партнерам, отличаются дружелюбием, одновременно требуя такого же отношения к себе.

Китайцы предпочитают вести переговоры поэтапно.

На первом этапе они уточняют позиции, очень внимательны к внешнему виду партнеров, по которому они определяют их статус, к манере их поведения. В процессе общения китайцы стараются выделить людей, которые проявляют к ним симпатию. Это помогает им в дальнейшем влиять с их помощью на позицию партнеров.

На втором этапе переговоров происходит обсуждение проблемы. В ходе обсуждения китайцы внимательно относятся к допущенным партнерами ошибкам, которые стараются использовать для оценки возможностей партнерской фирмы.

Третий этап проведения переговоров является заключительным. На этом этапе партнеры принимают решение. Китайцы предпочитают принимать решение не за столом в ресторане, а дома.

Французы обычно избегают обсуждения проблемы, находясь с партнером с глазу на глаз. Они отличаются независимостью, учтивостью, вежливостью и любезностью. Внимание уделяют предварительному обсуждению и договоренностям. Предпочитают не вступать в конфронтацию с партнерами. Переговоры ведут на родном языке.

**506** Все бизнесмены, недалековидные в вопросах законов ведения предпринимательской деятельности и правил общения в процессе бизнес-операций, завершают свое дело полным крахом.

Современный предприниматель должен обладать таким комплексом качеств, как:

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

**526** Японцы стараются избегать обсуждения, не любят столкновений с позициями партнеров, большое внимание уделяют налаживанию личных отношений, проявляют повышенное внимание к собеседнику. Очень чувствительны к мнению общества. Отличаются точностью и пунктуальностью.

Немцы предпочитают заранее проработать свою позицию в партнерских отношениях. В процессе переговоров последовательно обсуждают все вопросы.

Англичане отличаются тем, что всегда стараются избегать столкновений по обсуждаемым вопросам, обладают гибкостью в общении, всегда идут навстречу партнерам. Предпочитают минимум подготовки к переговорам.

Венгры предпочитают вести переговоры в официальной обстановке, а не за ресторанным столом. Не любят торговаться, быстро уступают партнерам.

Арабы считают главным условием установление доверия между партнерами. Отличаются соблюдением традиций ислама, согласно которым постоянно обращаются к своим корням, к своему прошлому. Предварительно прорабатывают все детали переговоров.

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

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

Многие предприниматели заключают сделки не документально, а всего лишь на словах, заручившись честным словом участника операции. Гарантируя друг другу соблюдение правил честности и порядочности в процессе проведения операции, предприниматели имеют возможность получить не только хорошую прибыль, но и создать себе имидж порядочных людей и партнеров.

К сожалению, в бизнесе присутствуют люди, для которых не существует правил добропорядочных отношений. Они не соблюдают ни гражданских, ни религиозных, ни человеческих законов морали. Воровство, обман, взяточничество и вымогательство являются у них не пороками, а достоинствами.

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

**516** рации, где он воплощает в жизнь усвоенные им правила и нормы культурного поведения.

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

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

Недостаток культуры предпринимательства у современных бизнесменов приводит к образованию посреднического предпринимательства, в котором получение небольшой, но быстрой прибыли ценится бизнесменами выше, чем планирование и проведение крупных бизнес-операций. В процессе предпринимательской деятельности бизнесмену приходится вступать в такую форму общения с партнерами, как деловые переговоры. Для того чтобы правильно провести эту деловую встречу, необходимо приобрести навыки общения во время переговоров.

Перед тем как отправиться на важную деловую встречу, необходимо обдумать, что и как говорить партнерам по переговорам. Следующим важным фактором является создание подходящей атмосферы во время переговоров. Встреча начинается с приветствия, представления деловых партнеров друг другу. Следующим этапом встречи является изложение проблемы, введение в курс дела, определение характера проблемы.

Начинать переговоры нужно с важных аспектов, которые необходимо обсудить. Если в процессе обсуждения партнеры приходят к согласию, следующим этапом общения будет обсуждение деталей.

**53а 53. Деловая переписка, выставки, презентации**

После того, как переговоры проведены, необходимо письменно заверить их содержание. Итоги переговоров подлежат обязательному обсуждению в фирме, независимо от положительного или отрицательного результата переговоров. Деловая переписка также является важной составляющей в процессе делового общения бизнесмена с партнерами. Бизнесмен должен уметь писать письма и отвечать на запросы.

Служебное письмо имеет следующую структуру:

- 1) обоснование актуальности запроса;
- 2) содержание запроса;
- 3) ожидаемый результат с формулировкой гарантий.

Сопроводительное письмо состоит из следующих пунктов:

- 1) сообщение о высылаемом материале;
- 2) уточняющие сведения.

Письмо, имеющее в своем содержании просьбу, должно излагать причины просьбы, суть просьбы и ожидаемый результат. Письмо-просьба должно начинаться со слова «прошу».

Письмо-ответ состоит из следующих частей:

- 1) повторение просьбы;
- 2) причина отказа;
- 3) констатация отказа.

Отказ должен смягчаться определенными фразами, например: «К сожалению, ваша просьба не может быть удовлетворена...».

Если автором письма является организация, письмо пишется от третьего лица.

От первого лица пишутся такие письменные документы, как: приказы, служебные письма, заявления, докладные и объяснительные записки.

**54а 54. Служебный этикет**

Служебным этикетом называют нормы и правила поведения в процессе общения с коллегами, порядки и формы отношений в процессе служебных контактов.

Понятие служебного этикета включает в себя правила приветствия, знакомства, представления, общения с руководителями, коллегами, подчиненными, правила проведения деловых переговоров, правила ведения переписки, а также требования к внешности, манерам поведения, стилю одежды, речевому общению.

В международном бизнесе применяются разработанные правила международного протокола, согласно которым бизнесмены обязаны соблюдать нормы служебного поведения.

В российском обществе к руководителям, коллегам и партнерам принято обращаться по имени и отчеству. Если обращение письменное, к имени и отчеству может добавляться слово «уважаемый».

В деловых ситуациях следует обращаться к партнерам на «Вы».

При первой встрече, которая носит деловой характер, мужчина обязан представиться женщине первым. Участников деловой встречи представляют друг другу организаторы встречи.

В процессе деловых отношений необходимо соблюдать субординацию, которая характеризует поведение людей, соответствующее занимаемой ими должности.

К соблюдению правил делового этикета относится умение выслушивать собеседника, не перебивать его.

В процессе делового общения необходимо проявлять к партнерам вежливость и уважение. В ходе переговоров или деловой беседы не следует открыто демонстрировать свои эмоции.

**55а 55. Проведение официальных и неофициальных приемов**

В сфере предпринимательства принято проводить официальные и неофициальные приемы. Неофициальными приемами считаются деловые завтраки и обеды.

Завтраки принято назначать с 8 часов утра. Они длятся примерно один или полтора часа. Столик в кафе или ресторане заказывается заранее и обычно сервируется фруктами, колбасными изделиями, молочными продуктами, хлебом, маслом; из напитков используются соки, чай и кофе.

Ланч, или второй завтрак проходит между 12 : 00 и 14 : 00 часами дня. За ланчем принято употреблять различные закуски и напитки, среди которых может быть аперитив или другие слабоалкогольные напитки.

Если на дневные часы запланировано такое мероприятие, как подписание контракта или открытие выставки, во время мероприятия принято подавать закуски и такие напитки, как шампанское, сухое вино, а также чай и кофе. Продолжительность мероприятия составляет около часа.

Обед относится к вечерним видам делового приема. Он может быть официальным и неофициальным.

Официальный обед принято начинать в 20 часов вечера. Продолжительность обеда составляет примерно два с половиной часа. Списки гостей составляются заранее. За столом места распределяются с помощью карточек с именами гостей. За столом приглашенные находятся в течение первого часа, а в течение остального времени они общаются в гостинной. Для официального обеда необходима соответствующая одежда: мужчины должны быть одеты в смокинг или

**56а 56. Правила общения**

Кроме правил, которые помогают расположить к себе людей, бизнесмену следует знать несколько основных приемов, которые помогают найти в людях своих единомышленников.

К ним относятся следующие правила общения:

- 1) не пытайтесь доказать человеку его неправоту. Доказывая человеку, что он не прав, мы рискуем нажить врага. Доказать свою правоту можно не словами, а хорошо продуманными действиями. В результате человек может самостоятельно понять, что он был не прав, но в этом случае это будет его собственным умозаключением, а не навязанным другими людьми;
- 2) не пытаться выиграть спор. Как известно, в споре нет правых. Независимо от здравого смысла и интеллекта людей, в споре каждый остается при своем мнении;
- 3) умение признавать свою неправоту. Признавать себя неправым всегда выгоднее, чем вступать в конфронтации с собеседниками;
- 4) умение больше слушать собеседника, чем говорить самому. Нужно дать собеседнику достаточное количество времени, чтобы высказаться. Возможно, вы получите информацию, которая поможет вам наладить с ним взаимовыгодные отношения;
- 5) быть дружелюбными с людьми. Дружелюбие и мягкость помогают склонить людей к своей точке зрения. Дружелюбный тон способен любого человека превратить в союзника;
- 6) умение найти общие точки соприкосновения с собеседником с первой же минуты общения. Если в первые минуты беседы вы приходите к общему

**546** Типовой стандарт поведения в деловой обстановке строится на основе возможности предвидеть поведение обеих сторон деловой встречи.

При любом результате деловой беседы необходимо вежливо попрощаться, сохраняя чувство собственного достоинства. Важно помнить о том, что хорошее отношение к людям является основой любого общения, в противном случае никакие приемы и тактики ведения переговоров и деловых бесед не помогут.

Бизнесмен должен владеть навыками правильного общения по телефону. Говорить нужно вполголоса, не очень громко. Начинать разговор положено со слов: «Я Вас слушаю», затем следует приветствие собеседника. Во время разговора необходимо соблюдать вежливость, доброжелательность и внимание по отношению к собеседнику. Первым заканчивает разговор женщина (при разговоре с мужчиной), старший по возрасту, старший по служебному положению.

Придя на рабочее место, бизнесмен должен составить список лиц, которым необходимо позвонить, указав напротив фамилий номер их контактного телефона.

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

**566** мнению и согласию, в дальнейшем собеседнику трудно будет сказать вам «нет»;

- 7) умение внушить человеку, что идея, возникшая в вашей голове, на самом деле принадлежит ему. Насильно навязать свою мысль другому человеку является практически невозможным делом. Лучше если человек поверит в то, что он делает это по своему собственному желанию;
- 8) умение понимать и принимать позицию других людей. Для того, чтобы понять мысли другого человека, нужно попытаться поставить себя на его место. Поняв мотивы его мышления и поведения, можно найти способы возможного влияния на его мнение в своих интересах;
- 9) умение проявлять сочувствие к людям. Людям свойственно искать у других сочувствия и жалости. Пожалев человека и проявив сочувствие к его ситуации, вы обеспечиваете его хорошее отношение к вам и признательность;
- 10) умение находить в поведении людей положительные мотивы. Если относиться к людям с доверием, они будут стремиться укрепить его благородными поступками и добросовестным отношением к общему делу;
- 11) не бояться соперничества. Стремление к превосходству дает человеку способность к самореализации, достижению более успешных результатов своей деятельности.

**536** Содержание письма должно быть кратким, и емким по содержанию.

В процессе предпринимательской деятельности проводятся различные выставки, презентации, пресс-конференции. Целью этих мероприятий является привлечение новых партнеров и клиентов к продукции фирмы.

Выставка проводится по следующей схеме:

- 1) определение цели выставки;
- 2) составление плана проведения выставки;
- 3) размещение экспонатов;
- 4) планирование направления передвижения посетителей.

Успех выставки зависит от профессиональной работы стендистов. Они должны иметь высокую квалификацию, соответствующую одежду, отлично владеть правилами межличностного общения, обладать тактом. Немаловажным требованием к стендистам является их способность к сохранению служебной тайны.

Пресс-конференция проводится в первой половине дня. В ней принимают участие журналисты, корреспонденты радио и телевидения. Список приглашенных составляется и рассылается за месяц до планируемого мероприятия, а потом рассылка повторяется за одну-две недели до мероприятия.

Презентации проводятся с целью предоставления потребителям информации о возможностях фирмы, ее новинках и дополнительных качествах товаров. Презентация является рекламной акцией. Подготовка к презентации проходит аналогично подготовке к выставке.

Текст рекламы должен содержать краткие заготовки информации о достоинствах и достижениях фирмы, результаты должны быть выражены в цифрах и процентном соотношении по отношению к конкурирующим фирмам.

**556** строгий костюм, а женщины — в вечернее платье.

Помимо обеда, к вечерним приемам относятся обед-буфет, ужин и чай.

Обед-буфет является менее официальным мероприятием, чем обед и ужин. Его можно проводить в домашних условиях или на открытом воздухе. Столы сервируются закусками, горячими блюдами и спиртными напитками. Стол имеет характер фуршета, т. е. гости сами наполняют свои тарелки закусками и садятся за столы по 4 или 6 человек. Такие мероприятия могут быть организованы после посещения культурных мероприятий.

Ужин обычно начинается в 21 час или более позднее время. Это мероприятие организуется и проходит аналогично обеду.

Чай организуется в 17 часов вечера. К чаю принято подавать сэндвичи, канапе, печенье, конфеты, напитки и фрукты. Специальной одежды на это мероприятие не требуется, и продолжается оно до полутора часов.

К любому приему нужно готовиться заранее, в зависимости от вида приема и его цели. Необходимо определить место проведения приема, составить списки приглашенных, разослать им приглашения, наметить их места за столом, составить меню, подготовить программу мероприятий на приеме, продумать сервировку стола и обслуживание гостей.

**Е. Н. Егорова, Е. Ю. Логинова**  
**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Шпаргалки

Завредакцией менеджмента и маркетинга: *Хаймульдинова Д. И.*

ООО «Издательство «Эксмо»  
127299, Москва, ул. Клары Цеткин, д. 18/5. Тел.: 411-68-86, 956-39-21  
**Home page: [www.eksmo.ru](http://www.eksmo.ru) E-mail: [info@eksmo.ru](mailto:info@eksmo.ru)**

Формат 60 × 90 1/16.