

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Пятигорск, 2020

Методические материалы дисциплины «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности», относящейся к базовой части учебного плана, составленного на основании ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, квалификация выпускника «Бакалавр», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. № 7.

Составители методических материалов:

Канд. экон. наук, доцент кафедры
экономики и организации
здравоохранения и фармации


Е.А. Сергеева

Методические материалы переработаны, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры экономики и организации здравоохранения и фармации протокол № 1 от «27» августа 2020 г.

И.о. заведующий кафедрой экономики
и организации здравоохранения
и фармации, канд. социол. наук


О.В. Котовская

Методические материалы одобрены учебно-методической комиссией по циклу гуманитарных дисциплин

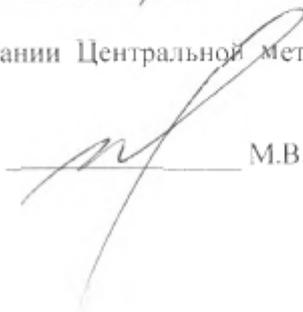
протокол № 1 от 31 августа 2020 г.

Председатель УМК


Е.В. Goverдовская

Методические материалы утверждены на заседании Центральной методической комиссии

Председатель ЦМК


М.В. Черников

Содержание

1. Методические материалы (указания, разработки, рекомендации) для преподавателей по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата).....
2. Методические материалы (указания, разработки, рекомендации) для студентов по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата).....
3. Методические материалы (указания, разработки, рекомендации) для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата)..... 53
4. Методическое обеспечение занятий лекционного типа
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности» направление подготовки 38.03.02 Менеджмент, (уровень бакалавриата)

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Автор: Е.А. Сергеева

**Методические материалы (указания, разработки,
рекомендации) для преподавателей
по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой
деятельности»**

**Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень
бакалавриата)**

Пятигорск 2020

Занятие № 1

ТЕМА: Сущность и социально – экономические условия развития предпринимательской и коммерческой деятельности.

Цель: Формирование теоретических знаний и практических навыков оценки социально-экономических условий осуществления предпринимательской и коммерческой деятельности.

Место проведения: учебная аудитория.

Время проведения: 2 часа

Перечень практических навыков:

- Оценка социально-экономических условий осуществления предпринимательской и коммерческой деятельности;
- Выбор формы и вида предпринимательской деятельности;
- Оценка и анализ рыночных возможностей;

Формируемые компетенции: ПК – 17; ПК – 20

Основные вопросы, предлагаемые для обсуждения:

Анализ рыночных возможностей.

Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса. Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности. Анализ рыночных возможностей. Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 2

ТЕМА: Организационные формы предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции

Цель: Формирование теоретических знаний и практических навыков выбора организационных форм предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часа

Перечень практических навыков:

- Выбор, порядок создания и регистрация предприятия различных организационно-правовых форм.

- Оценка развития и осуществления малого и среднего предпринимательства в современных социально-экономических условиях хозяйствования

Основные вопросы, предлагаемые для обсуждения:

Характеристика организационных форм предпринимательства.

Субъекты предпринимательской деятельности.

Организационно-экономические формы предпринимательства.

Организационные структуры предприятия и их выбор.

Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования

Формируемые компетенции: ПК – 17

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Характеристика организационных форм предпринимательства. Субъекты предпринимательской деятельности. Организационно-экономические формы предпринимательства. Организационные структуры предприятия и их выбор. Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок

4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 3

ТЕМА: Предпринимательские преобразования и их обоснование.

Цель: Формирование практических навыков создания предпринимательского проекта и его экономического обоснования.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часа

Перечень практических навыков:

- Формирования бизнес-моделей предпринимательской структуры;

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.
- Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.
- Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Формируемые компетенции: ПК 17, ПК 19, ПК 20

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 4

ТЕМА: Основы бизнес-планирования.

Цель: Формирование практических навыков разработки бизнес-плана предпринимательской структуры.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часа

Перечень практических навыков:

- Разработка бизнес-плана предпринимательской структуры;
- Презентация бизнес-плана.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.
- Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования.
- Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.
- Понятие мониторинга в экономике.
- Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием. Презентации бизнес-плана.

Формируемые компетенции: ПК 17, ПК 19, ПК 20

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Бизнес-планирование в российском предпринимательстве. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование. Понятие мониторинга в экономике. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием. Презентации бизнес-плана.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 5

ТЕМА: Организация реализации предпринимательского проекта.

Цель: Формирование практических навыков создания и развития предпринимательской структуры.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часа

Перечень практических навыков:

- Разработка управленческих документов по созданию новой предпринимательской структуры;
- Государственная регистрация новой предпринимательской структуры;
- Формирование учредительных документов.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.
- Правила создания учредительных документы предприятия.

Формируемые компетенции: ПК 17, ПК 19, ПК 20

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ

Хронокарта карта занятия

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур. Правила создания учредительных документы предприятия.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 6

ТЕМА: Организация реализации предпринимательского проекта.

Цель: Формирование практических навыков создания и развития предпринимательской структуры.

Место проведения: учебная аудитория.

Трудоемкость: 2 часа

Перечень практических навыков:

- Разработка и формирование уставных документов новой предпринимательской структуры;
- Лицензирования отдельных видов предпринимательской деятельности;
- Выбор режима налогообложения предпринимательской структуры;
- Координация предпринимательской деятельности при реализации бизнес-плана новой предпринимательской структуры.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Формирование уставного фонда предприятия.
- Выбор режима налогообложения.
- Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.
- Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками.

Формируемые компетенции: ПК 17, ПК 19, ПК 20

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ЗАНЯТИЯ**Хронокарта карта занятия**

№	Этап занятия	Время/мин.
1	Организация занятия	10
2	Определения цели и темы занятия	5
3	Выявление исходного уровня знаний	10
4	Разбор основных вопросов практического занятия	20
5	Выполнение практической работы	30
6	Проведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний.	15

Краткое содержание темы:

Формирование уставного фонда предприятия. Выбор режима налогообложения. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
6. Проведение входного контроля
7. Анализ допущенных ошибок
8. Выполнение практической работы
9. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Список литературы:

7.1. Рекомендуемая литература				
7.1.1. Основная литература				
№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л 1.1	под ред. О.В. Шемeneвой, Т.В. Харитоновой	Организация предпринимательской деятельности / А.И. Нестеренко, Т.М. Кривошеeva, М.В. Гаврилюк и др. ; под ред. О.В. Шемeneвой, Т.В. Харитоновой. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 294 с. : табл., схем. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.	
Л 1.2.	Самарина В.П.	Самарина, В.П. Основы предпринимательства [Текст]: учеб. пособие / В.П. Самарина. - 2-е изд., перераб. - М.: КНОРУС, 2016.- 224 с.	М.: КНОРУС, 2016	10
7.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л 2.1	Пчелина, О.В.	Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. – 92 с.: табл. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016.	
Л 2.2	Арустамов, Э.А.	Арустамов, Э.А. Основы бизнеса / Э.А. Арустамов. – 4-изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 230 с. : ил. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019.	
7.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
7.2. Электронные образовательные ресурсы				
1	Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. – 92 с.: табл. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Договор №551-11/19 «Об оказании информационных услуг» от 02.12.2019 г. (ЭБС «Университетская библиотека online»). Срок действия с «01» января 2020 г. по «31» декабря 2020 г.		
2	Савицкая Е.В., Экономика для менеджеров [Электронный ресурс] / Савицкая Е.В. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2016. - 208 с. - ISBN 978-5-4235-0210-2 - Режим доступа: http://www.studmedlib.ru	Контракт №73ИКЗ 191344404847226324300100090026399 000 от 12 ноября 2019 г. (ЭБС «Консультант студента»). Срок действия с 1 января 2020 г. по 31 декабря 2020 г.		
7.3. Программное обеспечение				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Office 365. Договор с ООО СТК «ВЕРШИНА» №27122016-1 от 27 декабря 2016 г. 2. Kaspersky Endpoint Security Russian Edition. 100149 Educational Renewal License 1FB6161121102233870682. 100 лицензий. 3. Office Standard 2016. 200 лицензий OPEN 96197565ZZE1712. 4. Microsoft Open License :66237142 OPEN 96197565ZZE1712. 2017 				

5. Microsoft Open License : 66432164 OPEN 96439360ZZE1802. 2018.
6. Microsoft Open License : 68169617 OPEN 98108543ZZE1903. 2019.
7. Операционные системы OEM, OS Windows XP; OS Windows 7; OS Windows 8; OS Windows 10. На каждом системном блоке и/или моноблоке и/или ноутбуке. Номер лицензии скопирован в ПЗУ аппаратного средства и/или содержится в наклеенном на устройство стикере с голографической защитой.
8. Система автоматизации управления учебным процессом ООО «Лаборатория ММИС»
9. Доступ к личному кабинету в системе «4Portfolio». Договор № В-21.03/2017 203 от 29 марта 2017
10. Доступ к личному кабинету в системе «ЭИОС»
11. Система электронного тестирования VeralTest Professional 2.7. Акт предоставления прав № ИТ178496 от 14.10.2015 (бессрочно)

Statistica Basic 10 for Windows Ru License Number for PYATIGORSK MED PHARM INST OF VOLGOGRAD MED ST UNI (PO# 0152R, Contract № IE-QPA-14-XXXX) order# 310209743.

7.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. ecsosman.edu.ru/ - библиотека экономической литературы
2. База данных «Бухгалтерский учет и отчетность субъектов малого предпринимательства» Минфина России - https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/buh-otch_mp/law/
3. www.gks.ru/ - Госкомстат России
4. www.elibrary.ru – национальная библиографическая база данных научного цитирования (профессиональная база данных).
5. www.scopus.com – крупнейшая в мире единая реферативная база данных (профессиональная база данных).
6. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях». Режим доступа: www.eup.ru

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Автор: Е.А. Сергеева

**Методические материалы (указания, разработки,
рекомендации) для студентов
по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой
деятельности».**

**Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень
бакалавриата)**

Пятигорск 2020

Занятие № 1

ТЕМА: Сущность и социально – экономические условия развития предпринимательской и коммерческой деятельности.

Цель: Формирование теоретических знаний и практических навыков оценки социально-экономических условий осуществления предпринимательской и коммерческой деятельности.

Перечень практических навыков:

- Оценка социально-экономических условий осуществления предпринимательской и коммерческой деятельности;
- Выбор формы и вида предпринимательской деятельности;
- Оценка и анализ рыночных возможностей;

Основные вопросы, предлагаемые для обсуждения:

- Анализ рыночных возможностей.
- Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация.
- Государственное регулирование предпринимательской деятельности

Краткое содержание темы:

Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса. Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности. Анализ рыночных возможностей. Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 2

ТЕМА: Организационные формы предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции

Цель: Формирование теоретических знаний и практических навыков выбора организационных форм предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции.

Перечень практических навыков:

- Выбор, порядок создания и регистрация предприятия различных организационно-правовых форм.
- Оценка развития и осуществления малого и среднего предпринимательства в современных социально-экономических условиях хозяйствования

Основные вопросы, предлагаемые для обсуждения:

- Характеристика организационных форм предпринимательства.
- Субъекты предпринимательской деятельности.

- Организационно-экономические формы предпринимательства.
- Организационные структуры предприятия и их выбор.
- Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования

Краткое содержание темы:

Характеристика организационных форм предпринимательства. Субъекты предпринимательской деятельности. Организационно-экономические формы предпринимательства. Организационные структуры предприятия и их выбор. Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 3

ТЕМА: Предпринимательские преобразования и их обоснование.

Цель: Формирование практических навыков создания предпринимательского проекта и его экономического обоснования.

Перечень практических навыков:

- Формирования бизнес-моделей предпринимательской структуры;

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.
- Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.
- Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Краткое содержание темы:

Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 4

ТЕМА: Основы бизнес-планирования.

Цель: Формирование практических навыков разработки бизнес-плана предпринимательской структуры.

Перечень практических навыков:

- Разработка бизнес-плана предпринимательской структуры;
- Презентация бизнес-плана.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.
- Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования.
- Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.
- Понятие мониторинга в экономике.
- Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием. Презентации бизнес-плана.

Краткое содержание темы:

Бизнес-планирование в российском предпринимательстве. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование. Понятие мониторинга в экономике. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием. Презентации бизнес-плана.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 5

ТЕМА: Организация реализации предпринимательского проекта.

Цель: Формирование практических навыков создания и развития предпринимательской структуры.

Перечень практических навыков:

- Разработка управленческих документов по созданию новой предпринимательской структуры;
- Государственная регистрация новой предпринимательской структуры;
- Формирование учредительных документов.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.
- Правила создания учредительных документов предприятия.

Краткое содержание темы:

Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур. Правила создания учредительных документы предприятия.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Занятие № 6

ТЕМА: Организация реализации предпринимательского проекта.

Цель: Формирование практических навыков создания и развития предпринимательской структуры.

Перечень практических навыков:

- Разработка и формирование уставных документов новой предпринимательской структуры;
- Лицензирования отдельных видов предпринимательской деятельности;
- Выбор режима налогообложения предпринимательской структуры;
- Координация предпринимательской деятельности при реализации бизнес-плана новой предпринимательской структуры.

Основные вопросы, выносимые на обсуждение семинара:

- Формирование уставного фонда предприятия.
- Выбор режима налогообложения.
- Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.
- Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками.

Краткое содержание темы:

Формирование уставного фонда предприятия. Выбор режима налогообложения. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками.

Основные этапы работы на практическом занятии:

1. Организация занятия
2. Проведение входного контроля
3. Анализ допущенных ошибок
4. Выполнение практической работы
5. Подведение итогов занятия и проверка итогового уровня знаний

Список литературы:

7.1. Рекомендуемая литература				
7.1.1. Основная литература				
№	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л 1.1	под ред. О.В. Шеменевой, Т.В. Харитоновой	Организация предпринимательской деятельности / А.И. Нестеренко, Т.М. Кривошеева, М.В. Гаврилюк и др. ; под ред. О.В. Шеменевой, Т.В. Харитоновой. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 294 с. : табл., схем. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.	
Л 1.2.	Самарина В.П.	Самарина, В.П. Основы предпринимательства [Текст]: учеб. пособие / В.П. Самарина. - 2-е изд., перераб. - М.: КНОРУС, 2016.- 224 с.	М.: КНОРУС, 2016	10
7.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
Л 2.1	Пчелина, О.В.	Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. – 92 с.: табл. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016.	
Л 2.2	Арустамов, Э.А.	Арустамов, Э.А. Основы бизнеса / Э.А. Арустамов. – 4-изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. – 230 с. : ил. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019.	
7.1.3. Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
7.2. Электронные образовательные ресурсы				
1	Пчелина, О.В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере / О.В. Пчелина, А.Ю. Тарбушкин; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. – 92 с.: табл. – Режим доступа: http://biblioclub.ru	Договор №551-11/19 «Об оказании информационных услуг» от 02.12.2019 г. (ЭБС «Университетская библиотека online»). Срок действия с «01» января 2020 г. по «31» декабря 2020 г.		
2	Савицкая Е.В., Экономика для менеджеров [Электронный ресурс] / Савицкая Е.В. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2016. - 208 с. - ISBN 978-5-4235-0210-2 - Режим доступа: http://www.studmedlib.ru	Контракт №73ИКЗ 191344404847226324300100090026399 000 от 12 ноября 2019 г. (ЭБС «Консультант студента»). Срок действия с 1 января 2020 г. по 31 декабря 2020 г.		
7.3. Программное обеспечение				
12. Microsoft Office 365. Договор с ООО СТК «ВЕРШИНА» №27122016-1 от 27 декабря 2016 г.				
13. Kaspersky Endpoint Security Russian Edition. 100149 Educational Renewal License				

<p>1FB6161121102233870682. 100 лицензий.</p> <p>14. Office Standard 2016. 200 лицензий OPEN 96197565ZZE1712.</p> <p>15. Microsoft Open License :66237142 OPEN 96197565ZZE1712. 2017</p> <p>16. Microsoft Open License : 66432164 OPEN 96439360ZZE1802. 2018.</p> <p>17. Microsoft Open License : 68169617 OPEN 98108543ZZE1903. 2019.</p> <p>18. Операционные системы OEM, OS Windows XP; OS Windows 7; OS Windows 8; OS Windows 10. На каждом системном блоке и/или моноблоке и/или ноутбуке. Номер лицензии скопирован в ПЗУ аппаратного средства и/или содержится в наклеенном на устройство стикере с голографической защитой.</p> <p>19. Система автоматизации управления учебным процессом ООО «Лаборатория ММИС»</p> <p>20. Доступ к личному кабинету в системе «4Portfolio». Договор № В-21.03/2017 203 от 29 марта 2017</p> <p>21. Доступ к личному кабинету в системе «ЭИОС»</p> <p>22. Система электронного тестирования VeralTest Professional 2.7. Акт предоставления прав № ИТ178496 от 14.10.2015 (бессрочно)</p> <p>Statistica Basic 10 for Windows Ru License Number for PYATIGORSK MED PHARM INST OF VOLGOGRAD MED ST UNI (PO# 0152R, Contract № IE-QPA-14-XXXX) order# 310209743.</p>
<p>7.4. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</p> <p>7. ecsosman.edu.ru/ - библиотека экономической литературы</p> <p>8. База данных «Бухгалтерский учет и отчетность субъектов малого предпринимательства» Минфина России - https://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/buh-otch_mp/law/</p> <p>9. www.gks.ru/ - Госкомстат России</p> <p>10. www.elibrary.ru – национальная библиографическая база данных научного цитирования (профессиональная база данных).</p> <p>11. www.scopus.com – крупнейшая в мире единая реферативная база данных (профессиональная база данных).</p> <p>12. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятиях». Режим доступа: www.eup.ru</p>

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Автор: Е.А. Сергеева

**Методические материалы (указания, разработки,
рекомендации) для самостоятельной работы студентов
по дисциплине « Основы предпринимательства и
коммерческой деятельности»**

**Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень
бакалавриата)**

Пятигорск 2020

Тема 1: Сущность и социально – экономические условия развития предпринимательской и коммерческой деятельности.

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса.
2. Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности.
3. Анализ рыночных возможностей.
4. Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация.
5. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Вопросы для самопроверки::

1. Что понимается под предпринимательской деятельностью?
2. Каковы признаки предпринимательской деятельности?
3. Какие выделяют функции предпринимательской деятельности?
4. Как осуществляется анализ рыночных возможностей?
5. Что представляет собой производственное предпринимательство?
6. Что представляет собой коммерческое предпринимательство?
7. Что относится к субъектам коммерческого предпринимательства?
8. Какие существуют виды финансового предпринимательства?
9. Что представляет собой консалтинговая и аудиторская предпринимательская деятельность?
10. Что представляет собой инновационное предпринимательство?
11. Какие основные нормативно-правовые акты регулируют предпринимательскую деятельность?
12. Что представляет собой процедура государственной регистрацией индивидуального предпринимателя?
13. Что относится к преимуществам и недостатками франчайзинга?

Практические задания:

Задание 1. Заполните таблицу, используя нормы Гражданского Кодекса РФ гл. 4.

Таблица 1 – Субъекты предпринимательского права (юридические лица)

Вид субъекта	Учредительные документы учредители	Особенности организации	Условия реорганизации и ликвидации

Задание 2. Назовите, какие организационно-правовые формы фирмы эффективны, конкурентоспособны и в наибольшей степени соответствуют сферам мезоэкономики: в топливно-энергетическом и сырьевом комплексе; в

агропромышленном комплексе; в военно-промышленном комплексе; в строительстве, обрабатывающей промышленности, на транспорте, в финансовой сфере; в непроизводственной сфере (образование, здравоохранение, наука, информация, спорт, туризм и т.д.)

Задание 3. Составить схему «Преобразование предприятий» по следующей форме.

Название организационно- правовой формы предприятия	Основание для преобразования	Во что могут быть преобразованы

1. История предпринимательства в России.
2. Особенности современных российских предпринимателей.
3. Государственная поддержка предпринимательства в развитых странах

Темы докладов, сообщений, презентаций:

1. Теоретические основы учения о предпринимательстве.
2. Понятие предпринимательства и его роль в обществе.

Фонд тестовых заданий по теме № 1:

1. К основным признакам предпринимательства относится все за исключением:

- а) ориентация на получение прибыли;
- б) готовность идти на любой риск ради получения результата;**
- в) материальная ответственность за результаты своих действий.
- г) стремление к новациям и нововведениям..

2. Для процедурного бизнеса характерно:

- а) преимущественно экстенсивный характер развития;
- б) ориентация на поиск новых правил и процедур;
- в) ассиметричные взаимоотношения между партнерами;
- г) равноправные, устойчивые взаимоотношения между партнерами.**

3. К основным формам экономической деятельности можно отнести:

- а) предпринимателя;**
- б) домашнюю хозяйку;
- в) учителя в школе;
- г) верно все перечисленное.

4. Бизнесмен отличается от предпринимателя тем, что:

- а) берет на себя риск ведения дела;

- б) занимается организацией бизнеса;
- в) ведет бизнес «традиционными» методами;**
- г) ищет новые сферы и способы ведения бизнеса.

5. К сильным сторонам единоличного предпринимателя можно отнести все за исключением:

- а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
- б) специализация управленческой деятельности.**
- в) принятие на себя риска ведения дел;
- г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;

6. Современная функциональная парадигма бизнеса опирается на:

- а) менеджмент;
- б) маркетинг;
- в) стратегическое планирование;**
- г) верно все выше пересеченное.

7. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:

- а) в появлении и развитии функций бизнеса;**
- б) в полной независимости от государства;
- в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
- г) верно все выше перечисленное.

8. Для современного процедурного бизнеса прибыль является:

- а) главной целью ведения бизнеса;
- б) основным показателем эффективности деятельности предпринимателя;
- в) вознаграждением предпринимателя за принятый на себя риск ведения дела;
- г) верно б) и в).**

9. В современных условиях постиндустриального общества характерен:

- а) только интуитивный бизнес;
- б) только процедурный бизнес;
- в) в основном процедурный бизнес, при сохранении в отдельных сферах и ситуациях элементов интуитивного бизнеса;**
- г) в основном интуитивный бизнес, при появлении в отдельных сферах и ситуациях элементов процедурного бизнеса;

10. К основным элементам бизнес операции относят:

- а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
- б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
- в) организацию производства и реализации продукции;

г) верно все выше перечисленное.

11. К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:

- а) характер предпринимателя;
- б) особенности конкуренции на рынке;**
- в) цели фирмы;
- г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.

12. К правовой инфраструктуре бизнеса относят:

- а) законы и постановления;
- б) обычаи хозяйственного оборота;
- в) нормы деловой этики;
- г) все перечисленное верно.**

13. Банковская деятельность относится к :

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому бизнесу;
- в) финансовому бизнесу;**
- г) бизнесу в сфере услуг.

14. К преимуществам коммерческого бизнеса можно отнести:

- а) независимость от качества ресурсов;
- б) простоту бизнес-операции;**
- в) устойчивость;
- г) легкость управления.

15. Крупный бизнес выполняет в экономике следующие функции:

- а) служит источником развития экономики;
- б) обеспечивает устойчивость экономики;
- в) накапливает и тиражирует наиболее эффективные правила и процедуры современного рационального бизнеса;
- г) все выше перечисленное верно.**

16. Жизнеобеспечивающее предприятие - это:

а) малое предприятие, ориентированное на рынок, которое обеспечивает своему владельцу приемлемый уровень дохода и не имеет тенденции к быстрому росту:

б) предприятие малого бизнеса, ориентированное на рынок и имеющее тенденцию к быстрому росту и высокой отдаче вложенных в него средств;

в) малое предприятие, ориентированное на обеспечение текущих потребностей своего владельца, слабо связанное с рынком и поэтому имеющее тенденций к быстрому росту;

г) только те малые предприятия, которые относятся к мельчайшему бизнесу, а поэтому часто гибнут и не имеют тенденций к быстрому росту.

17. К экономическим функциям малого бизнеса относится:

- а) включение в производство временно незанятых ресурсов;
- б) внедрение новых товаров и услуг;
- в) обеспечение узкоспециализированными товарами и услугами;
- г) **верно все выше перечисленное.**

18. Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:

- а) к традиционному малому бизнесу;
- б) **венчурному бизнесу;**
- в) франчайзингу;
- г) вообще не относятся к малому бизнесу.

19. К наиболее распространенным формальным критериям выделения малого бизнеса относится:

- а) **количество занятых на предприятии;**
- б) отраслевая принадлежность бизнеса;
- в) количество постоянных клиентов;
- г) единство собственности и управления на предприятии.

Тема 2. Организационные формы предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции.

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Характеристика организационных форм предпринимательства.
2. Субъекты предпринимательской деятельности.
3. Организационно-экономические формы предпринимательства.
4. Организационные структуры предприятия и их выбор.
5. Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.

Вопросы для самопроверки:

1. Какие факторы влияют на выбор организационно-правовой формы предприятия?
2. Перечислите и охарактеризуйте субъекты предпринимательской деятельности?
3. Дайте понятие организационной структуре предприятия, обоснуйте их выбор?
4. Каков порядок государственной регистрации предприятия?
5. Какие основные учредительные документы юридических лиц?
6. Раскройте суть малого и среднего предпринимательства в современных

социально-экономических условиях хозяйствования.

Практические задания

Задание 1. Студенты получают задание подготовить доклад, отражающий основные характеристики заданных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности (ПД) по следующим параметрам: перечень документов, необходимых для регистрации; размер государственной пошлины за регистрацию; порядок регистрации; порядок ликвидации; размер уставного капитала; порядок внесения уставного капитала; состав учредительных документов; ответственность учредителей; сравнительный анализ рассмотренных организационных форм между собой. Доклад основных положений работы и их обсуждение проводятся на практическом занятии. К сравнению предлагаются следующие организационно-правовые формы ПД: индивидуальное предпринимательство; общество с ограниченной ответственностью; публичное акционерное общество; непубличное акционерное общество; товарищество; производственный кооператив; унитарное предприятие. В результате проведенного анализа автору рекомендуется также выделить преимущества и недостатки каждой из рассмотренных организационно-правовых форм предприятий.

Задание 2. Индивидуальный предприниматель Захарян Р.С. закупает товары у отечественных и зарубежных производителей, реализует их в Ставропольском крае через розничную торговую сеть.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

1. Определите статус предпринимателя?
2. Какой документ подтверждает его деятельность?
3. В чём особенность риска его деятельности?

Задание 3. Индивидуальный предприниматель Захарян Р.С. собирается расширить свой бизнес, так как в результате его деятельности появились для этого финансовые возможности. В аналогичной ситуации оказались несколько знакомых Захаряну Р.С. предпринимателей.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

1. Какую организационно-правовую форму они могут создать?
2. Какие учредительные документы необходимы для создания и действия новой формы бизнеса предпринимателей?
3. Какая ответственность и особенность управления выбранной формы будет у предпринимателей.

Задание 4. Муниципальный магазин намерен создать на своей базе ООО «Глория». В магазине 30 штатных работников. Уставной капитал 10 миллионов рублей. На момент регистрации Учредитель передаёт со своего баланса на баланс общества 8 000 500 рублей, который поделён на равные доли.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

1. С какого момента ООО приобретает статус юридического лица?

2. Какие документы необходимо разработать и утвердить для осуществления деятельности ООО «Глория»?

Перечень тем рефератов:

1. Организация торговли научно-техническими разработками, изобретениями, «ноу-хау» по лицензионным договорам
2. Разработка стратегии развития предприятия

Темы докладов, сообщений, презентаций:

1. Основные характеристики организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в России
2. Преимущества и недостатки различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в России

Фонд тестовых заданий по теме № 2:

1. Корпорации как организационно правовой форме характерно всё, за исключением:

- а) делимость собственности акционеров.
- б) неделимость собственности имущества фирмы;
- в) это, обычно, форма организации крупного бизнеса;
- г) **единство собственности и управления.**

2. Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы;
- б) не может повлиять на размер своего дохода;
- в) отделен от управления;
- г) **является собственником имущества корпорации.**

3. К внешним механизмам, обеспечивающим баланс прав предпринимателей и их партнеров в рамках АО относится:

- а) система правовых ограничений;
- б) система перекрестного владения акциями;
- в) рынок контроля.
- г) **все выше перечисленное верно.**

4. Ориентации корпорации на реализацию долговременных инвестиционных проектов способствует:

- а) увеличение удельного веса физических лиц среди акционеров;
- б) увеличение удельного веса работников среди акционеров;
- в) **увеличение доли консолидированных акционеров;**
- г) сокращение удельного веса администрации среди акционеров.

5. Контрольный пакет акций - это:

- а) 51% акций;

- б) пакет акций обеспечивающий контроль над фирмой;
- в) пакет акций, дающий его владельцу право участвовать в собрании акционеров;**
- г) пакет акций, дающий его владельцу право быть избранным в совет директоров компании.

6. Полный контроль над корпорацией получает:

- а) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, в любых условиях;
- б) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, если нет блокирующего меньшинства;**
- в) акционер или группа акционеров, которая может блокировать принятие нежелательных для них решений по наиболее важным вопросам;
- г) всегда принадлежит менеджменту, который принимает важнейшие решения по управлению корпорацией.

7. К радикальным методам реорганизации корпорации можно отнести:

- а) создание совместных предприятий;
- б) слияние корпораций;**
- в) организация консорциума;
- г) создание кооператива.

8. К основным элементам трехзвенной структуры управления АО относятся:

- а) акционеры, совет директоров и ревизионная комиссия;
- б) акционеры, совет директоров и наемные работники;
- в) акционеры, совет директоров, должностные лица (администрация);**
- г) акционеры, должностные лица (администрация), ревизионная комиссия.

9. К сильным сторонам англосаксонской модели корпорации можно отнести:

- а) легкая идентификация акционера;
- б) ориентация акционеров на долгосрочные инвестиционные программы;
- в) невысокая распыленность акций среди мелких частных инвесторов;
- г) ориентация на внутренние источники финансирования.**

Тема 3. Предпринимательские преобразования и их обоснование.

Вопросы выносимые на обсуждение:

1. Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.

2. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.

3. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Вопросы для самопроверки:

1. Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.

2. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.

3. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Практические задания

Задание 1. Поиск и отбор бизнес-идеи. Подобрать бизнес-идеи, а затем выбрать из них лучшие можно заполнив таблицу 1.

Пояснения по выполнению задания № 1.1 Поиск и отбор бизнес-идеи:
1) чтобы придумать и/или найти бизнес-идею заполните в таблице 1.1 столбик № 1 – «Бизнес-идеи» (начиная с 1.1 до 1.3);

Задание № 1.1 Поиск и отбор бизнес-идей

Поиск	Выбор бизнес-идей				
	Необходимое финансирование	Личный интерес к бизнес-идее	Максимальный спрос на товар (услугу) бизнес-идеи		Сумма баллов (п.2+3+5, макс. 9 баллов)
Бизнес-идеи	3 – у вас уже достаточно денег для бизнеса 2 – не достаточно, но можно накопить (привлечь) 1 – не достаточно, не возможно накопить (привлечь)	3 – очень нравится (дело всей жизни) 2 – нравится 1 – не нравится	Количество интернет-запросов за месяц на Яндекс ² - или Гугл ³	3 – максимальный 2 – средний 1 – минимальный	
1	2	3	4	5	6
Основные способы поиска					
1. Составьте список из 3 бизнес-идей, основанных на ваших УВЛЕЧЕНИЯХ (ХОББИ) ⁴					
1.1					
1.2					
1.3					
2. Составьте список из 3 товаров/услуг (бизнес-идей), которые Вы недавно выгодно КУПИЛИ ИЛИ СОЗДАЛИ					
2.1					
2.2					
2.3					
3. Составьте список из 2 бизнес-идей, основанных на товарах/услугах с сайтов объявлений Авито (https://www.avito.ru/) и Юла (https://youla.io/) и др.					
3.1					
3.2					
4. Составьте список из 2 бизнес-идей, основанных на соц.сетях (вконтакте, инстаграм и др.)					
4.1					
4.2					
5. Напишите 2 бизнес-идей, реализация которых поможет решить существующие ПРОБЛЕМЫ, часто возникают у вас или ваших знакомых, в т.ч. на текущей, прошлой РАБОТЕ ПО НАЙМУ и/или УЧЕБЕ ⁵					
5.1					
5.2					
6. Составьте список из бизнес-идей, основанных на товарах, услугах не требующих вложения денег (например, ДРОПШИПИНГ ⁶) – что это? – смотри короткое видео по ссылке).					
6.1					
6.2					
Дополнительные способы поиска					
7. Составьте идею бизнеса, не требующего уплаты налогов (налоговые каникулы для ИП) ⁷					
7.1					

1	2	3	4	5	6
8. Составьте список из 1 бизнес-идеи, основанной на ЗАИМСТВОВАНИИ С ЗАРУБЕЖНЫХ, СТОЛИЧНЫХ РЫНКОВ					
8.1					
9. Составьте список из 1 бизнес-идеи, основанной на Франчайзинге					
9.1					
10. Составьте список из бизнес-идей, основанных на ИЗОБРЕТЕНИЯХ, открытиях, новинках и т.д.					
10.1					

2) чтобы из всех сформулированных бизнес-идей выбрать лучшие оцените их по 3 критериям, поочередно заполнив столбики со 2-го по 6-й; 3) отберите 2 бизнес-идеи с максимальным количеством баллов и отметьте их (цветом).

Задание 2. Оценка и выбор бизнес-идей. Сравните 2 отобранные бизнес-идеи между собой, заполнив табл. 2

Пояснения по выполнению задания № 1.2 Оценка и выбор бизнес-идей:
1) впишите в таблицу 2 названия бизнес-идей, которые были оценены Вами как лучшие по итогам выполнения предыдущего задания № 1.1 Поиск и выбор бизнес-идеи;

Задание № 1.2 Оценка и выбор бизнес-идей

Критерии для сравнения	1 бизнес-идея		2 бизнес-идея	
	[впишите название]		[впишите название]	
	значение	балл	значение	балл
1	2	3	4	5
1. Формальные критерии				
1.1. Объем рынка (количество потенциальных покупателей http://wordstat.yandex.ru/)				
1.2. Маржинальность (или примерная наценка, или прибыльность), в %				
1.3. Конкурентность (кол-во конкурентов на территории)				
1.4. Уникальность (через сколько месяцев у вас могут появиться конкуренты)				
1.5. Сложность выходы на рынок (сколько времени, в неделях)				
1.6. Возможность повторных продаж тому же клиенту (кол-во повторных продаж в год)				
1.7. Сумма, денег необходимая для открытия				
1.8. Скорость оборота денег по 1 сделке (дней)				
1.9. Охват ваших клиентов				
1.10. Наличие у Вас товара/услуги, который(ю) Вы будите продавать или его образца (прототипа)				
1.12 Перспективность рынка (увеличивается/сокращается)				
ИТОГО формальные				
2. Неформальные критерии				
2.1. Нравится ли вам идея	-		-	
2.2. Мнение экспертов о бизнес-идее	-		-	
2.3. Наличие команды, которая будет реализовывать бизнес-идею				

1	2	3	4	5
2.4. Решается значимая проблема				
2.5. Знаете отрасль и товар/услугу (умеете, есть навыки)				
2.6. Готовы изучать отрасль и товар/услугу	-		-	
2.7. Готовы ли вы (психологически) уже начать лично продавать товар/услугу?	-		-	
ИТОГО неформальные				
ИТОГО (СУММА)				

2) по каждому критерию оценки сначала выставите показатель для ячейки «значение» сначала по 1-й, а потом и 2-й идее, сравнивая эти значения между собой каждой идее выставите в ячейку «балл»: 0 – за худшее значение из 2-х бизнес идей, 1 – за среднее значение, 2 балла – за лучшее значение из 2-х бизнес идей; 3) подсчитайте сумму баллов по каждой идее по формальным и неформальным критериям и общее значение. Идею, набравшую большее количество баллов можно считать приоритетнее и развивать далее, выполняя последующие задания. Результатом этапа №1 должно стать осознанный выбор конкретной бизнес-идеи и готовность ее дальше оценивать и готовить к реализации.

Задание 3. Составление бизнес-модели. Бизнес-модель – это схематическое описание бизнеса (будущего или действующего) с целью запланировать или оценить его ключевые факторы успеха. Составить бизнес-модель можно заполнив таблицу 3 .

Пояснения по выполнению задания № 2 составление бизнес-модели:

1) заполните таблицу 3, описав ключевые составляющие ранее выбранной бизнес-идеи;

2) в строке «Конкуренты» указывается количество и название прямых конкурентов (при их наличии) или количество косвенных конкурентов. Конкуренты, которые продают аналогичные товары и услуги по сходным ценам одним и тем же категориям потребителей. Например, для продукта Соса-Сола нужно рассматривать в качестве прямых конкурентов только другие напитки «кола». Если не знаете (для крупных городов), то количество можно определить с помощью сервиса «Дубль гис» – <http://2gis.ru/>, Яндекс карты – maps.yandex.ru, Гугл карты – <https://www.google.ru/maps>. Косвенными конкурентами будут компании, чья продукция способствует удовлетворению тех же потребностей. Для Соса-Сола, например, всех тех товаров, которые позволяют потребителю удовлетворить жажду;

3) в строке «Потоки выручки» указывается одна или несколько моделей монетизации, т.е. способ, которым зарабатывает данная бизнес-идея. Выделяют следующие основные модели монетизации:

- продажа своего (производство)/перепродажа
- традиционная реализация реальных или виртуальных товаров/услуг, в том числе с помощью современных технологий;
- рекламная модель (проект с различной степенью наглости показывает рекламу своим пользователям. Основные примеры проектов: 1) мейл-сервисы и агрегаторы порталов основных тем интересов пользователей

(Yahoo, Mail.ru и др.); 2) лидогенераторы, сайты и приложения – агрегаторы информации (Banki.ru, Sravni.ru, Kupongid.ru, и др.);

– модель подписки (проект обладает очень ценной информацией, которую можно продавать заинтересованным лицами или компаниям. Основные примеры проектов: 1) Сайты о работе (Monster.com, Headhunter, Superjob и др.); 2) Узкие нишевые проекты с умной аналитической информацией (из известных мировых вспоминается только Bloomberg); 3) Онлайн кинотеатры и музыкальные центры (Netflix, Spotify, ivi.ru, Zvook и др.);

– модель freemium (у проекта (сайта, мобильного приложения, онлайн или мобильной игры и т.д.) есть много уникальных пользователей или зачек приложения. Базисный функционал бесплатно, а дополнительные инструменты за деньги. Основные примеры проектов: 1) Поисковые системы (Google, Yandex и др.); 2) Социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др.); 3) Сайты знакомств (Mamba, TopFace и др.); 4) Мессенджеры/сервисы IP телефонии (Skype и др.); 5) Игры мобильные и платформенные (Angry Birds, Farmville и др.); 6) Доски объявлений (Avito, Slando, Dmir и др.);

– транзакционная модель (вы переводите через свой сервис деньги, от одной заинтересованной стороны к другой за комиссию – выполняете услуги пользователей. Основные примеры проектов: 1) Платежные сервисы и системы (Webmoney, Яндекс Деньги, Qiwi, Robokassa, Chronopay и др.); 2) Агрегатор/Биржа продавцов и покупателей (туризм: AnyWayAnyDay, OneTwoTrip, техника: Wikimart, Yandex Market, купоны: Groupon, Biglion)) и др. Результатом этапа №2 должно стать осознанный подбор для бизнес-идеи конкретной бизнес-модели с целью уточнения ключевых параметров бизнеса.

Задание № 2 Составление бизнес-модели

Задание № 2 Составление бизнес-модели				
Название бизнес-идеи:				
ПРОБЛЕМЫ потребителей. 3 главные проблемы клиента, из-за которых он будет покупать:	РЕШЕНИЕ Что делать, чтобы решить проблемы клиента:	Уникальная ценность предложения:	Конкурентные преимущества:	Группы целевых клиентов (пользователей):
1. _____ 2. _____ 3. _____	1. _____ 2. _____ 3. _____			
Конкуренты: Прямые: количество - __, (названия основных: _____) Косвенные: количество - __	КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ: Что нужно будет купить для начала деятельности:	КАНАЛЫ СБЫТА (путь до клиента)	Ранние последователи (первые пользователи/клиенты) (да/нет):	
	- _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____			
Структура расходов. Основные направления:		Потоки выручки.		
- _____ - _____ - _____ - _____		Модель(и) монетизации:		
		- _____ - _____ - _____ - _____		

Задание 4. Составить опросник для проведения проблемного интервью.

Пример.

Этап и подэтапы интервью	Описание
1. Подготовка к интервью	
1.1. Название бизнес-идеи	
1.2. Перечень основных проблем клиента, побуждающих его купить	
1.3. Гипотеза основной проблемы клиента	
1.4. Количество интервью и подтверждений гипотезы	
1.5. Примерный план интервью: - как вызвать интерес собеседника ² : - значимая тема - ваша компетенция - описание продукт/технологии - реальные примеры - показать ценность - о чем расспрашивать собеседника: - ситуация и цель - проблема - желаемое состояние - возможности	
2. Проведение интервью	
2.1. После каждого интервью записать: - ситуация и цель - проблема - желаемое состояние - возможности	1-е интервью (место, время): - - - - 2-е интервью (место, время): - - - -
3. Подведение выводов интервью	
3.1. Какие проблемы установлены и их повторяемость	
3.2. Подтвердилась ли гипотеза	

Темы докладов, сообщений, презентаций:

1. Проведение маркетингового проса, особенности и технология.
2. Методика тестирования наличия спроса через канал сбыта.
3. Официальный сайт как инструмент продвижения бизнеса.

Тема 4. Основы бизнес-планирования

Вопросы выносимые на обсуждение

1. Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.
2. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования.
3. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.
4. Понятие мониторинга в экономике.
5. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием.
6. Презентации бизнес-плана.

Вопросы для самопроверки:

1. Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.
2. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования.
3. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.
4. Понятие мониторинга в экономике.

5. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием.
6. Презентации бизнес-плана.

Практические задания

Задание 1. Составление и анализ финансовой модели проекта. Финансовая модель необходима, чтобы узнать возможную степень прибыльности (сколько денег можно заработать, сколько денег потребуется вложить, окупится ли кредит, срок окупаемости, рентабельность) и решить стоит ли заниматься проектом далее.

Разработать финансовую модель можно заполняя все следующие формы, включая следующие подэтапы:

- 1) прогноз объема продаж;
- 2) прогноз цены реализации;
- 3) расчет прогнозной выручки;
- 4) расчет прогнозных расходов;
- 5) расчет прогнозной прибыли.

1. Прогноз объема продаж. 1.1. Уточнение названия бизнес-идеи (табл. 1.1).

Таблица 1.1.

Бизнес-идея	
Вопрос	Ваш ответ
Название бизнес-идеи	

1.2. Выбор основного(ых) товара(ов)/ услуг(и) (табл. 1.2).

Таблица 1.2.

Товары/услуги		
Вопрос	Ваш ответ	
Основной(ые) товар(ы)/ услуга(и) (их группы ²): по каждому должен быть проведен опрос и выявлено количество и цена (задание № 3.2)	Т/У № 1	
	Т/У № 2	
	Т/У № 3	

1.3. Выбор помещения и месторасположения бизнес-проекта (табл. 1.3)

Таблица 1.3.

Помещение для бизнеса		
Вопрос: какое помещение нужно?	Ваш ответ	
	Необходимое количество (цифрой – 1, 2 и т.д., 0 – не надо)	Адрес (город, район, микрорайон, улица, дом) Искать помещение по ссылке: 1. Для крупных городов https://navigator.smbn.ru/realty/13 2. Для малых городов: а) льготная недвижимость для бизнеса http://corpmsp.ru/infrastruktura-podderzhki/imushchestvennaya-infrastruktura/ б) популярные в вашем городе сайты и газеты по продаже недвижимости
1	2	3
Точка продаж*		

1	2	3
Точка производства*		
Офис*		
Склад*		
Другой вариант:		

* если, эффективнее, то все перечисленные функции может выполнять одно помещение

1.4. Определение размера территории, на которой будет продаваться товар/услуга (табл. 1.4).

Таблица 1.4.

Территория для бизнеса	
Вопрос (выберите)	Ваш ответ
– микрорайон города	
– город	
– город и район, а также ближайшие города	
– регион, область	
– группа регионов	
– Россия	
– Страны СНГ (русскоязычные)	
– Мир	

1.5. Составление характеристики покупателей (табл. 1.5).

Таблица 1.5

Отличия ваших покупателей

Вопрос	Ваш ответ (по результатам опроса (задание № 3.2))
1) Существуют ли покупатели в месторасположении вашего бизнес-проекта?	
2) Нужна ли им именно ваша продукция, и если да, то почему?	
3) Кто ваши покупатели по критериям ¹ :	
– пол	
– возраст (например, от ... до ...)	
– уровень дохода (например, от ... до ...)	
– вид основной деятельности (специальность)	
– семейное положение	
– образование	
– увлечения	
– и др. (важные для вашего товара/услуги)	

1.6. Выбираем единицу измерения объема продаж (табл. 1.6).

Таблица 1.6.

Единица объема продаж

Вопрос: В чем измерять объем продаж?	Ваш ответ	
Выберите натуральные единицы вашего бизнеса:		
– штуки	T/Y № 1	
– количество покупателей		
– количество заказов	T/Y № 2	
– количество чеков		
– количество часов		
– количество абонементов и т.д.	T/Y № 3	

1.7. Расчет прогнозного объема продаж (среднего) (табл.1.7).

Таблица 1.7.

Прогнозный объем продаж (средний)

Показатель	Название		
	T/Y № 1	T/Y № 2	T/Y № 3
1.7.1 <u>Количество</u> товара/услуги приобретаемое одним средним покупателем, нат.ед. товара в месяц (шт.) = среднему количеству (K1) из опроса (задание № 3.2)			
1.7.2. <u>Численность всех покупателей</u> (на территории бизнеса): Варианты: 1 – статистика: а) численность жителей (берем по ссылке ниже ¹) б) поправочный коэффициент статистики ² (как рассчитать см. ниже ³) в) численность с коэффициентом (п. а умножить на п.б) 2 – интернет-запросы: а) количество интернет-запросов клиентов в Яндексе (и/или Google ⁴) http://wordstat.yandex.ru/ б) поправочный коэффициент запросов ⁵ (как рассчитать см. ниже ⁶) в) численность с коэффициентом (п. а умножить на п.б) 3 – итоговое (оптимальное) значение			
1.7.3. <u>Общее количество товара/услуги</u> , приобретаемое всеми покупателями за мес. в нат.ед. (п.1.7.1 умножаем на итоговое значение п. 1.7.2)			
1.7.4. <u>Ваша доля рынка от общего количества товара/услуги, в %</u> (из табл. 4.2.1)			
1.7.5. <u>Ваш объем продаж (средний)</u> , в нат.ед. в месяц - (п.1.7.3 умножаем на п.1.7.4 и делим на 100)			

1.8. Прогноз объема продаж по месяцам (табл. 1.8).

Прогнозный объем продаж по месяцам Т/У № 1*

Объем продаж в разные временные периоды	Месяц по порядку											
	1**	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Объем продаж <u>в месяц</u> , нат.ед. (шт.): 1) изменение объема продаж из-за сезонности: а1) поправочный коэффициент сезонности (в Яндексе http://wordstat.yandex.ru/ (раздел «история запросов») и/или Google ¹)												
б1) объем с учетом сезонности (п. а1 умножить на п. 1.7.5 табл. 4.1.7)												
2) изменение объема продаж из-за роста бизнеса: а2) поправочный коэффициент роста бизнеса (например, прирост 10 % за мес.)												
б2) объем с учетом роста и сезонности (п. а2 умножить на п. б1)												
Объем продаж <u>в неделю</u> , нат.ед. (п. б2 разделить на количество рабочих дней в неделю)												
Объем продаж <u>в день</u> , нат.ед. (п. б2 разделить на количество рабочих дней в месяц)												
Объем продаж <u>в час</u> , нат.ед. (разделить объем продаж в день на количество часов в день)												
Выполнимы ли такие объемы продаж (не завышены, не занижены)												

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

** первый месяц работы нового бизнес-проекта – не обязательно январь

2. Прогноз цены реализации.

2.1. Определение рыночной цены (конкурентов) (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Рыночная цена (конкурентов) Т/У № 1*

Вопрос:	Ваш ответ:			
Виды конкурентов	Названия конкурентов (поиск по ссылке ниже ¹)	Цена у конкурентов (для товара, по которому Вы конкурируете)	Конкурентные преимущества конкурентов	Доля рынка <u>каждого</u> конкурента и общая сумма, в %
1. Прямые конкуренты (Конкуренция в рыночном сегменте)				Общее кол-во прямых конкурентов (поиск по ссылке ниже ²)
				Средняя доля конкурента, в % (= 100 / (общее кол-во прямых конкурентов +1))
2. Косвенные конкуренты (Отраслевая конкуренция) **				Общее кол-во косвенных конкурентов (поиск по ссылке ниже ³)
				Средняя доля конкурента, в % (= 100 / (общее кол-во косвенных конкурентов +1))
3. Конкуренция за удовлетворение сходных потребностей **				
4. Общая конкуренция (конкуренция за деньги потребителей) **				
Средняя цена конкурентов				

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

** п.2 заполняется, если нет конкурентов п.1; п. 3 - если нет конкурентов п.2 и п. 4 - если нет конкурентов п.3

2.2. Выбор рыночной или измененной цены на основе типа конкуренции (табл. 2.2.)

Таблица 2.2

Сохранение или изменение цены рынка (конкуренция) Т/У № 1*

Вопрос	Ваш ответ
Конкуренция ценовая или неценовая	
если ценовая, то насколько вы готовы снизить цену от рыночной (табл. 4.2.1), чтобы привлечь клиентов, руб.	
если НЕценовая, то укажите причины повышенной цены (т. е. ваши конкурентные преимущества)	
если НЕценовая, то насколько вы готовы повысить цену от рыночной (табл. 4.2.1), чтобы увеличить прибыль, руб.	

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

2.3. Выбор рыночной или измененной цены на основе уникальности товара/услуги (табл. 2.3.)

Таблица 2.3.

Сохранение или изменение цены рынка (товар/услуга) Т/У № 1*

Вопрос	Вариант ответа (+)	Вариант ответа (руб.)	
Чего вы хотите добиться, устанавливая именно такую цену на ваш продукт?» (для выбранного ответа поставьте «+»)	снять сливки с нового рынка	Цена будет <u>выше</u> цен конкурентов, руб.	
	пробиться на уже сформировавшийся рынок	Цена будет <u>ниже</u> цен конкурентов, руб.	

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

2.4. Определение цены на основе затрат (расчет себестоимости) (табл. 2.4).

Таблица 2.4.

Расчет* себестоимости Т/У № 1**

№ п/п	Наименование издержек, включаемых в себестоимость	Цена за единицу (покупка+ доставка), руб. в мес.	Количество товара/услуги (за мес.) для обеспечения объема продаж равного п. 1.7.5 (табл. 4.1.7)	Сумма, руб. в мес. (цена * кол-во)
1	сырье и/или перепродаваемый товар/услуга			0
2	аренда помещения (вкл. коммунальные платежи)			0
3	зарботная плата ваша и ваших сотрудников			0
4	налог на заработную плату вашу и ваших сотрудников (30%)			0
5	общепроизводственные расходы (оборудование)			0
6	общехозяйственные расходы (уборка, ремонт, охрана и др.)			0
7	прочие производственные расходы			0
8	коммерческие расходы (реклама, сайт, вывеска)			0
9	Непредвиданные расходы			
10	ВСЕГО * (общая сумма РАСХОДОВ за МЕСЯЦ), руб.			0
11	Объем продаж в месяц натур.ед. (шт.) (п. 1.7.5 (табл. 4.1.7))			
12	себестоимость 1 натуральной единицы, руб. (строку 10 делим на строку 11)			#ДЕЛ/0!

* для заполнения таблицы нужно нажать на нее 2 раза и она откроется в форме MS Excel с установленными формулами, для автоматического подсчета

** если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

2.5. Расчет прогнозной выручки

Таблица 2.5.

Прогноз выручки от реализации товаров / услуг												
Показатель	Месяц по порядку											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
[название 1-го товара/услуги (группы схожих товаров)]												
Объем продаж <u>в месяц</u> , натур.ед. (шт.) (табл. 4.1.8)												
Цена реализации (табл. 4.2.7)												
ВЫРУЧКА (объем *цену)												
[название 2-го товара/услуги]												
Объем продаж <u>в месяц</u> , натур.ед. (шт.) (табл. 4.1.8)												
Цена реализации (табл. 4.2.7)												
ВЫРУЧКА												
[название 3-го товара/услуги]												
Объем продаж <u>в месяц</u> , натур.ед. (шт.) (табл. 4.1.8)												
Цена реализации (табл. 4.2.7)												
ВЫРУЧКА												
Всего ВЫРУЧКИ *												

* эти значения «Всего ВЫРУЧКИ» необходимо перенести в таблицу № 4.5 «План о движении денежных средств», в строку «выручка» соответствующего периода времени

2.6. Расчет прогнозных издержек

Таблица 2.6.

Инвестиционные издержки (прогнозные)				
№ п/п	Наименование инвестиционных издержек	Цена за единицу (покупка + доставка), тыс. руб.	Количество единиц	Сумма, тыс. руб.
1	Покупка помещения (производственных, офисных и складских)			
2	Первый арендный платеж за помещение			
3	Расходы на ремонт (строительство)			
4	Комплект мебели			
5	Закупка оборудования			
6	Монтаж и наладка			
7	Компьютерная техника			
8	Затраты на подбор персонала			
9	Обучение персонала			
10	Гос.регистрация и получение разрешительной документации			
11	Издержки на рекламу (продвижение) в подготовительном периоде			
12	Закупка сырья, материалов (перепродаваемых товаров) для первоначального производства/продажи			
13	[и др.]			
14	Прочие			
15	Непредвиденные			
16	ВСЕГО *			

* это значение необходимо перенести в таблицу № 4.5 «План о движении денежных средств», в строку «инвестиционные издержки» только в подготовительный период

2.7. Прогноз текущих издержек

Прогноз текущих издержек. Вторая группа издержек – текущие. В отличие от инвестиционных, текущие издержки будут возникать каждый производственный цикл (для удобства их лучше учитывать в расчете за месяц). Эти издержки мы уже частично анализировали при расчете себестоимости, только там мы их рассчитывали для среднего месяца за первый год, сейчас необходимо рассчитать их на каждый месяц первого года (табл. 2.7) с учетом того как меняется объем производства (табл. 1.7).

Таблица 2.7.

№ п/п	Наименование текущих издержек (оборотных средств)	1 месяц *		
		Цена за единицу (покупка+доставка), тыс. руб. в мес	Количество (за мес.)	Сумма, тыс. руб. в мес.
1.	Издержки на аренду помещений			
2.	Ежемесячная сумма платежа по кредиту			
3.	Издержки на заработную плату			
4.	Уплата страховых взносов (налоги) на зарплату			
5.	Издержки на уплату налогов с прибыли (дохода)			
6.	Издержки на закупку сырья или материалов			
7.	Издержки на рекламу (продвижение) в текущем периоде			
8.	Издержки на коммунальные платежи			
9.	Расходы на интернет и телефон			
10.	Накладные издержки			
11.	[и др.]			
12.	Прочие			
13.	Непредвиденные			
14.	ВСЕГО *			

* как правило, значения текущих издержек будут меняться по месяцам, поэтому расчеты для точности необходимо сделать по каждому месяцу первого года

** это значение необходимо перенести в таблицу № 4.5 «План о движении денежных средств», в строку «Текущие издержки» в соответствующие периоды времени

Расчет прогнозной прибыли. Составление плана о движении денежных средств (далее – ПДДС). ПДДС является одной из самых распространенных форм описания и анализа финансового состояния организаций. Он имеет определенный сложившийся вид, но для целей финансовой модели рассмотрим его немного в измененном формате. В план (табл. 2.8) нужно внести ранее рассчитанные нами значения из таблиц: № 2.5 – выручка от реализации товара / услуги, № 2.6. – инвестиционные издержки, № 2.7. – текущие издержки по соответствующим периодам времени.

Таблица 2.8

Денежные потоки проекта	Месяц *			
	0	1	...	12
+ Выручка (табл. 4.3)	-	табл. 4.3		табл. 4.3
- Текущие издержки (табл. 4.4.2)	-	табл. 4.4.2		табл. 4.4.2
- инвестиционные издержки (табл. 4.4.1.1)	табл. 4.4.1.1			
+ собственные средства	указать			
+ кредит (заемные средства)	указать			
+ покупка оборудования в лизинг	указать			
Чистый денежный поток	рассчитать	рассчитать		рассчитать
Остаток денег на начало периода	-	рассчитать		рассчитать
Баланс денег на конец периода	рассчитать	рассчитать		рассчитать

* значение по каждому месяцу будут отличаться, поэтому расчеты для точности необходимо сделать по каждому месяцу первого года (с 0 до 12)

Задание 2.

Презентация бизнес-проекта для получения финансирования.

Задание состоит из двух подэтапов:

1. Подготовка презентации проекта. Далее описываются блоки (слайды) презентации, которые позволяют более полно представить проект 1 .

Более удобная для заполнения форма и дополненная версия доступна ВКонтакте в группе «ШАГИ В БИЗНЕСЕ» – ссылка vk.com/shagivbiznese. Можно менять последовательность или даже отказываться от тех или иных пунктов. Можно сделать не один, а несколько слайдов на один блок; используйте схемы, образы. Можно менять дизайн (главное лаконичность и наглядность).

2. Блок 1: Название проекта. Краткое описание проекта (составляется на основе п. «Уникальная ценность предложения», табл. 2, Этап № 2 Составление бизнес-модели).

3. Блок 2: представление себя и команды: приветствие, представление выступающего, опыт работы, достижения, реализованные проекты (бренды).

4. Блок 3: обоснование востребованности проекта: факт + проблема + решение

5. Блок 4: о проекте: название, краткое описание, скриншоты сайта, группы фото прототипа и т.п. (если есть), демонстрация продукта (если есть).

6. Блок 5: о рынке: тенденции на рынке, объем рынка, география проекта, клиент/пользователь, аналоги, конкуренты, их особенности, ваши преимущества (приводится статистика, аналитика с указанием источников)

7. Блок 6: о продукте: стратегия разработки, что уже разработано? краткое описание технологии (как это работает?) (составляется на основе раздела 2 Описание товара (услуги), Этап 6).

8. Блок 7: о бизнес-модели: опишите: что, кому и как вы будете продавать? (для наглядности лучше использовать схемы) (составляется на основе табл. 2, Этап № 2 Составление бизнес-модели).

9. Блок 8: о маркетинге, продажах: стратегия маркетинга, как планируете выходить на рынок? сколько стоит? стратегия продаж, партнеры, клиенты; как расширять число клиентов? что уже сделано? прогноз по выручке на ближайшие несколько лет

10. Блок 9: прогноз выручки (в виде графика или таблицы). На основании аналогичной таблицы 5.3 бизнес-плана (Этап 5).

11. Блок 10: инвестиционные расходы (в виде списка с суммами или таблицы).

12. Блок 11: текущие расходы (в виде списка с суммами или таблицы).

13. Блок 12: план движения денежных средств (в виде графика или таблицы).

14. Блок 13: о конкурентном преимуществе, то, что делает ваш проект уникальным, идущим на шаг впереди остальных

15. Блок 14: о команде: основные люди, фото, роли в команде (например, генерирование идей, определение бизнес-целей, привлечение средств, приобретение ресурсов и оборудования, исследование рынка, определение формы предприятия, найм персонала, реализация проекта и

т.д.), достижения (бренды + логотипы), кто наставник, куратор, ментор (если есть).

16. Блок 15: заключение: контакты (Email, сайт, телефон, имя, название/лого проекта и др.), предложение/просьба проекта.

2. Публичная защита проекта с презентацией. Главное при подготовке и самом выступлении четко понимать главную цель презентации (например, победить в конкурсе, привлечь инвестиции, найти партнеров, сделать продажу, найти сотрудников, формировать персональный бренд и др.).

Структура выступления включает в себя: 1) вступление (нужно ответить на вопрос «что делает наш проект и зачем?»); 2) основная часть (нужно ответить на вопросы «для кого?», «как делаем?», «что уже сделано?», «кто мы?» и др.); 3) заключение (нужно ответить на вопросы «что мы хотим от аудитории?» и «как нас найти?»). Результатом этапа № 6 является составленная презентация бизнес-проекта, а также проведенная публичная защита проекта, что даст новое понимание источников финансирования и способов его привлечения через презентацию проекта и позволит определиться в необходимости и готовности к следующему реальному шагу – регистрации бизнеса.

Темы докладов, сообщений, презентаций:

1. Система показателей прибыли коммерческих организаций

Тема 5. Организация реализации предпринимательского проекта

Вопросы выносимые на обсуждение

1. Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.

2. Правила создания учредительных документы предприятия.

3. Формирование уставного фонда предприятия.

4. Выбор режима налогообложения.

5. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.

6. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками

Вопросы для самопроверки:

1. Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.

2. Правила создания учредительных документы предприятия.

3. Формирование уставного фонда предприятия.

4. Выбор режима налогообложения.

5. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.

6. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками

Практические задания

Задача 1.

Проанализировать таблицу 1, сделать выводы.

ИП или ООО	
ИП	ООО
Плюсы	
<ul style="list-style-type: none"> – меньше сумма налогов на бизнес (если выбрать ПСН); – проще регистрация (меньше документов, короче срок); – проще выводить прибыль; – выгоднее страховые взносы на себя (фиксированная сумма, а не % от зарплаты); – меньше штрафы (как для физ.лиц); – больше льгот и помощи от государства; – проще ликвидация; – более простая система учета и отчетности; – возможность самостоятельно принимать решения в рамках своей деятельности; – меньше сумма расходов на гос. регистрацию (около 4 250 руб.); – сумма минимального уставного капитала отсутствует и др. 	<ul style="list-style-type: none"> – ограниченная ответственность учредителей по долгам; – отсутствие налоговой и административной ответственности учредителей за правонарушения, совершенные организацией; – может принадлежать сразу нескольким лицам; – возможность принимать наиболее важные решения в рамках деятельности организации, а решение текущих вопросов делегировать руководителю организации; – доступны более сложные инвестиционные сделки и др.
Минусы	
<ul style="list-style-type: none"> – полная имущественная ответственность по своим обязательствам; – налоговая, административная и уголовная ответственность за нарушения в процессе предпринимательской деятельности; – не могут владеть 2 и более человек; – статус ИП воспринимается ниже, чем организации; – не имеет фирменного наименования и др. 	<ul style="list-style-type: none"> – сложнее и больше сумма расходов на гос. регистрацию (около 8 200 руб.), а также не менее 10 тыс. руб. уставного капитала; – дороже и сложнее вести бухгалтерский учет; – двойное налогообложение при распределении прибыли между учредителями; – сложнее выводить прибыль не чаще раза в квартал; – сложнее ликвидировать (через налоговую проверку) и др.

Задание 2.

Ситуационная задача:

Провести общее собрание учредителей перед регистрацией ООО на котором следует принять решение по таким вопросам как:

- полное и краткое название организации;
- ее ОПФ;
- виды деятельности организации;
- ее учредители (участники);
- кто может быть ее участником в дальнейшем;
- права и обязанности участников;
- адрес регистрации организации (место ее нахождения);
- наличие обособленных подразделений и филиалов;
- размер уставного капитала;
- источники и сроки формирования уставного капитала;
- частота распределения прибыли организации;
- название, численный и персональный состав;
- другие вопросы, требующие обсуждения

Составить протокол собрания.

Задание 3.

Подготовка документов:

1. На основании проекта подготовить документы необходимые для регистрации ИП, ООО

Перечень тем рефератов:

1. Порядок подачи документов на регистрацию юридического лица в регистрирующий орган;

2. Порядок открытия в банке расчетного счета организации

**ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ –
филиал федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

**Кафедра экономики и организации здравоохранения и
фармации**

Авторы: Сергеева Е.А.

**Методическое обеспечение занятий лекционного типа
по дисциплине «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».**

направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Пятигорск 2020

Тема 1. Сущность и социально – экономические условия развития предпринимательской и коммерческой деятельности.

Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса. Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности. Анализ рыночных возможностей. Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Предпринимательство – инициативная, самостоятельная, осуществляемая на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение прибыли от пользования землей и имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Применительно к здравоохранению данное определение нуждается в уточнении и дополнении.

Предпринимательством в здравоохранении следует считать деятельность организаций и частных лиц, направленную на укрепление и улучшение состояния здоровья граждан, позволяющую возместить затраты на осуществление этой деятельности и получать прибыль за счет потребителей медицинских услуг или финансирующих их лечение лиц и организаций.

Термин организация (лат. organizo – придаю стройный вид) означает:

а) устройство системы, координацию действий отдельных элементов системы, обеспечение взаимного соответствия выполняемых функций системы;

б) форму соединения людей для совместной деятельности (предприятие, товарищество, правительственное учреждение, школа и т.д.);

в) совокупность лиц, выступающих в виде единого субъекта деятельности, обладающих правами и несущими ответственность.

Организация предпринимательской деятельности – это придание ей стройного вида с целью высокой эффективности в настоящем и в перспективе, это выбор сферы деятельности, организационно-правовой и организационно-экономической формы хозяйствования, работа по отбору и реализации предпринимательских идей, по управлению персоналом, по маркетингу, по сотрудничеству с партнерами, по управлению финансами и многому другому, что входит в предпринимательскую деятельность. Осуществляют эту деятельность предприниматели.

Предприниматель (англ. бизнесмен, франц. антрепренёр, нем. фабрикант, лат. коммерсант) – это субъект предпринимательской деятельности, стремящийся к максимизации своей прибыли, за счет сознательного повышения экономического риска, связанного с вложением в дело собственных средств и принятия на себя имущественной ответственности за результаты хозяйственной деятельности.

Роль предпринимателя в общественном развитии заключается в постоянном «возмущении» экономики, наполнении ее нововведениями. Преследуя свои собственные экономические интересы, он развивает экономику, делает ее более эффективной.

Успешное предпринимательство возможно, если предприниматель обладает инновационным мышлением, целеустремленностью и уверенностью в собственных силах, работоспособностью и оптимизмом, способностью к переобучению и умением просчитывать неизбежные риски, а также многими другими свойствами творческой личности.

В развитых странах доля трудоспособного населения, занятого на работе только в малых и средних по размерам фирмах, находится в пределах 50–80 %, а производится на этих фирмах 50–70 % валового внутреннего продукта (ВВП) страны. Россия пока еще сильно отстает – доля населения занятая на подобных фирмах составляет несколько больше 10 %, и примерно такова доля производимого ВВП.

Предпринимательство это не только стремление к получению прибыли. Помимо этой чисто экономической цели оно имеет еще неэкономические: внутренняя потребность реализовывать творческие замыслы, получение экономической свободы, повышение социального статуса и престижа в значимом для себя микросоциуме, возможность заниматься благотворительностью и меценатством и т.п., что ведет к «комфортному состоянию души».

Схематично содержание предпринимательства показано на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Сущность предпринимательской деятельности

Уточним понятие экономических целей и подробнее рассмотрим «эффективность предпринимательской деятельности». Для этого укрупнено покажем общую схему взаимодействия субъектов, получение дохода, чистой прибыли и рентабельности вложенного в дело капитала (рис. 1.2).

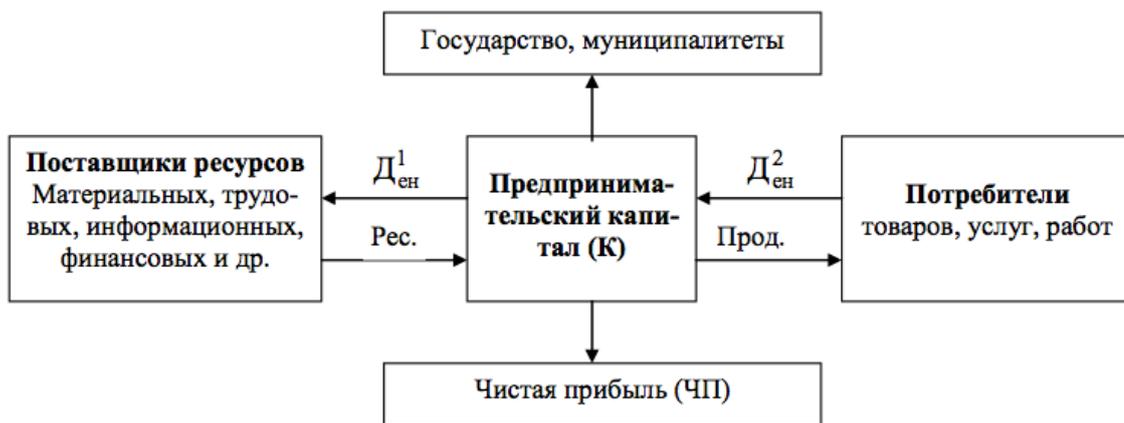


Рис. 1.2. Общая схема получения чистой прибыли^[1]

Рес. – ресурсы деятельности, Прод. – продукция и другие результаты деятельности, $D_{ен}^1$ – деньги за полученные ресурсы, $D_{ен}^2$ – деньги за продукцию и услуги, ЧП – чистая прибыль, К – капитал, вложенный в дело.

Разница между деньгами, полученными за продукцию ($D_{ен}^2$), и деньгами, уплаченными за ресурсы ($D_{ен}^1$), образует доход предпринимателя, его валовую прибыль. После уплаты налогов и сборов органам государственной власти и местного самоуправления, а также погашения долгов, недоимок и т.п., образуется чистая прибыль (ЧП).

Предположим, она составила 1 млн. руб. Это много или мало? Общего ответа на так поставленный вопрос нет. Он слишком абстрактен. Его нужно конкретизировать. За какое время получена прибыль – за месяц, квартал, год? Допустим за год. А с помощью какого по величине капитала (К)?

Если предприниматель вложил в дело 1 млн. руб. и получил чистую прибыль за год тоже в 1 млн. руб., ответ будет следующим: деятельность была эффективной так как отдача вложенного капитала или рентабельность капитала составила 100% что существенно больше средней отдачи.

А если предприниматель вложил в дело 10 млн. руб., то доходность составит только 10 %. Чтобы ответить на вопрос, хорошо это или плохо, нужно рассмотреть ряд дополнительных обстоятельств.

Если в дело вложено 100 млн. руб., то годовая прибыль в 1 млн. руб. очевидно является плохим результатом – рентабельность капитала всего 1 %.

Таким образом, цель предпринимательства, состоящая в получении прибыли или ее максимизации, недостаточно четко сформулировать. Более точно следует говорить об обеспечении эффективности предпринимательской деятельности за счет правильной организации предпринимательства. В общем виде показатель эффективности имеет вид:

$$\frac{ЧП}{К} \geq R_{ниж} = r_{факт} + r_{инфл}$$

где $R_{ниж}$ – нижняя граница доходности / рентабельности капитала, $r_{факт}$ – фактическая/реальная рентабельность; $r_{инфл}$ – рентабельность, обеспеченная инфляцией на продукцию/услуги.

Формула (1.1) упрощенная, но она вполне приемлема при инфляции до

20–30 % в год. Из нее следует, что нижняя граница ($R_{\text{НИЖ}}$) должна быть не менее уровня инфляции ($r_{\text{ИНФЛ}}$), чтобы действительная/фактическая доходность была положительной.

Если в дело вложено 10 млн. руб., то доходность составляет 10 %, а если, к примеру, инфляция равна 10 %, то фактическая доходность будет равна нулю ($r_{\text{ФАКТ}}=0$) и деятельность следует признать неэффективной. Тем более она будет такой (даже убыточной) при вложенном капитале в 100 млн. руб. ($r_{\text{ФАКТ}}= - 9 \%$). При вложенном капитале в 1 млн. руб. фактическая рентабельность составит 90 %, что очень хорошо для большинства видов деятельности.

Какова должна быть фактическая доходность ($r_{\text{ФАКТ}}$), чтобы она нас удовлетворила? Общего ответа на этот вопрос нет. Все зависит от того, на какой риск предприниматель готов идти. Фактическая рентабельность и риск связаны статистически доказанной линейной зависимостью (модель оценки доходности капитальных активов – CAPM), показывающей, что с ростом риска пропорционально растет доходность капитала.

На какой риск стоит идти? Здесь нет общих рекомендаций, выбор является личным. Если вы работаете на финансовом рынке, то общие советы могут звучать так: чем больше компания и чем на меньшее время вы вкладываете деньги, тем риск будет меньше, но и доходность станет низкой.

Например, самая большая компания – это государство. Если вы станете покупать бессрочные государственные бумаги, то риск потерять деньги, конечно, минимален, но и реальная доходность будет около 0–1 %.

Если вы купите облигации крупной компании, то реальная доходность может стать 3–5 %, а акции, как более рискованные бессрочные вложения, могут принести 5–10 %.

Чем компания меньше, тем больше риск, но и доходность может достичь 20–30 %. А в области новейших технологий и идей с использованием интернета известны случаи получения более 1000 % годовых. Но это уже из области неизученной нелинейной экономики.

В реальном секторе экономики ситуация в целом та же – меньше бизнес, больше риск и выше его рентабельность. Разумеется, это зависит еще от области – производство машин, продовольствия, оказание информационных услуг и т.д.

Наибольшую доходность дает незаконное предпринимательство – рекет, рейдерство, коррупция, распространение наркотиков, незаконная продажа оружия, подделка лекарств и т.п. Но и риск здесь велик, т.к. подобное предпринимательство находится за границами Гражданского кодекса (ГК РФ) и является объектом Уголовного кодекса (УК РФ).

Говоря об эффективности предпринимательства, мы упростили ситуацию, т.к. на рис. 1.2 в явном виде влияют на предпринимателя поставщики ресурсов и потребители. Внешняя среда более разнообразна (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Внешняя среда предпринимательства

Предприниматель может активно влиять на ближнее внешнее окружение (микросреду), выбирая поставщиков ресурсов и посредников, взаимодействуя с потребителями и конкурентами, находя тем самым дополнительные возможности для роста эффективности и предотвращая угрозы для своего существования. На факторы макросреды – состояние экономики, политико-правовые, природно-климатические, социо-культурные и демографические – влиять практически невозможно, к ним нужно адаптироваться и, таким образом, лишь косвенно, в форме слабых и долговременных изменений воздействовать на макросреду.

Эффективность предпринимательства, разумеется, зависит не только от внешней среды, большее значение имеет внутренняя среда.

Внутренняя среда характеризуется уровнем техники и технологии производства товаров и услуг, качеством планирования и подготовки управленческих решений; полнотой, точностью и своевременностью получения и переработки информации; подбором, расстановкой и мотивацией сотрудников; организационной культурой; отлаженностью экономических процессов, определяющих движение денежных потоков, капитала, соотношения доходов и расходов; правильной нацеленностью действий предпринимателя.

Функции и виды предпринимательства в здравоохранении

Продуктом предпринимательской деятельности в здравоохранении может быть как товар (любое изделие медицинского назначения – искусственная почка, набор хирургических инструментов, лекарство), так и услуга (диагностическая, лечебно-профилактическая, консультационная).

В условиях рыночной экономики предпринимательство в здравоохранении выполняет следующие основные функции:

- общеэкономическую, проявляющуюся в участии организаций здравоохранения в общественном разделении труда и обеспечении потребностей населения в дополнительных товарах и услугах медицинского назначения;
- ресурсную, направленную на эффективное использование в медицинской деятельности как воспроизводимых, так и не воспроизводимых ресурсов;
- инновационную, обусловленную потребностью в непрерывном медико-технологическом развитии организаций здравоохранения, в том числе за счет средств предпринимателей;
- социальную, проявляющуюся в направленности деятельности коммерческих организаций здравоохранения на сохранение и укрепление физического и психического здоровья граждан.

В известном смысле медицинскому предпринимательству свойственна также и политическая функция. Активными выразителями политической воли предпринимателей, действующих на рынке товаров и услуг медицинского назначения, могут быть, в частности, профессиональные ассоциации врачей и фармацевтов.

Основные классификационные признаки медицинского предпринимательства:

- форма собственности на имущество, используемое в предпринимательской деятельности;
- вид продукта предпринимательской деятельности;
- численность работников и объем деятельности;
- научно-технический уровень и качество работы;
- темпы роста и прибыльность.

В зависимости от формы собственности различают государственное (оказание медицинских услуг государственными организациями на коммерческой основе), частное и смешанное предпринимательство.

Предпринимательство в системе здравоохранения – это не только производственное (ориентированное на оказание медицинских и сервисных услуг, изготовление лекарственных средств, медико-производственного оборудования, инструментов), но и торговое, финансовое, страховое и посредническое предпринимательство.

Производственное предпринимательство. Начинается производственное предпринимательство с проработки идеи какую продукцию производить или оказывать услугу. Далее предприниматель сам

или с помощью маркетологов оценивает на какой объем покупательского спроса он может рассчитывать. Если он не планирует сам реализовать продукцию, то ему необходимо договариваться с торговыми посредниками и заключать договоры на поставку продукции. После установления объемов производства необходимо оценить размер потребного капитала и, если не хватает собственного, подумать о заемном капитале.

На следующем этапе прорабатывается более детально ресурсное обеспечение производства – здания, сооружения, машины, технологические варианты, рабочая сила, управленческий персонал. Все это в количественном и качественном виде. При нехватке средств труда рассматриваются арендная или лизинговая форма обеспечения средствами труда, определяется потребность в сырье и материалах, оцениваются издержки производства.

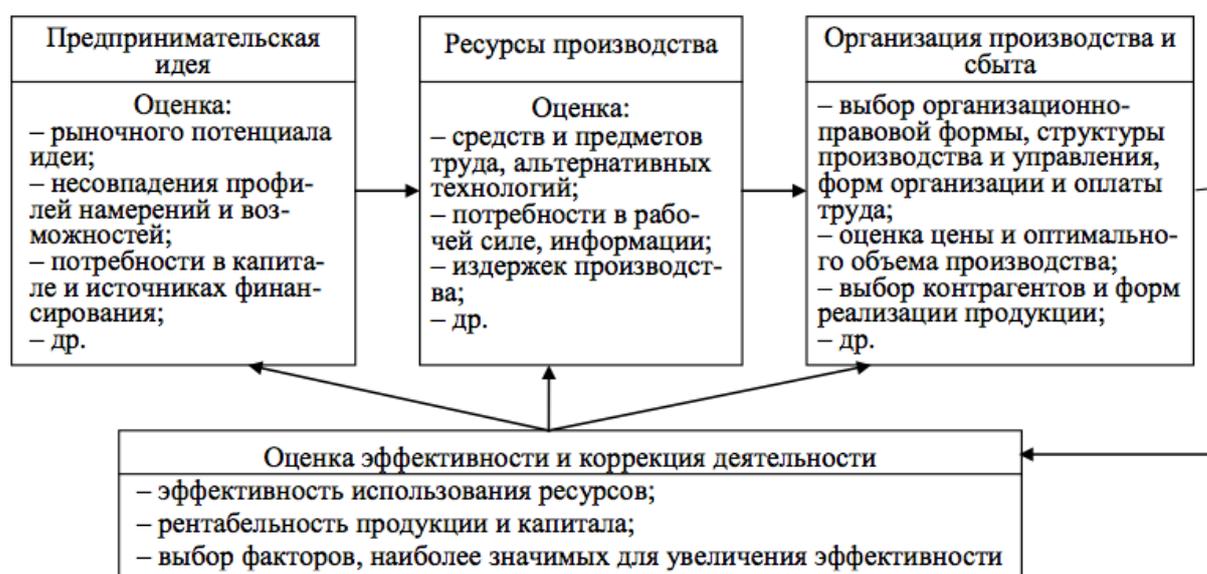


Рис. 1.4. Общая схема производственного предпринимательства

Следующий этап состоит в такой организации производства и управления, которые обеспечивают гармоничное соединение материально-технических, социальных, экономических условий на основе системного взгляда на предстоящее дело как на единый, отлажено действующий организм. Оценивается объем производства, при котором обеспечивается при заданной цене, установленных издержках нужная прибыль. Прорабатываются вопросы организации труда, форм оплаты, планирования, учета деятельности, контроля, взаимоотношения со сбытовыми организациями, банками, поставщиками сырья и т.д. Следует учитывать, что выручка от реализации продукции не может совпадать по времени из-за длительности производственного цикла и преобразования сырья в продукцию с расчетами по поставкам сырья и оборудования, выплатой заработной платы, уплатой налогов, процентов за кредит и другими обязательными платежами. Соединить все это так, чтобы платежеспособность, ответственность по обязательствам не вызывали нареканий кредиторов большое управленческое искусство.

Но главное состоит в получении таких результатов деятельности, которые обеспечивают эффективное использование ресурсов, хорошую

рентабельность производимой продукции и отдачу от вложенного в дело капитала на уровне, который делает целесообразным удерживание его в выбранной точке приложения.

Пример. Вложенный в дело капитал равен 100 млн. руб. На долю заемного капитала приходится 30 млн. руб. Обслуживание заемного капитала равно 12 % в год. Чистая прибыль за год составила 20 млн. руб.

$$R_k = \frac{20 \text{ млн. руб./год}}{100 \text{ млн. руб}} \times 100\% = 20\% \text{ в год}$$

Рентабельность капитала будет равна $R_{СК}$

$$R_{СК} = \frac{20 \text{ млн. руб./год}}{70 \text{ млн. руб}} \times 100\% = 28,6\% \text{ в год.}$$

Из этих показателей видно, что использование заемного капитала выгодно, т.к. выплачивать по займу нужно 12 %, а заемный капитал (как и собственный) дает отдачу 20 %. Разница в 8 % идет в пользу предпринимателя.

Ну а если заемный капитал будет стоить больше 20 %, то предприниматель потеряет на заемном капитале и рентабельность собственного снизится, будет меньше 20 %.

Но предположим, что заемного капитала нет, весь капитал собственный, то отдача в 20 % годовых – это хорошо или плохо? Однозначного ответа быть не может. Предположим, что проценты по депозитам в банке равны тоже 20 % (например, из-за инфляции). Стоит ли заниматься таким хлопотным и рискованным делом как предпринимательство, если такую же отдачу с меньшим риском и ничего не делая можно получить, положив 100 млн. руб. в банк? Из мирового опыта известно, что предпринимательская деятельность дает отдачу в среднем в 1,3–1,5 раза больше, чем доход по депозиту.

Вообще, в предпринимательстве нет абсолютных показателей, с которыми можно сравнить собственные и сделать определенный вывод. Собственные показатели нужно сравнивать со среднеотраслевыми, с показателями основных конкурентов, с собственными показателями в прошлом (оценка происходящих изменений) и т.п. Лишь тогда можно определенно решить насколько успешно идет дело.

Коммерческое (лат. commercium – торговля) предпринимательство. Оно более рискованное в сравнении с производственным. Повышенный риск вызывается изменчивостью рыночной конъюнктуры; перемещением товаров на значительные расстояния, погрузочно-разгрузочными работами, складированием, что вызывает определенные трудности в сохранности, сопровождается изменением качества товаров при транспортировке и хранении, а бывает и количества; меньшей надежностью соблюдения договоров по срокам поставки и расчетам. Отсюда следует необходимость большей доходности коммерческого предпринимательства по сравнению с производственным.

Разумеется, производитель товара может сам, и часто именно так и

бывает, заниматься продажей товара покупателю. Такая деятельность называется производственно-коммерческой. Но для среднего и тем более крупного предпринимательства это экономически не выгодно.

Пример. Прибыль производителя товара равна 100 тыс. руб. в год. На реализацию товара уходит 2 месяца. Если производитель отдаст реализацию продукции торговому посреднику со скидкой в 10 %, то он потеряет прибыль 10 тыс. руб.

Но скорость оборота капитала производителя вырастет в 1,2 раза (12 мес.:10мес.). В результате прибыль составит $1,2 \text{ раз} \times (100 - 10) \text{ тыс. руб. в год} = 108 \text{ тыс. руб. в год}$. Производитель товара выиграет 8 тыс. руб.

Разумеется, это нужно просчитывать в каждом случае отдельно, учитывая размер ценовой скидки, время на реализацию. Возможно, и поставки сырья и материалов на предприятие-производитель товаров окажется выгодно отдать торговому посреднику, так как это тоже ускоряет оборот капитала.

Торговец обычно имеет дело не с одним производителем товаров, а с несколькими, если их наберется 10, то его годовая прибыль составит $10 \times 10 \text{ тыс. руб. год.} = 100 \text{ тыс. руб. в год}$, как у производителя в рассмотренном примере. Если торговец крупный, то он может перепродавать товар более мелким товарным посредникам, установив для них скидку, допустим, в размере 3–5 % и т. д.

Торговля, как правило, менее капиталоемкая деятельность и поэтому доходность капитала в ней не меньше, чем у производителя товара, а с учетом повышенного риска даже несколько выше.

Торговое предпринимательство в сфере здравоохранения – это купля-продажа товаров и услуг медицинского назначения. При осуществлении любой торговой операции неизбежны разного рода расходы: на поиск и покупку товаров (у их производителя или у другого продавца), доставку товаров в торговую точку или непосредственно покупателю, обеспечение сохранности товаров в период их транспортировки и хранения, продажу товаров (включая оплату услуг возможных посредников), а в ряде случаев – и на послепродажное (гарантийное) обслуживание покупателей. В последнее время многие государственные (муниципальные) организации здравоохранения создают собственные подразделения, занимающиеся торговым предпринимательством.

В общем виде участие торгового посредника между производителем и потребителем выглядит как на рис. 1.9.

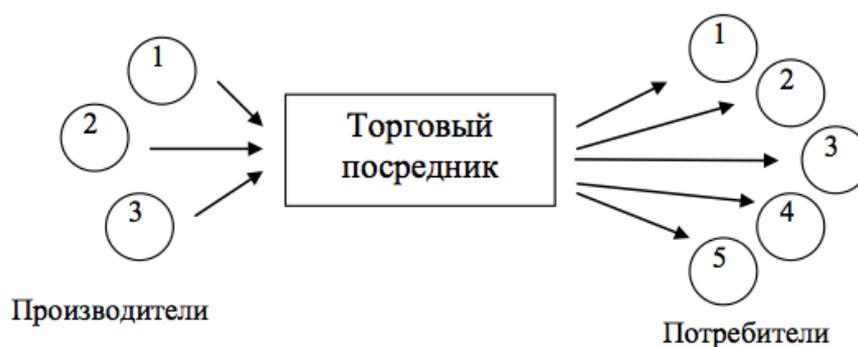


Рис. 1.5. Принципиальная роль торгового посредника

Посредник при продвижении товара может становиться собственником товара (оптовое купечество), а может выполнять посреднические функции по поручению производителя или потребителя, не становясь собственником (агентирование).

При агентировании посредник (агент) на основе агентского соглашения (договора) выполняет поручение либо производителя, либо потребителя (они называются принципалами) о продаже или покупке товара на заданных принципалом условиях за определенное вознаграждение.

Бывают агенты по сбыту, по закупкам (занимаются набором нужного ассортимента, например, для розничных торговцев), агенты производителей (представляют интересы двух или нескольких производителей товаров, дополняющих друг друга). Формами агентирования, отражающими специфику торговых операций, является брокерство, комиссия, делькредо, индент, консигнация.

Оптовое купечество принципиально отличается от агентирования тем, что независимые коммерческие организации (или физические лица) приобретают право собственности на товар, с которым в дальнейшем совершают торговые операции от своего имени, в своих интересах и за свой счет. На долю оптового купечества, например, в США приходится более половины оптовой торговли. Формами оптового купечества является дистрибьютерство (англ. distribution – распределение), дилерство (англ. dealer – торговец).

Разнообразие форм посреднической деятельности подчеркнем, назвав такие как: посылторговое посредничество, торговое представительство, комивояжерство, аукционерство, сетевой маркетинг, интернет-магазины и др.

Основу посреднического предпринимательства в сфере здравоохранения составляют купля-продажа коммерческой информации и оказание иных услуг, способствующих осуществлению всех видов предпринимательской деятельности в здравоохранении. Посредниками являются маклеры и дилеры. А инструментом служат рекламные и другие маркетинговые механизмы. Главный фактор посреднического предпринимательства – информация, причем самая разнообразная. Примером посреднического предпринимательства является продажа информации о

наличии тех или иных медицинских препаратов, изделий медицинского назначения, медицинского оборудования.

С развитием рыночных отношений в здравоохранении, возрастает потребность в интеллектуальном посредничестве. Особенно велика роль посредников в подготовке и реализации крупномасштабных инвестиционных проектов, в том числе международных. Сами участники этих проектов в силу разных причин, обусловленных как конкуренцией, так и законодательными ограничениями, не могут (или не хотят) проявлять связанную с ними активность и возлагают эту обязанность за определенную плату на квалифицированных посредников. Обычно такими квалифицированными посредниками выступают консалтинговые компании (фирмы).

Финансовое (лат. *financia* – наличность, доход) предпринимательство. Это деятельность на денежной стадии оборота капитала, когда товаром являются на- личные и безналичные деньги, валюта, ценные бумаги. Деньги могут быстро обесцениваться из-за инфляции, а ценные бумаги быстро менять свой курс и зна- чительно отличаться по номинальной и реальной стоимости. Значительный риск финансовой деятельности предопределяет ее потенциально высокую доходность, большую, чем при производственном и коммерческом предпринимательстве.

По своему содержанию финансовое предпринимательство представляет собой оказание услуг (производственное предпринимательство) при совершении сделок производственного или коммерческого характера и одновременно является посреднической (коммерческой) деятельностью между сторонами, такие сделки заключающие. Финансовое предпринимательство является инфраструктурой предпринимательской деятельности.

Основными институтами, образующими инфраструктуру предпринимательства, являются банки, инвестиционные компании и фонды, фондовые и валютные биржи.

Финансовое предпринимательство, которое в силу его особой значимости для рыночной экономики выделяют обычно в самостоятельный вид, является по сути одним из видов торгового предпринимательства. Организации здравоохранения, непосредственно вкладывающие свои средства в финансово-кредитные учреждения (банки, фондовые биржи и т.д.), становятся субъектами финансового предпринимательства, получая определенную прибыль (дивиденды, проценты по депозитным счетам и т.д.), которая в дальнейшем идет на развитие основного производства.

Страховое предпринимательство – это продажа особой услуги – страховой защиты. Заключая договор страхования, предприниматель-страховщик обязуется при определенных условиях, зафиксированных в договоре страхования полностью или частично компенсировать застрахованному лицу потери, которые тот может понести в течение срока действия договора. За это страховщик взимает со страхователя определенную страховую плату.

Наиболее распространенными являются следующие виды страхования: жизни, здоровья (медицинское страхование) имущества, страхование профессионального риска и ответственности и т.д.

Консультационное предпринимательство (лат. consultants – советующий). Его суть в снижении неопределенности при принятии предпринимательских решений и увеличении их эффективности. Консультационные фирмы на платной основе изучают и дают рекомендации по самым разным вопросам: правовым, управления финансами, оптимизации налогообложения, маркетинга, стратегического управленческого планирования, технологическим вопросам производства, информационным технологиям, управления персоналом, реорганизации бизнес-процессов и т.п.

Спрос на консалтинговые услуги в последние десятилетия вдвое обгоняет темпы роста бизнеса.

Это сложный вид предпринимательства с высоким риском, требует от исполнителей высокой квалификации и поэтому он достаточно дорог. В конце прошлого столетия в России к его услугам прибегали в основном крупные предприятия и холдинги, а предприятия среднего и малого бизнеса в силу ограниченных финансовых возможностей пользовались услугами консалтинговых фирм достаточно редко.

Консалтинг – профессиональная консультативная помощь руководителям организаций (предприятий), предпринимаемая в решении проблем, возникающих в процессе осуществления их деятельности. Консалтинговые фирмы предоставляют услуги по исследованию и прогнозированию рынка, по разработке технико-экономических обоснований проектов, проведению маркетинговых исследований и др. Как правило, консалтинг (консалтинговая помощь) осуществляется на платной основе в виде рекомендаций, совместных решений, проектов.

Тема 2. Организационные формы предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции

Характеристика организационных форм предпринимательства. Субъекты предпринимательской деятельности. Организационно-экономические формы предпринимательства. Организационные структуры предприятия и их выбор. Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.

В системе здравоохранения Российской Федерации действуют некоммерческие и коммерческие организации здравоохранения. Основной формой некоммерческих организаций здравоохранения служат учреждения.

Виды учреждений:

- Бюджетные
- Казенные
- Автономные

Казенные учреждения - государственное (муниципальное) учреждение, осуществляющее оказание государственных, (муниципальных) услуг, выполнение работ и (или) исполнение государственных (муниципальных) функций в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления, финансовое обеспечение деятельности которого осуществляется за счет средств соответствующего бюджета на основании бюджетной сметы.

Особенности казенного учреждения. Тип казенного учреждения предполагает, что: учреждение будет финансироваться из бюджета на основании бюджетной сметы, по его долгам будет нести субсидиарную ответственность учредитель, учреждение будет ограничено в возможности проявления инициативы, в том числе в возможностях по ведению приносящей доход деятельности и распоряжению имуществом, денежными средствами, созданию иных юридических лиц, получению займов, кредитов и т.п.

Бюджетные учреждения.

Бюджетным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ или оказания услуг в целях обеспечения реализации предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий соответственно органов государственной власти (государственных органов) или органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах.

Тип бюджетного учреждения существенно изменяется и приобретает черты, схожие с типом автономного учреждения.

Автономное учреждение некоммерческая организация, созданная РФ, субъектом РФ или муниципальным образованием, для выполнения работ, оказания услуг, в целях осуществления предусмотренных законодательством РФ полномочий органов государственной власти, полномочий органов МСУ в сферах: науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, иных сферах, установленных федеральным законодательством.

Преимущества автономных учреждений

- Повышение публичности деятельности через создание наблюдательных советов.
- Повышение ответственности руководителей учреждений за результаты.
- Возможность осуществления без конкурса государственных и муниципальных закупок при необходимости.
- Оптимизация ресурсов.
- Право выбора системы оплаты труда.

- Возможность привлечения кредитов.

Предпринимательская деятельность организаций здравоохранения весьма многообразна. Все многообразие для удобства рассмотрения можно условно разбить на однородные классы. Один из вариантов классификации (всего по шести признакам, а их больше) дан на рис. 1.6.



Рис. 1.5. Классификация организационно-правовых форм коммерческих организаций здравоохранения

Основными формами собственности являются (ст. 212 ГК РФ): частная (физических и юридических лиц), государственная (федеральная и субъектов РФ), смешанная, муниципальная и иных форм. В предпринимательской деятельности в сфере здравоохранения могут участвовать все формы собственности, причем без каких-либо ограничений или преимуществ.

Участие в предпринимательстве согласно ГК РФ должно принимать определенные организационно-правовые формы. Их многообразие позволяет потенциальным предпринимателям выбрать себе наиболее подходящую, в зависимости от величины стартового капитала, приемлемости риска и ответственности, стратегических целей, отраслевой направленности, характера взаимоотношений между партнерами, особенностей желаемого распределения прибыли, применяемых схем налогообложения и других обстоятельств.

В зависимости от количества участников (рис. 1.5) предпринимательство может быть индивидуальным или коллективным. Для индивидуального предпринимателя организационная структура отсутствует, так как собственность принадлежит одному физическому лицу.

При коллективном предпринимательстве собственность принадлежит

нескольким физическим лицам, которые могут организовываться с выделением долей (вкладов) каждого из них, либо без выделения долей (совместная собственность).

Варианты допустимых по ГК РФ форм предпринимательства представлены на рис. 1.6. Простейшей формой является индивидуальное предпринимательство. Любой дееспособный гражданин вправе им заниматься без образования юридического лица (ст. 23 ГК РФ). Статус индивидуального предпринимателя он приобретает с момента государственной регистрации в этом качестве и внесения в соответствующий реестр.

Его деятельность регулируется нормами ГК РФ, относящимися ко всем коммерческим организациям: можно приобретать имущество, использовать имущество других лиц по соответствующим соглашениям, нанимать и увольнять работников, пользоваться услугами других организаций, открывать счета в банке и получать кредиты и т.п.

Индивидуальный предприниматель обязан выплачивать подоходный налог, отвечать по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, а в случае невозможности удовлетворить требования кредиторов, по решению суда он может быть признан несостоятельным (банкротом).

Достоинства индивидуального предпринимательства перед другими организационно-правовыми формами в гибкости и оперативности в принятии управленческих решений, т.к. не нужно согласовывать решения с партнерами; возможности быстрого реагирования на изменение потребностей и вкусов потребителей; высокая мотивация к напряженному труду.

Недостатки индивидуального предпринимательства в ограниченности привлекаемых к работе финансовых ресурсов, а следовательно, малых масштабов предпринимательства и отсюда невозможности заметного снижения издержек на единицу продукции и низкая конкурентоспособность. Профессиональное решение многих вопросов затруднено и возникает необходимость обращения за консультациями, советами и проработками вопросов в соответствующие консалтинговые организации, услуги которых достаточно дороги, что еще больше увеличивает условно-постоянные расходы. Возникают проблемы с невыходами на работу, предоставлением выходных дней, отпусков, больничных и др. Поэтому необходимо тщательно взвешивать свои возможности и находить на рынке нишу деятельности, в которой можно работать эффективно.

Необходимо отметить, индивидуальный предприниматель, который решил заняться предпринимательской деятельностью в сфере здравоохранения должен пролицензировать свою деятельность согласно ФЗ РФ от 04.05.2011 №99-ФЗ “О лицензировании отдельных видов деятельности”

Все остальные организационно-правовые формы являются коллективными. Чтобы коллектив мог быть истцом и ответчиком в суде,

приобретать и осуществлять имущественные права, отвечать по своим обязательствам, быть единым организмом для других субъектов рынка, создается юридическое лицо (ст.48 ГК РФ).

В коллективных формах объединяются для совместной работы от имени юридического лица (разд. 4, ст. 48–127 ГК РФ) либо физические лица (со своим имуществом), либо капиталы, либо то и другое. Они несут коллективную (а не единоличную) ответственность, получают коллективный доход, который распределяется по определенным принципам между участниками предпринимательской деятельности.

Простейшей коллективной формой является производственный кооператив (ст.107 - 112 ГК РФ). В кооперативе (артеле) добровольно объединяются граждане для совместной деятельности (производство товаров или работ, торговля, бытовое обслуживание и др.), соединяя для этого имущественные или иные паевые взносы. Участие в труде является обязательным. В управлении делами кооператива участникам предоставляются равные права – один голос, независимо от размера паевого взноса и даже доход распределяется пропорционально трудовому участию, а не величине внесенного пая.

Индивидуальное предпринимательство и кооперативы являются типичными организационно-правовыми формами мелкого бизнеса.

Более крупными коммерческими предприятиями, но простыми по организации капитала и распределению доходов являются государственные и муниципальные унитарные предприятия (ст. 113 - 115 ГК РФ). Имущество таких предприятий неделимо (унитарный от лат. *unitas* – единый, неделимый), не может быть распределено между работниками предприятия или другими лицами. Оно находится соответственно в государственной или муниципальной собственности, а передано такому предприятию на праве оперативного управления или хозяйственного ведения. Полученный доход принадлежит собственнику имущества – государству или муниципалитету. Собственник по обязательствам такого предприятия несет лишь субсидиарную (от лат. *subsidiarius* – резервный, вспомогательный) ответственность.

Более сложными по организации капитала и распределению доходов являются товарищества и общества (ст. 66–104 ГК РФ). Товарищества, как правило, являются объединением лиц, а общества – объединением капиталов. Это ведет к разной степени ответственности перед кредиторами.

В товариществе перед кредиторами несут ответственность и имуществом товарищества и личным имуществом каждого полного члена и частью личного имущества неполных членов. В обществе кредиторы могут претендовать лишь на имущество общества, не затрагивая личное имущество его учредителей.

Полное товарищество (ст. 69–81 ГК РФ) основано на лично-доверительных отношениях, т. к. сделку от имени товарищества, в принципе, может заключить один участник, а имущественную ответственность по ней (солидарную, субсидиарную) будут нести все участники, если не хватит

имущества товарищества. По- этому эта организационно-правовая форма часто встречается в семейном пред- принимательстве.

В полном товариществе весь капитал (деньги, ценные бумаги, вещи), называемый складочным, разделен на доли, и в отличие от кооперативов, прибыль и убытки распределяются пропорционально этим долям, а не по трудовому вкладу участников в результат деятельности.

Товарищество на вере (ст. 82–86 ГК РФ). Оно также иногда называется коммандитным (от франц. *commanditer* – финансировать, давать деньги). Это сле- дующий шаг к росту складочного капитала. В таком товариществе наряду с полными товарищами (комплиментариями) есть участники-вкладчики (коммандитисты), которые, доверяя полным товарищам, дают им деньги; сами не участвуют в управлении, получают доход в соответствии с внесенными вкладами, но несут риск ответственности только в пределах этих вкладов, а не всем личным имуществом, как полные товарищи.

Товарищества являются переходными формами от мелкого предпринимательства к среднему и крупному, которым больше соответствуют хозяйственные общества.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) является объединением капиталов как в товариществах, но личного участия своих членов в делах общества не требуется. Нет и ответственности личным имуществом по обязательствам ООО, ответственность ограничивается размерами внесенных вкладов (ст. 87– 94 ГК РФ).

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) по сравнению с ООО позволяет расширить возможность кредитования и увеличить размер действующего капитала за счет того в нем устанавливается ответственность не толь- ко в пределах сделанных вкладов в уставный капитал, но и личным имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости вкладов (ст. 95 ГК РФ).

Дочерние и зависимые общества (ст. 105–106 ГК РФ). Дочерним признается общество, если другое (основное) общество в силу его значительной роли в уставном капитале или другим способом имеет возможность определять решения. Дочернее общество не отвечает по долгам основного (материнского) общества, в то время как основное общество солидарно несет ответственность с дочерним по сделкам, заключенным во исполнение указаний основного общества.

Мировой опыт, как и опыт РФ, показывает, что создание крупного предпринимательства удачно базируется на специальной форме объединения индивидуальных капиталов – акционерных обществах. Их уставной капитал делится на определенное число равных долей – акций. Акционеры не отвечают по обязательствам общества, не обязаны участвовать в повседневных делах, риск ответственности выражается лишь в потере стоимости акций.

Акционерная форма (ст. 96–104 ГК РФ) позволяет достаточно быстро мобилизовать крупные капиталы, демократизирует экономику, выполняет важную социальную роль, делая широкие слои населения совладельцами

крупной собственности, допуская их к управлению деятельностью и распределению прибыли.

Основными достоинствами акционерной формы являются: простота передачи прав на участие в делах общества (процедура сводится к купле-продаже акций); ограниченная ответственность, т. к. даже в случае полной неудачи можно потерять не более того, что вложил; возможность увеличивать капитал общества, выпуская акции, без привлечения заемного капитала, вызывающего повышенный риск банкротства.

Еще одним важным достоинством акционерной формы перед другими обществами заключается в ее высокой финансовой устойчивости. Например, при выходе в любое время из ООО участник забирает свою долю, уменьшая тем самым капитал ООО. Выйти из АО можно только одним способом – продать свои акции.

Для АО процедура выхода вкладчика не затрагивает размера имущества, со- храняя кредитоспособность.

Действуют акционерные общества на основе Федерального закона от 26 де-кабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» и в соответствии с Гражданским кодексом РФ Части первой от 30.11.1994г. № 51 ФЗ (ред от 03.07.2016), в соответствии с которым они бывают двух типов – публичными и непубличными.

Закрытые и открытые акционерные общества (ЗАО И ОАО). Различия между ними сводятся в основном к следующим признакам:

В силу п.1 ст.66.3 ГК РФ **публичным** является акционерное общество, акции и ценные бумаги которого публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах. Правила о публичных обществах применяются к АО, устав и фирменное наименование которых содержат указание на то, что общество является публичным. Таким образом, публичным может стать и общество, не отвечающее соответствующим признакам.

Общество с ограниченной ответственностью и акционерное общество, которое не отвечает признакам, указанным выше, признаются **непубличными**.

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, обязательно должно иметь фирменное наименование, которое фиксируется в учредительном документе (в АО это устав) и ЕГРЮЛ. Полное фирменное наименование публичного АО на русском языке должно содержать полное наименование общества и слова "публичное акционерное общество", сокращенное - полное или сокращенное наименование общества и слова "публичное акционерное общество" или "ПАО".

Непубличное общество становится (по своему усмотрению) публичным со дня внесения в ЕГРЮЛ сведений о фирменном наименовании, содержащем указание на то, что общество следует считать публичным. Фирменное наименование непубличного АО на русском языке должно содержать полное наименование общества и слова "акционерное общество", сокращенное - полное или сокращенное наименование общества и слова

"акционерное общество" или "АО" ([Письмо ФНС России от 04.09.2014 № СА-4-14/17740@](#)).

Из приведенных различий понятно, что ПАО является правовой формой реализации возможностей самого крупного предпринимательства. Неслучайно минимальный размер уставного капитала ПАО на порядок выше, чем в непубличном обществе.

1. В мировой и отечественной практике основным критерием определения субъектов малого предпринимательства принято считать среднюю численность работников за отчетный период. Под малым предпринимательством понимается деятельность небольшой группы лиц, или предприятия, управляемое одним собственником. Сюда в качестве критериев входят также: размер уставного капитала; величина активов; объем оборота, прибыли или дохода. В ЕС к малым предприятиям относят: количество работников до 50 человек; годовой оборот менее 4 млн. евро; сумма баланса менее 2 млн. евро.

К средним предприятиям в ЕС относится: количество занятых от 50 до 250 человек; годовой оборот менее 16 млн. евро; сумма баланса менее 8 млн. евро.

Международная организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) к "малым весьма" предприятиям относит предприятия с числом до 19 человек; к "малым" - до 99 человек; к "средним" от 100 до 499 человек; к крупным - свыше 500 человек.

В соответствии с ФЗ РФ субъектами малого предпринимательства считаются организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных фондов и прочее, не превышает 25%. Количество работников малого предприятия, согласно российскому законодательству, должно составлять:

- в промышленности, строительстве и на транспорте - 100 человек;
- в сельском хозяйстве и научно-технической сфере - 60 человек;
- в оптовой торговле - 50 человек;
- в розничной торговле и бытовом обслуживании населения - 30 человек;
- в остальных отраслях и при осуществлении других видов деятельности - 50 человек.

Малые предприятия, осуществляющие несколько видов деятельности, относятся к таковым по критерию того вида, доля которого является наибольшей в годовом обороте или объеме прибыли.

С 1 января 2003г. Законом РФ от 24 июня 2002г. из перечня льготного налогообложения исключены следующие виды деятельности: оказание предприятием ремонтно-строительных услуг; медицинских и косметологических; оказание предпринимателями услуг по краткосрочному проживанию; оказание консультационных услуг; бухгалтерских, аудиторских, юридических и образовательных; розничная стационарная торговля; услуги по предоставлению автостоянок и гаражей; деятельность организаций по сбору металлолома; изготовление и реализация игрушек и

изделий народных художественных промыслов.

Изменены параметры сфер деятельности: в розничной торговле, общественном питании и по оказанию автотранспортных услуг.

2. В настоящее время малое предпринимательство в России значительно уступает малому предпринимательству в США, Японии, Германии, Франции. К 2000г. число малых предприятий по отраслям распределяется следующим образом: торговое и общественное питание - 44,5%; строительство - 15,8%; промышленность - 15,7%; наука и научное обслуживание - 4,5%; общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка - 4,0%; другие отрасли экономики - 15,5%. За последующие годы число малых предприятий не увеличилось. В 2004 г. их численность составляла 896,9 тыс., а в 2008г.-868тыс. Не увеличивается и численность работающих на малых предприятиях (6207,8тыс. в 2008г. + 475,7тыс. работающих по договорам + 717,9тыс. работающих по совместительству).

В развитых странах доля занятых в малом бизнесе составляет 68% ими производится 11,4 ВВП. Малое предпринимательство способствует решению следующих важнейших экономических задач:

- формирует цивилизованную конкурентную предпринимательскую среду;
- обеспечивает высокий уровень удовлетворения потребностей населения;
- расширяет ассортимент и повышает качество товаров и услуг;
- приближает производство товаров и услуг к потребителю;
- содействует структурной перестройке экономики;
- привлекает личные средства населения в развитие национальной экономики;
- создает дополнительные рабочие места;
- эффективно использует творческие способности людей;
- вовлекает в трудовую деятельность группы населения, для которых крупное производство налагает ограничения;
- формирует социальный слой собственников, владельцев предприятий;
- активизирует НТП;
- способствует освоению и использованию вторичных источников сырья и отходов крупных производств;
- содействует деятельности крупным предприятием путем изготовления и поставки комплектующих изделий, созданию вспомогательных и обслуживающих производств;
- освобождает государство от низко рентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Выполняя вышеперечисленные функции в экономике, малые предприятия тем самым становятся важнейшим составляющим элементом в воспроизводственном процессе современного общества.

4. 1) Право выбора системы налогообложения, учета и отчетности, включая период к упрощенной системе или возврат к принятой ранее системе, предоставляется субъектам малого предпринимательства на добровольной основе в порядке предусмотренном Федеральным законом.

Упрощенная система предусматривает замену федеральных, региональных и местных налогов и сборов единым налогом, исчисляемого по результатам хозяйственной деятельности организаций за отчетный период.

2) Применение упрощенной системы индивидуальности предпринимателями предусматривает замену подоходного налога на доход, полученный от предпринимательской деятельности, уплатой стоимости патента на занятие данной деятельностью.

3) Для предпринимателей, применяющих упрощенную систему, сохраняется действующий порядок ведения кассовых операций и предоставления необходимой статистической отчетности.

4) Субъектами упрощенной системы налогообложения с 1 января 2003 года являются следующие виды предпринимательской деятельности:

- оказание бытовых услуг;
- ветеринарных услуг;
- услуг по ремонту, техобслуживанию и мойки автотранспортных средств;
- розничной торговли через магазины с площадью торгового зала не более 70 м², палатки, лотки и другое;
- услуги общественного питания с площадью торгового зала не более 70 м²;
- автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов, имеющих не более 20 авто.

Для организаций единый налог заменяет:

1. налог на прибыль;
2. НДС;
3. налог с продаж;
4. налог на имущество предприятий;
5. единый социальный налог.

Для индивидуальных единый налог заменяет:

1. налог на доходы физических лиц;
2. НДС;
3. налог с продаж;
4. налог на имущество физических лиц;
5. единый социальный налог с полученных доходов и сумм, выплачиваемых своим работникам в связи с ведением деятельности, обремененной единым налогом.

Ставка единого налога устанавливается в размере 15%, а налоговым периодом признается квартал.

2. В настоящее время малое предпринимательство в России значительно уступает малому предпринимательству в США, Японии, Германии, Франции. В 1999 г. число малых предприятий по отраслям распределяется следующим образом: торговое и общественное питание - 44,5%; строительство - 15,8%; промышленность - 15,7%; наука и научное обслуживание - 4,5%; общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка -

4,0%; другие отрасли экономики - 15,5%. За последующие годы число малых предприятий не увеличивается. В 1994 г. их численность составляла 896,9тыс, а в 1999г. - 868тыс. Не увеличивается и численность работающих на малых предприятиях (6207,8тыс. в 1998г. + 475,7тыс. работающих по договорам + 717,9тыс. работающих по совместительству).

В развитых странах для занятых в малом бизнесе составляет 68% или производится 11,4 ВВП. Малое предпринимательство способствует решению следующих важнейших экономических задач: - формирует цивилизованную конкурентную предпринимательскую среду, обеспечивающую высокий уровень удовлетворения потребностей населения;

- расширяет ассортимент и повышает качество товаров и услуг;
- приближает производство товаров и услуг к потребителю;
- содействует структурной перестройке экономики;
- превышает личные средства населения в развитие национальной экономики;
- создает дополнительные рабочие места;
- эффективно использует творческие способности людей;
- вовлекает в трудовую деятельность группы населения, для которых крупное производство полагает ограничения;
- формирует социальный слой собственников, владельцев предприятий;
- активизирует НТП;
- способствует освоению и использованию чистых источников сырья и отходов крупных производств;
- содействует деятельности крупным предприятием путем изготовления и поставки комплектующих изделий, созданию вспомогательных и обслуживающих производств;
- освобождает государство от низко рентабельных и убыточных предприятий за счет их аренды и выкупа.

Выполняя выше перечисленные функции в экономике, малые предприятия тем самым становятся важнейшим составляющим элементом в воспроизводственном процессе современного общества.

4. Основная поддержка малого бизнеса в России осуществляется за счет льготного налогообложения. Право выбора системы налогообложения, учета и отчетности, включая переход к упрощенной системе или возврат к принятой ранее системе, предоставляется субъектам малого предпринимательства на добровольной основе в порядке предусмотренном Федеральном законом. Упрощенная система предусматривает замену федеральных, региональных и местных налогов и сборов единым налогом, исчисляемым, по результатам хозяйственной деятельности организаций за отчетный период.

Применение упрощенной системы индивидуальными предпринимателями предусматривает замену подоходного налога на доход, полученный от предпринимательской деятельности или уплатой стоимости патента за занятие данной деятельностью.

Для предпринимателей, применяющих упрощенную систему,

сохраняется действующий порядок ведения кассовых операций и предоставления необходимой статистической отчетности.

Субъектами упрощенной системы налогообложения являются следующие виды предпринимательской деятельности:

- оказание бытовых услуг;
- ветеринарных услуг;
- услуг по ремонту, техобслуживанию и мойки автотранспортных средств;
- розничной торговли через магазины с площадью торгового зала не более 70 м², палатки, лотки и другое;
- услуги общественного питания с площадью торгового зала не более 70 м²;
- автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов, имеющих не более 20 авто.

Для организаций единый налог заменяет:

1. налог на прибыль;
2. НДС;
3. налог с продаж;
4. налог на имущество предприятий;
5. единый социальный налог.

Для индивидуальных предпринимателей единый налог заменяет:

1. налог на доходы физических лиц;
2. НДС;
3. налог с продаж;
4. налог на имущество физических лиц;
5. единый социальный налог с полученных доходов и сумм, выплачиваемых своим работникам в связи с ведением деятельности, единым социальным налогом.

Ставка единого налога устанавливается в размере 15%, а налоговым периодом признается квартал.

Тема 3. Предпринимательские преобразования и их обоснование

Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Деятельность предпринимателя начинается с идеи. Можно иметь капитал, желание, чтобы он приносил доход, но успех придет, если в основу деятельности будет положена удачная идея. Ее поиск инициируется стремлением стать собственником, постоянно увеличивать свое благосостояние, реализовывать свою жизненную позицию, добиваться

признания в обществе. При этом нужно достаточно подробно знать свою область предпринимательства; риски, которые ей присущи и умение ими управлять; понимание способов получения необходимых материальных, трудовых и денежных ресурсов; знание внешней среды и умение организовывать внутреннюю.



Рис. 3.1. Источники предпринимательских идей

Идеи могут разрабатываться как предпринимателем, так и, что чаще бывает, специальными советниками, консультационными службами. Предприниматель должен быть легко восприимчив к новым идеям, но выбор самых удачных из множества альтернативных вариантов он делает только сам, принимая на себя специфический предпринимательский риск, чем принципиально отличается от менеджеров любого уровня.

Рождаются идеи в результате изучения определенных источников информации, некоторые из которых показаны на рис. 4.1.

Использование товарного рынка как источника идей заключается в следующем. Обнаружив дефицит товара, предприниматель просчитывает варианты, с какой доходностью он может его ликвидировать, во что выльется производство товара или закупка его на стороне. Идея несложная и обычно ее прорабатывают мелкие и индивидуальные предприниматели.

Более сложны идеи, связанные с выявлением товарных, структурных и ассортиментных диспропорций, с анализом ситуаций на межрегиональных и межстрановых товарных рынках; с оценкой тенденций глобальных изменений, происходящих на товарных рынках. Этим, как правило, занимается среднее и крупное предпринимательство.

Производимые продукты тоже могут быть источником идей, хотя часто

это носит неожиданный характер. В телефонию аппараты с автоматическим определителем номера (АОН) пришли из ракетной техники, хотя там применялась с иной целью. Приборы ночного видения, используемые в военной области, нашли новую – охранные системы и прицелы охотничьих ружей. Робототехника существенно снизила издержки на сборке автомобилей. Подобные идеи могут возникать и осваиваться в малом, среднем и большом бизнесе.

Достижения науки и техники позволяют выводить на рынок принципиально новые продукты: сотовые телефоны, цифровую аудио- и видео- и другую бытовую технику, медицинскую диагностическую и лечебную аппаратуру, интернет и т.д. Такие идеи имеют повышенный риск, хотя в случае удачи обеспечивают высокую прибыльность и долговременный успех на рынке. Этим обычно занимается среднее и крупное предпринимательство в сотрудничестве с небольшим венчурным.

Любая идея, потенциально пригодная для реализации, должна пройти экспертизу на рыночную целесообразность (рис. 3.2.).

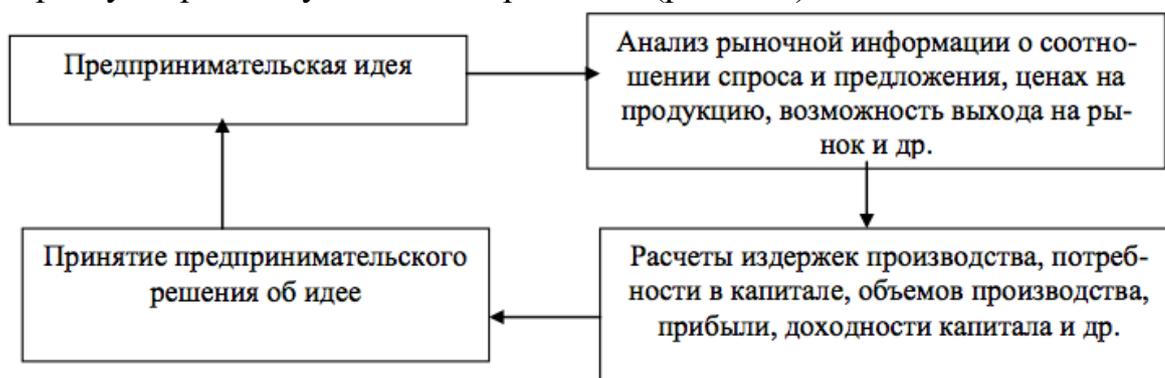


Рис. 3.2. Циклическая схема принятия предпринимательского решения

Анализ рыночной информации о соотношении спроса и предложения является первичным – если предложение выше спроса, то идея вряд ли имеет право на жизнь, издержки производства при распространенных технологиях с трудом позволят вписаться в низкую рыночную цену и получить в достаточном количестве прибыль и приемлемую доходность капитала. На успех можно рассчитывать, если только опираться на новую, никому не известную, технологию с низкими издержками производства.

Анализ возможности выхода на рынок также важен. Например, производство автомобилей или металла недоступно подавляющему числу отдельных предпринимателей из-за большой капиталоемкости производства этих товаров, высокой конкуренции и необходимости создания специальной инфраструктуры их продвижения к потребителю. Но даже при производстве товара с невысокой капиталоемкостью при отсутствии собственной сети розничной торговли, придется делать скидку с цены оптовому покупателю в размере 10–20 %, а то выше.

Расчеты издержек производства важны потому, что дают представление о том, сколько прибыли получит предприниматель. Рыночная цена для предпринимателя распределяется между покрытием его издержек и

прибылью по формуле

$$Ц=И+П, \text{ руб./шт.} \quad (3.1.)$$

где $Ц$ – цена товара, $И$ – издержки на единицу товара, $П$ – прибыль. Чем меньше издержки, тем больше прибыль. Управление издержками важнейшая составляющая организации внутренней среды предпринимательства. Их минимизация служит критерием отбора предпринимательских решений. В издержки входит сырье, а вот у кого купить, какого качества, по какой цене и с какими транспортными расходами по доставке, зависит от предпринимателя. В издержки входит амортизация зданий, оборудования, транспортных средств и т.п., а вот какие средства производства купить, какие арендовать, как их эксплуатировать, зависит от предпринимателя. В издержки включается заработная плата, а каких рабочих и служащих нанять, как мотивировать их работу, зависит тоже от предпринимателя. Все составляющие формулы (4.1.) представляют собой цену, издержки и прибыль в расчете на единицу товара (руб./шт.). Но для расчета доходности капитала, минимально-безубыточного объема производства нужен аналог этой формулы в расчете на производимый за год объем продукции (руб./год). Этот аналог имеет вид:

$$В=И_в+П_в, \text{ руб./год} \quad (3.2.)$$

Где $В=Ц*V$ – годовая выручка от реализации; V – годовой объем производства товара, шт./го; $И_в$ – валовые издержки ($И*V$), руб./год; $П_в$ – валовая прибыль ($П*V$), руб./год.

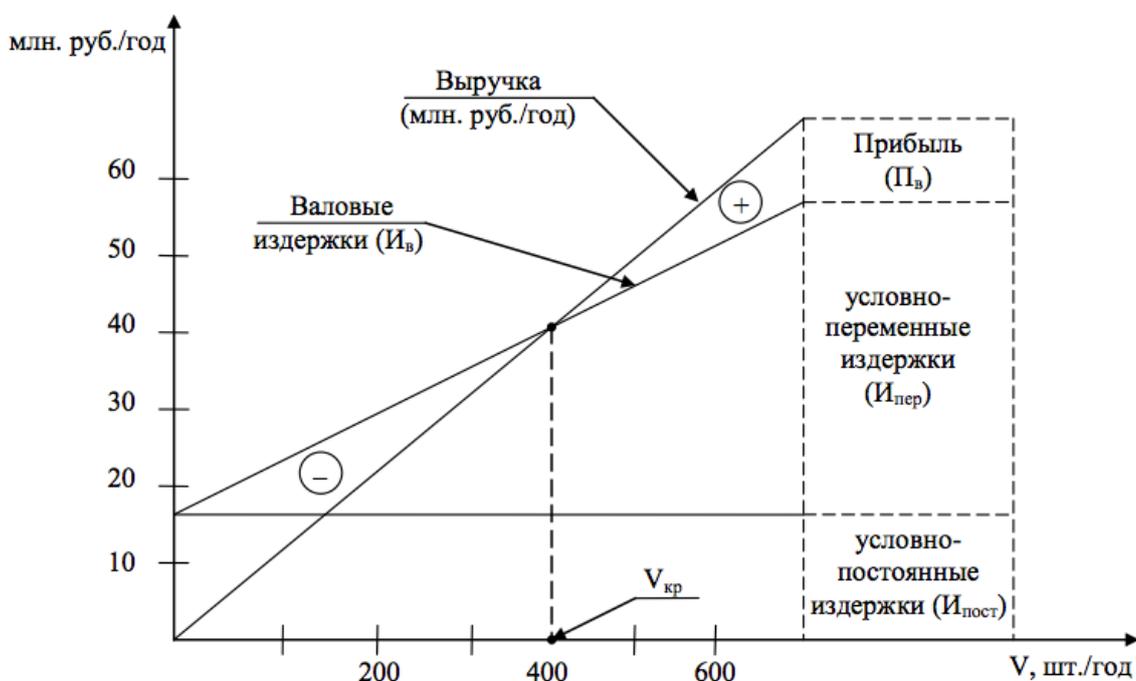


Рис. 3.3. Определение точки безубыточности

Валовые издержки для дальнейшего анализа представим в виде условно- постоянных ($И_{пост}$) и условно-переменных ($И_{пер}$), т.е.

$$И_в = И_{пост} + И_{пер} \quad (3.3.)$$

$I_{\text{пост}}$ – те издержки, которые практически не зависят от объема производства: амортизация, арендная плата, проценты за кредит, оплата труда управленческого персонала, организация охраны и т.п.

$I_{\text{пер}}$ – те, которые прямо зависят от объема производства продукции: сырье, комплектующие, оплата труда рабочих, технологическая энергия и т.п.

На основе этих понятий можно найти минимальный (безубыточный) объем продаж и зависимость валовой прибыли от объема продаж (рис. 4.3).

При малом объеме производства и продаж предприниматель несет убытки из-за того, что на небольшое количество продукции переносится вся масса условно-постоянных расходов и издержки на единицу продукции не покрываются рыночной ценой. При больших объемах производства доля условно-постоянных расходов, приходящаяся на единицу продукции мала, цена покрывает издержки и дает прибыль. В некоторой критической точке, называемой также точкой безубыточности / нулевой доходности /, цена и издержки производства сравниваются ($V=400$ шт./год). Переход за эту точку дает прибыль во все возрастающем объеме. Эта точка определяется по формуле

$$V_{\text{кр}} = \frac{I_{\text{пост}}}{C - I} \text{ (шт. год)}, \quad (3.4.)$$

где $I_{\text{пост}}$ – постоянные издержки, руб./год; C – цена, руб./шт.; I – удельные переменные издержки, руб./шт.

Для предпринимателя важна еще одна величина, называемая запасом финансовой прочности, которая показывает, на сколько процентов может быть снижен фактический объем производства и сбыта продукции, чтобы дойти до нулевой прибыли (рентабельности).

$$\text{ЗФП} = \frac{V_{\text{ф}} - V_{\text{кр}}}{V_{\text{ф}}} \times 100\% \quad (3.5.)$$

где $V_{\text{ф}}$ – фактический объем производства, $V_{\text{кр}}$ – критический объем производства.

Пример. Предприниматель производит и сбывает 750 изделий в год. Постоянные издержки равны $I_{\text{пост}}=12$ млн. руб./год. Цена изделия и удельные переменные издержки соответственно составляют $C=80$ тыс. руб./шт., $I=50$ тыс. руб./шт. Требуется рассчитать критический объем производства, запас финансовой прочности и прибыль.

Решение

$$V_{\text{кр}} = \frac{I_{\text{пост}}}{C - I} = \frac{12000}{(80000 - 50000)} = 400 \text{ шт./год}$$

$$\text{ЗФП} = \frac{V_{\text{ф}} - V_{\text{кр}}}{V_{\text{ф}}} \times 100\% = \frac{750 - 400}{750} \times 100\% = 47\%$$

$$П = V_{\text{ф}} \times C - V_{\text{ф}} \times I - I_{\text{пост}} = 750 \times 80 - 750 \times 50 - 12000 = 10,5 \text{ млн. руб./год}$$

Из данного примера следует, что выручка может упасть на 47%, а

выпуск продукции с 750 до 400 шт./год, прежде чем предприниматель дойдет до нулевой прибыльности.

Не всякая рентабельность устраивает предпринимателя, она должна быть не меньше определенного уровня. Реакция предпринимателя будет совершенно разной, если прибыль в 10 млн. руб./год получена на базе капитала в 10 млн. руб. или 100 млн. руб.

Капитал – это материальные (или финансовые) средства, а также интеллектуальная собственность предпринимателя – предпринимательская идея плюс организаторские навыки, новый способ производства, новые качественные характеристики продукции, т.е. все то, что можно охарактеризовать как «инновация».

Проще всего охарактеризовать материальную составляющую капитала, она отражается в активе бухгалтерского баланса (см. табл. 4.1). Слева в таблице поименовано имущество предпринимателя, а справа дана его денежная оценка. Пример условен, все цифры и соотношение между ними, конечно, зависят и от масштаба производства и от особенностей предпринимательской деятельности. Капитал в процессе своего оборота проходит денежную, производственную, товарную и снова денежную формы (Д – П ... Т – Д'). Разница между Д' и Д является прибылью, и чем она больше, тем привлекательнее область приложения капитала. Прибыль тем выше, чем быстрее оборачивается капитал.

Но основной и оборотный капитал оборачиваются с разной скоростью. Основной служит долго, он применяется во многих производственных циклах и возвращается к предпринимателю частями по мере его износа в форме амортизационных отчислений. Оборотный капитал используется полностью в одном производственном цикле и возвращается к предпринимателю сразу после реализации продукции.

Таблица 3.1

Структура капитала, млн. руб.

1	Основные средства, в т.ч.:	50
2	земля	10
3	здания, машины, инструменты	40
4	Оборотные средства, в т.ч.:	40
5	сырье, комплектующие	4
6	готовая продукция на складе	6
7	задолженность покупателей	20
8	Денежные средства в кассе и на счете в банке	10
9	Итого (п.1 + п.4)	90

Без капитала предпринимательство состояться не может. Но откуда он берется? Его источники показаны на рис. 3.4.

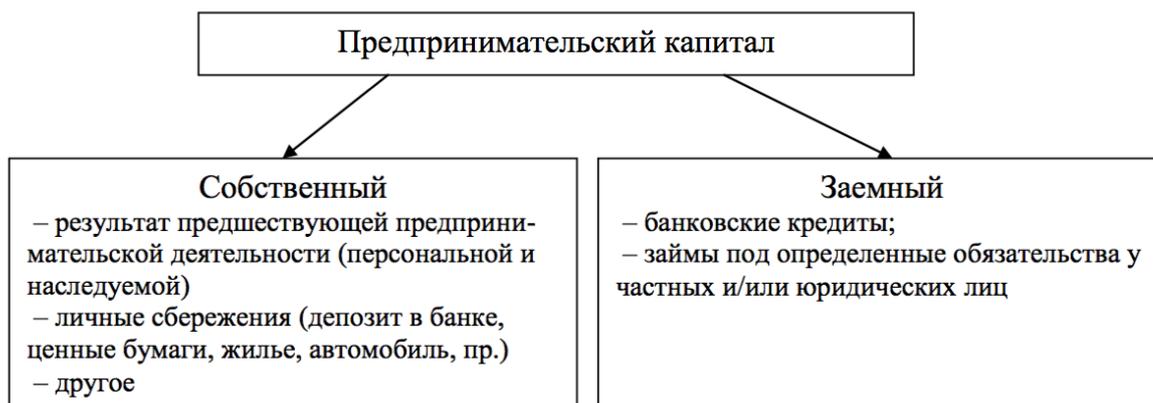


Рис. 2.4. Источники предпринимательского капитала

Рис. 3.4. Источники предпринимательского капитала

Соотношение между собственным и заемным капиталом в среднем предпринимательстве составляет приблизительно 70/30, в крупных, а особенно транснациональных корпорациях из-за высокого доверия кредиторов оно может доходить до 50/50. В мелком предпринимательстве подавляющая масса капитала приходится на собственный из-за высокого риска невозврата взятых ссуд и нежелания заимодавцев участвовать в сомнительных проектах. Хотя бывают и исключения, когда гарантией возврата является именно предпринимательский проект с высокой вероятностью значительного экономического эффекта и быстрой окупаемостью вложенного в него капитала.

О значимости капитала для успешного предпринимательского старта говорят опросы действующих и бывших предпринимателей, расставивших разные факторы следующим образом (допускались положительные ответы сразу на несколько вопросов): наличие стартового капитала (80 %); особый предпринимательский склад характера (51 %); личные связи в муниципальной, городской и региональной властях (31 %); наличие четкого плана развития собственного бизнеса на перспективу (30 %); личные связи в правоохранительных органах, пожарной инспекции, СЭС и т.п. (20 %); наличие специальных знаний в управлении предприятием, персоналом, маркетинге, финансах (17 %); наличие команды специалистов и работников нужной квалификации (14 %).

Сколько нужно капитала? Известно, что отношение выручки к активам является достаточно устойчивой величиной (мультипликатором), характерной для каждого вида деятельности. Отсюда можно получить ответ на заданный вопрос.

Пример. На родственных предприятиях фармацевтической промышленности отношение выручки от реализации (ВР) к активам (А) в среднем оказалось равным 1,36 (ВР/А). На предполагаемом к открытию производстве прогнозируется годовая выручка, чтобы обеспечить в нужном размере прибыль и рентабельность, в размере ВР=5,4 млн. руб./год. Поэтому потребуется капитала в размере (оценка):

$$K = \frac{5,4}{1,36} = 4 \text{ млн. руб.}$$

Имеется много других методов оценки потребности в капитале, например, методом прямого счета, когда на основе выбранной технологии перечисляется все необходимое имущество для производства (земля, здания, оборудование, материалы, электроэнергия и т.д.), по прейскурантам, рыночным ценам и другим источникам информации находится их стоимость и складывается.

Но знания прибыли и доходности капитала не всегда достаточно для принятия предпринимательского решения о выборе идеи (рис. 4.2). Предприниматель учитывает много других обстоятельств, которые не прямо, а чаще опосредовано и не формализуемо, влияют на окончательный выбор (рис. 4.5).

О критерии экономической целесообразности говорилось выше, дадим краткие пояснения к остальным.

Предположим, что предпринимательская идея А при реализации позволит завоевать 15 % рынка, а идея В – 25 %. Предпочтение будет отдано идее В.

Размер собственного капитала важен потому, что если у предпринимателя имеется своего свободного капитала 2 млн. руб., а для реализации идеи А требуется 3 млн. руб., а идеи В – 5млн. руб., то занять в случае реализации идеи А придется 1 млн. руб., а в другом 3 млн. руб. Последнее может оказаться невозможным и предпочтение окажется на стороне идеи А.

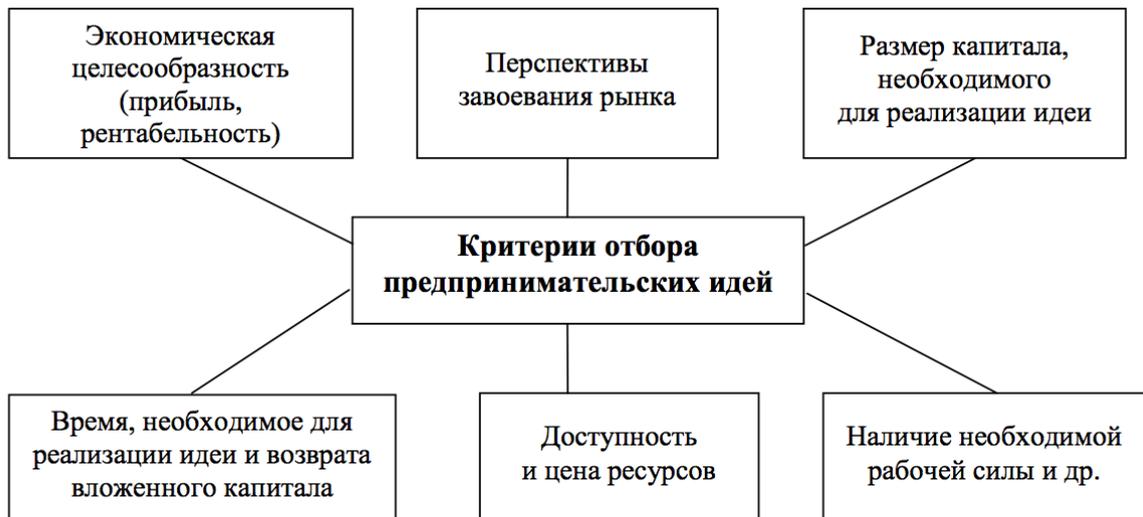


Рис. 2.5. Критерии отбора предпринимательских идей

Рис. 3.5. Критерии отбора предпринимательских идей

Если практическое воплощение идеи А требует 4 месяца, а идеи В – 12 месяцев, то очевиден выбор в пользу идеи А. С другой стороны, если возврат вложенного капитала через чистую прибыль (т.е. валовую прибыль, очищенную от налоговых выплат, сборов, недоимок, долгов и т.д.)

происходит в случае идеи А за 2 года, а идеи В за 1 год, то предприниматель предпочтет идею В.

Доступность ресурсов тоже заметно влияет на выбор. Например, для реализации идеи А можно купить оборудование в своем или соседнем городе, а для реализации идеи В необходимо приобрести оборудование за рубежом, что потребует больше времени и денег. В этом случае выбор предпринимательской идеи А предпочтительнее. То же можно сказать о закупке сырья, материалов, комплектующих, которые можно приобрести у знакомых и надежных партнеров или более дешево у новых партнеров, в более отдаленных регионах.

Необходимо учитывать, есть ли в достаточном количестве рабочая сила требуемого профиля и нужного уровня квалификации.

Наличие множества противоречивых критериев (не только названных для примера) делает задачу предпринимателя о выборе идеи исключительно сложной, формально не решаемой, что и приводит к появлению специфического предпринимательского риска.

Тема 4. Основы бизнес-планирования.

Бизнес-планирование в российском предпринимательстве. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование. Понятие мониторинга в экономике. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием. Презентации бизнес-плана.

1. План – это динамичный процесс, позволяющий предвидеть и учитывать изменения внешней среды с целью приспособления и адаптации к ним внутренних факторов производства для развития своей фирмы.

Для практической реализации планирования необходимо соблюдение следующих основополагающих принципов:

- Гибкость, предусматривающая постоянную адаптацию к изменениям внутренней и внешней предпринимательской среды;
- Непрерывность, предполагающая скользящий характер планирования в части систематического пересмотра планов;
- Участие, предполагающее вовлечение в планирование всех возможных участников и сотрудников предприятия;
- Адекватность, отражение реальных проблем и самооценки в процессе планирования;
- Комплексность как взаимосвязь и отражение в плане всех направлений производственно-хозяйственной деятельности фирмы;
- Многовариантность, позволяющая выбрать наилучшую из альтернативных возможностей развития предприятия;

- Интерактивность, предусматривающая неоднократность проработки уже составленных разделов плана и творческий характер самого процесса планирования.

Таким образом, под принципами бизнес-планирования предпринимательской фирмы понимаются общие правила разработки планов и их взаимодействиями по всем уровням и разделам.

Принципы выражают общую тенденцию организации процесса планирования, реализацию плана и контроль за его выполнением. При этом контроль предполагает не только учет выполнения, но и необходимые корректировки и регулирование в самом процессе плановой деятельности и при изменениях внутренней и внешней среды функционирования предпринимательской фирмы.

Состав и структура бизнес-плана зависят от размеров предприятия, емкости рынка, наличия конкурентов и перспектив роста.

В зависимости от цели составления бизнес-плана разделы могут разрабатываться с той или иной степенью конкретизации. Жестко регламентированных форм и структур бизнес-плана не существует.

При создании собственного дела предприниматель должен составить бизнес-план и предусмотреть в нем следующие разделы:

1. Общая характеристика фирмы;
2. Характеристика товаров;
3. Рынки сбыта товаров (услуг);
4. Конкуренция на рынках сбыта;
5. План маркетинга;
6. План производства;
7. План повышения квалификации кадров;
8. Организационный план;
9. Риски в деятельности фирмы;
10. Финансовый план;
11. Приложения.

На титульном листе бизнес-плана необходимо указать, что приведенная в данном бизнес-плане информация носит конфиденциальный характер и является предметом предпринимательской тайны охраняемой законом РФ. (ст.139 ГК РФ).

3. При разработке и написании 2 и 3 разделов бизнес-плана необходимо предварительная работа по выбору товаров и услуг, которые должны быть в основе всего бизнеса фирмы. Здесь необходимы следующие пункты:

- Перечень товаров и услуг предлагаемые фирмой;
- Их наглядное изображение (фото, рисунки, образцы, проекты);
- Потребности, которые удовлетворяют данные товары (услуги);
- Регулярность покупаемых товаров данного рода;
- Соответствие этих товаров требованиям стандартизации и сертификации;

- Продолжительность спроса на рынке товаров и услуг (устойчивость);
- На каких рынках, и каким образом они продаются;
- Причина потребительских предпочтений по данной группе товаров и услуг;
- Особенности технологии изготовления товаров;
- Патенты и авторские свидетельства, которыми защищены предполагаемые товары;
- Цены, по которым будут продаваться товары;
- Затраты на их производство и прибыль с каждой единицы товара;
- Особенности дизайна и упаковки товара;
- Какова организация после продажного обслуживания на технически сложные изделия;
- Исследование перечня требований для экспортного исполнения товаров.

Исследование предполагаемого рынка сбыта состоит из 4-х этапов:

1. Определение данных, которые позволяют установить условия реализации товаров и потенциал конкурентов на данной группе товаров. Рост потребительского спроса на основе роста населения, количества потребителей и роста денежных доходов.

2. Определение источника информации по основным характеристикам интересующего вас рынка: собственные исследования, торговые палаты, ассоциации предпринимателей, торговые ассоциации.

3. Кто, почему, в каком количестве, когда будет готов купить этот товар в ближайшей и долгосрочной перспективе, примерный уровень розничной цены вашей продукции.

4. На основе изложенных выше этапов необходимо разработать мероприятия, реализация которых позволит удерживать данную нишу рыночного пространства.

4. В разделе 4 и 5 бизнес-планов целесообразно изложить стратегию маркетинга, принятую фирмой:

- Как будет продаваться товар;
- Как будут определяться цены и какова ожидаемая прибыль;
- Как добиваться постоянного роста продаж;
- Как будет организована служба сервиса;
- Методы стимулирования продаж;
- Организация послепродажного обслуживания;
- Организация рекламы;
- Какова эластичность спроса на ваш товар;
- Какова схема оптимальной транспортировки вашего товара;
- Система складского хозяйства и расположение торговых точек;
- Каков уровень квалификации работников фирмы и уровень обслуживания клиентов;

- Расположение пунктов послепродажного обслуживания;
- Оптимальный запас запчастей на складах и в пунктах сервисного обслуживания.

Реализации любого инвестиционного проекта должно предшествовать его экономическое обоснование, т.е. разработка бизнес-плана.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором точно и ясно описываются основные цели бизнеса, условия их достижения; он должен доказать эффективность принятия инвестиционного решения для его потенциальных участников.

Разработка бизнес-плана позволяет решить следующие задачи:

- 1) ответить на вопрос, выгодна ли с экономической точки зрения реализация того или иного инвестиционного проекта (идеи);
- 2) выявить на рынке позитивные и негативные стороны, связанные с реализацией инвестиционного проекта;
- 3) проанализировать, как повлияет реализация инвестиционного проекта на финансовое состояние предприятия, его имидж и стоимость бизнеса;
- 4) найти источники финансирования инвестиционного проекта, в том числе возможности получения банковского кредита;
- 5) снизить инвестиционный риск, так как бизнес-план дает возможность прогнозировать ситуацию в будущем, в том числе и негативную, и заранее предпринять меры по снижению степени инвестиционного риска.

Кроме того, бизнес-план помогает предпринимателю решить следующие основные задачи:

- о определить конкретные направления деятельности предприятия;
- о установить целевые рынки и место предприятия на этих рынках;
- о сформулировать долговременные и краткосрочные цели предприятия, а также стратегию и тактику их достижения;
- о выбрать состав и номенклатуру товаров и услуг, которые будут предложены предприятием, а также оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации; и др.

Состав бизнес-плана и степень его детализации зависят от ряда факторов, к которым можно отнести: масштабы проекта, целевое назначение проекта, степень риска и т.д.

Структура бизнес-плана включает в себя следующие разделы.

1. Резюме. Данный раздел содержит краткие итоги бизнес-плана. Его основной задачей является изложение в простой и доступной форме сути инвестиционного проекта, его основных преимуществ и подведение итогов всех расчетов. В этом разделе отражаются данные, которые позволяют потенциальному инвестору понять сущность проекта, его стоимость и конечные результаты.

Необходимо отметить, что резюме бизнес-плана - это своего рода его визитная карточка, так как инвесторы из-за отсутствия времени в первую очередь изучают резюме и только после этого, если оно заинтересовало

инвестора, читают бизнес-план полностью. Поэтому резюме должно содержать основные характеристики и показатели инвестиционного проекта, которые дают возможность судить о его привлекательности.

Данный раздел готовится после того, как работа над бизнес-планом завершена, т.е. проведен весь анализ и выполнены все необходимые расчеты, которые можно кратко изложить.

2. Характеристика бизнеса. В данном разделе необходимо не только охарактеризовать предприятие (история зарождения, положение в деловом сотрудничестве, анализ имущественного и финансового положения), но и его роль в конкретной отрасли и в экономике в целом. Здесь следует проанализировать состояние отрасли и ее развитие, а также потребности населения в производимой продукции (работах, услугах).

В этом разделе требуется отразить информацию об основных конкурентах, а также их сильные и слабые стороны.

Информация о предприятии должна быть более точной, так как потенциальный пользователь бизнес-плана должен убедиться в его надежности.

3. Описание продукции (работ, услуг). Любой инвестиционный проект начинает свое зарождение с какой-либо идеи о производстве продукции (выполнения работ, оказания услуг). В этом случае необходимо отразить их преимущества по сравнению с аналогами, конкурентоспособность на рынке, уникальные свойства и полезный эффект, ради которого данную продукцию (работы, услуги) будут приобретать потенциальные покупатели.

В данном разделе целесообразно отразить и жизненный цикл продукции (работ, услуг), что позволит предпринимателю своевременно предпринять определенные меры на каждой стадии жизненного цикла.

В заключение данного раздела необходимо сделать вывод о целесообразности освоения новой продукции (работ, услуг), а также о финансировании проекта.

4. Анализ рынка. В данном разделе анализ может быть проведен в такой последовательности:

- 1) общая характеристика рынка производимой продукции (работ, услуг);
- 2) сегментирование рынка по различным критериям (по региональному признаку, группе покупателей и т.д.);
- 3) выявление потенциальных покупателей;
- 4) анализ продаж;
- 5) определение основных направлений продвижения продукции (работ, услуг) на рынок;
- 6) определение посредников при реализации продукции (оказании услуг, выполнении работ).

По планируемой к выпуску продукции (работ, услуг) необходимо отразить следующие данные:

- о качество продукции;
- о цену реализации;

- о объемы выпуска продукции;
- о форму сбыта;
- о систему доставки;
- о систему складирования; и др.

5. План маркетинга. Данный раздел бизнес-плана основывается на его предыдущих разделах и отражает результаты анализа рынка, как для нового продукта, так и для бизнеса в целом, а также оценивает возможности конкурентов и другие факторы рынка.

Основная цель данного раздела заключается в том, чтобы доказать пользователю бизнес-плана, что на рынке имеется достаточное число покупателей и они предпочтут именно этот товар (работы, услуги). Здесь также необходимо отразить объемы сбыта, что оказывает значительное влияние на план производства и размер инвестиций.

В общем виде данный раздел содержит:

- о мероприятия по максимальному удовлетворению потребителей продукции (работ, услуг) в процессе осуществления инвестиционного проекта;

- о возможные ошибки и просчеты, а также их стоимость при различных вариантах реализации инвестиционного проекта;

- о мероприятия, связанные с рекламой продукции (работ, услуг) и затраты на нее;

- о методы стимулирования продаж и др.

Маркетинговый анализ должен быть основан на реальных и взаимосвязанных сведениях.

6. Производственный план. Данный раздел будет иметь место только тогда, когда инвестиционным проектом предусматривается производство какой-либо продукции. Главная задача данного раздела состоит в том, чтобы показать потенциальным инвесторам реальность производства продукции в нужном объеме и соответствующего качества.

В данном разделе необходимо отразить следующую информацию: применяемая техника и технологии; объемы производства и производственная база; сырье и материалы; постоянные и переменные издержки; трудовые ресурсы и др.

Производственный план может быть разделен на следующие подразделы:

- 1) программа производства и реализации продукции;
- 2) производственные мощности;
- 3) материально-техническое обеспечение;
- 4) затраты на производство и реализацию продукции.

Данный раздел необходим не только производителю продукции, но и другим заинтересованным лицам (инвесторам, банкам и др.), так как его данные являются важной составляющей надежности и эффективности проекта.

7. Финансовый план. Данный раздел необходим, в первую очередь, для контроля финансовой обеспеченности инвестиционного проекта и отражает

все предстоящие затраты, источники финансирования, финансовые результаты, а также результаты всех расчетов.

Финансовый анализ должен сопровождать разработку инвестиционного проекта с самого начала, и каждый раздел бизнес-плана должен быть связан с финансовым планом.

Экономическое обоснование проекта выступает основным критерием при принятии инвестиционного решения, поэтому разработка финансового плана должна вестись особенно тщательно.

Финансовый план состоит из следующих разделов:

- 1) ретроспективный анализ финансового состояния предприятия (за последние 3-5 лет);
- 2) анализ финансового состояния предприятия в период подготовки инвестиционного проекта;
- 3) прогноз прибылей и денежных потоков;
- 4) оценка финансовой эффективности инвестиционного проекта.

На основе оценки эффективности инвестиционного проекта инвесторы принимают решение об инвестировании капитала.

8. Приложения. В данном разделе содержатся все необходимые документы и данные, которые использовались при разработке бизнес-плана, но не вошли в его основной текст.

Наиболее важным разделом бизнес-плана является финансовый план, так как именно здесь проводится экономическое обоснование инвестиционного проекта, которое выступает основным критерием принятия инвестором своего решения.

Презентация бизнес-плана – это краткое изложение основных положений бизнес-плана на переговорах с инвесторами и потенциальными партнерами. Компания и ее продукция, рынок – клиенты и конкуренты, маркетинговая стратегия, первоочередные финансовые задачи, команда, которая будет осуществлять этот план (ключевой управленческий персонал), необходимые размеры ссуды или долевого участия и цели, на которые эти деньги будут направлены, размер, условия и сроки реализации инвестиции – это перечень основных освещаемых вопросов на презентации бизнес-проекта.

Для повышения эффективности презентации копию бизнес-плана потенциальным инвесторам и партнерам высылают заранее, чтобы они имели возможность прочесть его до начала переговоров. Во время презентации необходимо использовать наглядный материал (образцы продукции, фотографии, графики, схемы и т. д.). Презентация должна проходить в форме диалога, а не лекции. Лучше, если презентацию проводит лично руководитель предприятия с привлечением специалистов.

Презентация предшествует началу переговоров с потенциальными инвесторами и партнерами по реализации бизнес-проекта. В ходе переговоров происходит согласования условий и оформление договорных отношений. По результатам переговоров вносятся соответствующие

коррективы в бизнес-план. Началу переговоров с инвесторами предшествует этап аудита бизнес-плана.

Тема 5. Организация реализации предпринимательского проекта

Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур. Правила создания учредительных документы предприятия. Формирование уставного фонда предприятия. Выбор режима налогообложения. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками

Государственная регистрация предприятия представляет процесс легализации деятельности хозяйствующих субъектов в случае соответствия юридического лица и его регистрационных документов требованиям действующего законодательства. Порядок государственной регистрации юридических лиц регулируется ст. 51 ГК РФ и Федеральным законом от 08 августа 2001 г. №129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Государственная регистрация осуществляется федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в порядке, установленном Конституцией и Федеральным конституционным законом от 17 декабря 1997 г. №2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации». В соответствии с Указом Президента РФ от 09 марта 2004 г. №314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти», таким органом является федеральная налоговая служба, находящаяся в ведении Министерства финансов России. Регистрацией общественных объединений и политических партий как юридических лиц занимается Федеральная регистрационная служба.

Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения постоянно действующего исполнительного органа, указанного учредителями в заявлении о государственной регистрации, или по месту нахождения иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности в срок не более чем 5(пяти) рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган. Для государственной регистрации юридического лица в регистрирующий орган необходимо представить следующие документы:

- заявление учредителей о государственной регистрации (в заявлении подтверждается, что представленные учредительные документы соответствуют установленным законодательством РФ требованиям к

учредительным документам юридического лица данной организационно-правовой формы);

- решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- учредительные документы юридического лица (подлинники или нотариально удостоверенные копии);

- выписка их реестра иностранных юридических лиц соответствующей страны происхождения или иное равное по юридической силе доказательство юридического статуса учредителя – иностранного юридического лица;

- документ об уплате государственной пошлины – 4000 руб; а для коммерческих организаций – также документы, подтверждающую оплату не менее 50% уставного капитала предприятия.

Решение о государственной регистрации, принятое регистрирующим органом, является основанием внесения соответствующей записи в государственный реестр. Государственная регистрация юридического лица свидетельствует о завершении формирования самостоятельного субъекта гражданского права, поскольку по закону юридическое лицо считается созданным именно с момента внесения записи в государственный реестр.

Отказ в государственной регистрации возможен в случае:

- непредставления необходимых для регистрации документов;

- представления документов в ненадлежащий регистрирующий орган.

В соответствии с п. 1 ст. 51 ГК РФ отказ в государственной регистрации, а также уклонение от такой регистрации могут быть оспорены в суде. Регистрирующий орган вправе обратиться в суд с требованием о ликвидации юридического лица в случае допущенных при создании такого юридического лица грубых нарушений закона или иных правовых актов если эти нарушения носят неустранимый характер. Единый государственный реестр юридических лиц.

В едином государственном реестре юридических лиц содержатся следующие сведения и документы о юридическом лице:

- полное и сокращенное наименование юридического лица;

- адрес (место нахождения) исполнительного органа юридического лица;

- способ образования юридического лица (создание или реорганизация);

- сведения об учредителях (участниках) юридического лица, в отношении акционерных обществ также сведения о держателях реестров акционеров;

- подлинники или нотариально заверенные копии учредительных документов юридического лица;

- сведения о правопреемстве - для юридических лиц, созданных в результате реорганизации иных юридических лиц, для юридических лиц, в учредительные документы которых вносятся изменения в связи с

реорганизацией, а также для юридических лиц, прекративших свою деятельность в результате реорганизации;

- сведения о банковских счетах юридического лица;
- дата регистрации изменений, внесенных в учредительные документы юридического лица;
- способ прекращения деятельности юридического лица (реорганизация или ликвидация);

размер указанного в учредительных документах коммерческой организации уставного капитала (складочного капитала, уставного фонда, паевых взносов);

фамилия, имя, отчество и должность лица, имеющего право без доверенности действовать от имени юридического лица;

сведения о лицензиях, полученных юридическим лицом;

сведения о филиалах и представительствах юридического лица;

идентификационный номер налогоплательщика, дата постановки на учет юридического лица в налоговом органе;

коды по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности;

номер и дата регистрации юридического лица в качестве страхователя:

- в территориальном органе Пенсионного фонда РФ;

- в исполнительном органе Фонда социального страхования РФ

- в территориальном фонде обязательного медицинского страхования РФ.

РФ.

Регистрирующий орган не позднее одного рабочего дня с момента государственной регистрации выдает заявителю свидетельство, подтверждающее факт внесения записи в единый государственный реестр юридических лиц.

Регистрирующий орган в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента государственной регистрации представляет в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, сведения, содержащиеся в едином государственном реестре юридических лиц в государственные внебюджетные фонды для регистрации юридических лиц.

Учредительные документы предприятия

Правовой основой деятельности любого юридического лица наряду с законодательством являются его учредительные документы. Именно в них учредители конкретизируют общие нормы права применительно к своим интересам.

Юридическое лицо действует на основании:

устава;

учредительного договора.

учредительного договора и устава.

Юридическое лицо, созданное в соответствии с ГК РФ одним учредителем, действует на основании устава, утвержденного этим учредителем.

В случаях, предусмотренных законом, юридическое лицо, не являющееся коммерческой организацией, может действовать на основании общего положения об организациях данного вида. В учредительных документах некоммерческих организаций и унитарных предприятий, а в предусмотренных законом случаях и других коммерческих организаций должны быть определены предмет и цели деятельности юридического лица. Состав учредительных документов различных видов юридических лиц различен.

На основе учредительного договора действуют:

- полные товарищества;
- товарищества на вере.

На основе учредительного договора и устава действуют:

- ассоциации и союзы.

На основе устава действуют:

- общества с ограниченной ответственностью;
- акционерные общества;
- производственные кооперативы;
- унитарные предприятия;
- потребительские кооперативы;
- фонды.

Учредительный договор – это консенсуальный гражданско-правовой договор, регулирующий отношения между учредителями в процессе создания и деятельности юридического лица. Его можно рассматривать как разновидность договора о совместной деятельности. Он может заключаться только в письменной форме (простой или нотариальной) и вступает в силу с момента его заключения.

В учредительном договоре учредители обязуются создать юридическое лицо и определяют:

- наименование и место нахождения юридического лица;
- порядок совместной деятельности по его созданию;
- условия о размере и составе складочного капитала;
- условия о размере, составе, сроках и порядке внесения участниками

вкладов

в складочный капитал;

условия о размере и порядке изменения долей каждого из участников в складочном капитале;

ответственность участников, за нарушение обязанностей по внесению вкладов;

условия и порядок управления деятельностью юридического лица;

условия и порядок распределения прибыли и убытков между участниками;

условия выхода учредителей (участников) из состава юридического лица.

сведения об условиях реорганизации и ликвидации.

Устав, утверждается учредителями и рассматривается как локальный нормативный акт, определяющий правовое положение юридического лица и регулирующий отношения между участниками и самим юридическим лицом.

Устав, как правило, подписывают не все учредители, а специально уполномоченные ими лица (например, председатель и секретарь общего собрания участников).

Устав вступает в силу с момента регистрации юридического лица. Содержание учредительных документов в общем виде определяется ст. 52 ГК РФ, а для отдельных видов юридических лиц – в соответствующих разделах ГК РФ и специальных нормативных актах.

В соответствии со ст. 52 ГК РФ в уставе должны содержаться следующие сведения:

- наименование и место нахождения юридического лица;
- организационно-правовая форма;
- сведения о размере уставного капитала;
- сведения о составе учредителей;
- порядок управления деятельностью юридического лица;
- сведения о составе и компетенции органов управления;
- права и обязанности участников;
- сведения о порядке и последствиях выхода участника;
- сведения о порядке перехода доли или части доли в уставном капитале к другому лицу;
- сведения о порядке распределения прибыли и убытков между участниками;
- сведения об условиях реорганизации и ликвидации.

Изменения учредительных документов приобретает силу для третьих лиц с момента их государственной регистрации, а в случаях, установленных законом, с момента уведомления органа, осуществляющего государственную регистрацию, о таких изменениях.

Формирование уставного фонда предприятия

Уставный фонд (капитал) – это зафиксированная учредительными документами совокупность вкладов в денежном выражении, которые учредители (учредитель) решили объединить (выделить) при создании предприятия (юридического лица).

Уставный фонд характеризует величину обособленного имущества, право собственности, на которое перешло к предприятию, как к юридическому лицу, а также характеризует собственность учредителей и величину обязательств по их вкладам. При выходе из состава учредителей, участник может потребовать вернуть в денежной форме долю, внесенную в уставный фонд предприятия.

При регистрации предприятия участники в учредительных документах, самостоятельно определяют величину и структуру уставного фонда с учетом минимального размера для конкретной организационно-правовой формы предприятия, установленного законодательством.

Источниками формирования уставного фонда могут быть денежные средства, материальные активы и нематериальные активы (товарные знаки, патенты, программное обеспечение и т.д.) Согласно действующему законодательству уставный фонд, сформированный из денежных средств, вносится на банковский счет сразу после государственной регистрации юридического лица.

Уставный фонд юридического лица выполняет роль имущественной основы деятельности предприятия, определяет минимальный размер имущества предприятия и гарантирует интересы его кредиторов. Поэтому в учредительных документах юридического лица указываются сведения о размере уставного фонда, о долях каждого из участников, о составе, сроках и порядке внесения ими вкладов. В учредительных документах также должны быть прописаны условия об ответственности участников за нарушение обязательств.

Уставный капитал хозяйственных товариществ традиционно именуется складочным капиталом, поскольку такие предприятия основаны на договоре между учредителями (а не на уставе), складывающими воедино свои взносы для ведения коммерческой деятельности.

Минимальная величина уставного капитала коммерческих организаций определяется Указом Президента РФ от 8 июля 1994 г. №1482, а для акционерных обществ установлена Федеральным законом «Об акционерных обществах», минимальный уставный капитал открытого акционерного общества определен в размере 1000-кратной суммы минимальной 10% на момент регистрации, оставшаяся часть в течение финансового года – производственный кооператив.

Принятие решения об увеличении уставного фонда может быть вызвано разными факторами. Это может быть недостаток оборотных средств, лицензионные требования, связанные с размером уставного фонда или появление новых участников общества, вносящих свой вклад в уставный фонд.

Увеличение уставного фонда возможно в следующих случаях:

- первоначальный уставной фонд оплачен в полном размере;
- увеличение уставного фонда возможно на сумму, не превышающую разницу между стоимостью чистых активов предприятия и размером уставного фонда вместе с резервным фондом;
- стоимость чистых активов на конец второго и последующего финансового года не должна быть меньше уставного фонда предприятия, который устанавливается на момент государственной регистрации предприятия.

Увеличение уставного фонда может быть произведено за счет следующих средств:

- за счет имущества самой организации;
- за счет внесения участниками общества дополнительных вкладов;
- за счет внесения вкладов вновь вступивших участников.

Если происходит увеличение уставного фонда за счет имущества организации, то решение об этом должно быть принято на общем собрании участников и оформлено протоколом, для принятия решения необходимо согласие минимум 2/3 голосов участников. Увеличение уставного фонда регистрируется государственным регистрирующим органом как изменения, вносимые в учредительные документы. Для акционерных обществ в данном случае будет необходимо произвести дополнительный выпуск акций и зарегистрировать эмиссию в Федеральной службе по финансовым рынкам.

Уменьшение уставного фонда производится, если в течение финансового года с момента государственной регистрации участники не полностью оплатили свои взносы. Уменьшение уставного фонда юридического лица может осуществляться путем уменьшения номинальной стоимости долей всех участников предприятия в уставном фонде предприятия и (или) погашения долей, принадлежащих юридическому лицу.

Юридическое лицо не вправе уменьшать свой уставный фонд, если в результате такого уменьшения его размер станет меньше минимального размера уставного фонда установленного законодательством на дату представления документов для государственной регистрации предприятия.

Уменьшение уставного фонда юридического лица путем уменьшения номинальной стоимости долей всех участников предприятия должно осуществляться с сохранением размеров долей всех участников предприятия.

Если стоимость чистых активов предприятия меньше величины установленного закона минимального уставного фонда, предприятие подлежит ликвидации или реорганизации.

Налоги – это обязательные взносы плательщиков в бюджет и внебюджетные фонды в определенных законом размерах и в установленные сроки.

Налоги - основной источник формирования финансовых ресурсов страны, используемый на содержание государственного аппарата (управление, обеспечение правопорядка, оборона и др.) и предоставление услуг населению (пенсионное обеспечение, образование, здравоохранение и др.).

По виду объекта налогообложения налоги делятся на прямые, взимаемые непосредственно с получаемого налогоплательщиком дохода (налог на прибыль, подоходный налог и т.п.), и косвенные - в виде надбавок к цене товаров и услуг (налог на добавленную стоимость, акцизы и т.п.).

Налоговая система – это совокупность налогов разного назначения и видов, в построении и методах которой реализуются следующие принципы:

- 1) однородность, т.е. с одной суммы налог должен взиматься один раз;
- 2) равномерность, т.е. одинаковый подход государства ко всем плательщикам с позиции единства правил и всеобщности;
- 3) определенность, т.е. ставки, сроки, база исчисления устанавливаются заранее;
- 4) безвозмездность, т.е. государство не предоставляет налогоплательщикам никакого эквивалента за вносимые в бюджет средства.

Налоги в РФ (Налоговый кодекс РФ) разделяются на три уровня (рис. 4.14): 1) федеральные; 2) республиканские (краев, областей, автономных образований); 3) местные.

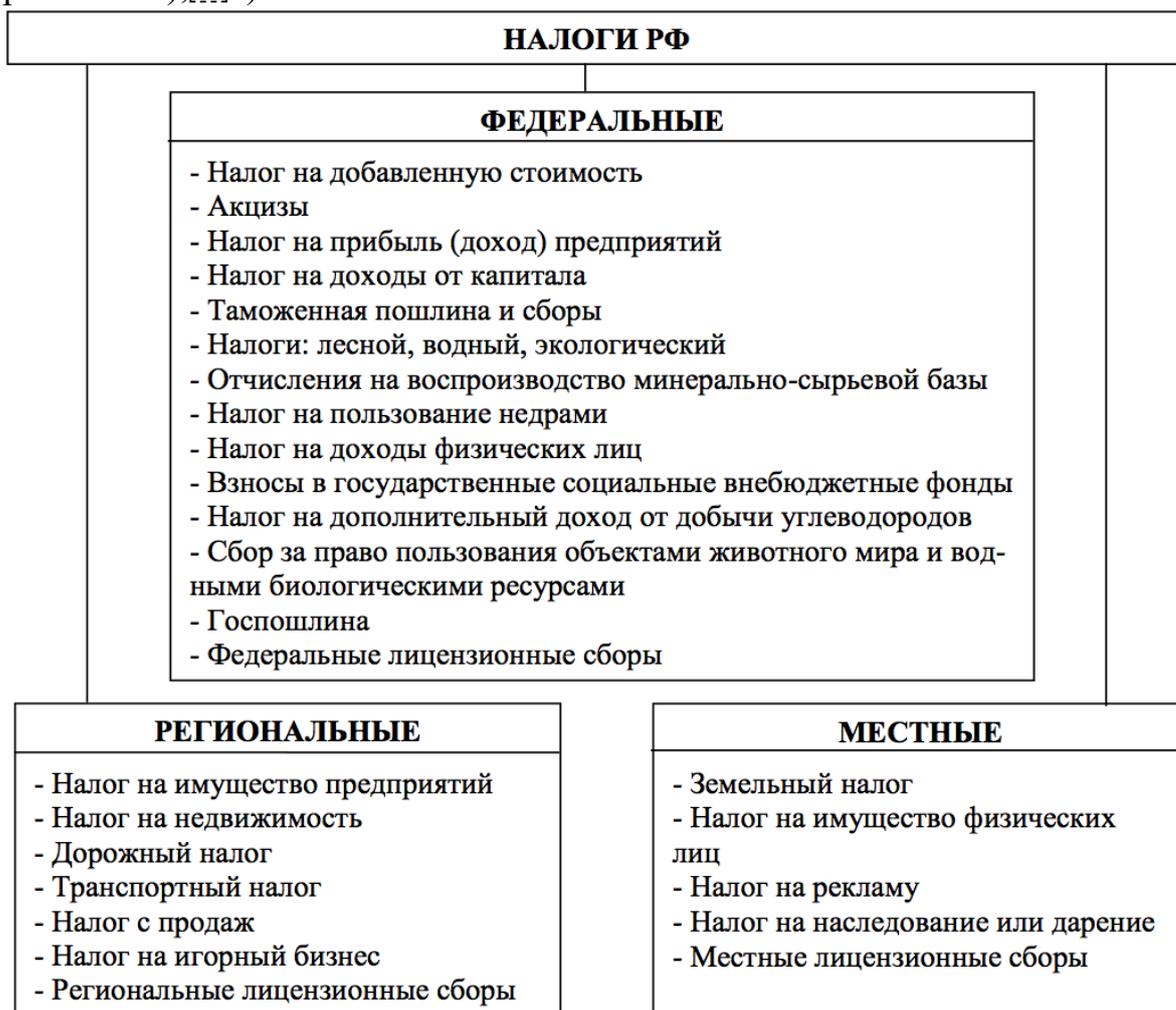


Рис. 4.14. Налоги Российской Федерации

Основным для федерального бюджета является налог на добавленную стоимость (НДС), обеспечивающий более четверти всех поступлений государства. По форме он представляет собой надбавку к цене товара (услуг, работ) и непосредственно затрагивает доход предпринимателя. По существу это налог на потребителя товара, а не на предприятие, которое его лишь собирает. Налоговые ставки по НДС дифференцированы и равны 10 и 18 % в зависимости от особенностей товаров.

Вторым по значимости является налог на прибыль. Его платит не потребитель конечной продукции, а предприниматель. Основная ставка установлена в размере 20 %. Большая часть этого налога заносится в бюджет субъекта РФ, где зарегистрировано предприятие, а меньшая перечисляется в федеральный бюджет.

Для предприятий важно за счет каких источников оно оплачивает различные налоги. Налоги по источникам их покрытия группируют следующим образом:

- налоги, расходы по которым относят на себестоимость продукции

(работ, услуг): земельный налог, налог на пользователей автодорог, налог с владельцев транспортных средств, сборы за использование природных ресурсов;

- налоги, расходы по которым относятся на выручку от реализации (работ, услуг): НДС, акцизы, экспортные тарифы;

- налоги, расходы по которым относятся на финансовые результаты: налоги на прибыль, имущество предприятий, рекламу, целевые сборы на содержание милиции, благоустройство и уборку территории, налог на содержание жилищного фонда и объектов социальной сферы, сбор на нужды образовательных учреждений, сборы за парковку автомобилей;

- налоги, расходы по которым покрываются из прибыли, остающейся в распоряжении предприятий. К этой группе относится часть местных налогов: налог на перепродажу автомобилей и вычислительной техники, лицензионный сбор за право торговли; сбор со сделок, совершаемых на биржах, налог на строительство объектов производственного назначения в курортных зонах и др.

Ставки налогов устанавливаются законодательными актами РФ, законами республик и решениями органов власти краев, областей, автономных образований, органами местного самоуправления.

Наряду с использованием общего режима налогообложения представитель малого предпринимательства в заявительном порядке может перейти на упрощенную систему налогообложения (УСНО).

По этой системе налог на прибыль, НДС, налог на имущество и единый социальный налог заменяются для предприятия одним налогом.

Перейти на УСНО может и индивидуальный предприниматель. Для него налог на доход физического лица, НДС, налог на имущество и единый социальный налог также заменяются единым налогом.

Для отдельных видов деятельности, для малого бизнеса, возможно дальнейшее упрощение налогообложения, а именно изъятие налогов не с реально полученных доходов, а с потенциально возможного или вмененного дохода.

Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности

Нормативное регулирование

Основными документами, регламентирующими порядок [лицензирования медицинской деятельности](#) являются:

- Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (далее - Закон о лицензировании);

- Положение о лицензировании медицинской деятельности, утвержденное Постановлением Правительства РФ от 16.05.2012 № 291 (далее - Положение).

КОГДА НЕОБХОДИМО ПОЛУЧАТЬ ЛИЦЕНЗИЮ

В соответствии с п. 46 ч. 1 ст. 12 Закона о лицензировании медицинская деятельность подлежит лицензированию.

Согласно п. 3 Положения медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно приложению, которые выполняются при оказании первичной медико-санитарной, специализированной (в том числе высокотехнологичной), скорой (в том числе скорой специализированной), паллиативной медицинской помощи, оказании медицинской помощи при санаторно-курортном лечении, при проведении медицинских экспертиз, медицинских осмотров, медицинских освидетельствований и санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий в рамках оказания медицинской помощи, при трансплантации (пересадке) органов и (или) тканей, обращении донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях. Требования к организации и выполнению указанных работ (услуг) в целях лицензирования устанавливаются Министерством здравоохранения и социального развития Российской Федерации.

Исходя из п. 3 Положения, наличие лицензии на осуществление медицинской деятельности необходимо при выполнении одного или нескольких видов работ (услуг), указанных в данном Перечне.

Иногда организации, не являющиеся медицинскими с позиций законодательства (салоны красоты, СПА, косметические студии), оказывают населению услуги по массажу, проколу мочек ушей, пирсингу, перманентному макияжу без соответствующей лицензии на медицинскую деятельность.

Согласно Перечню работ (услуг) при осуществлении медицинской деятельности, а также сложившейся арбитражной практике, указанные работы (услуги) являются медицинскими и для их выполнения (оказания) требуется лицензия на медицинскую деятельность.

Кроме того, в судебных актах отмечается, что массаж, прокол мочек ушей, пирсинг, перманентный татуаж относятся к простым медицинским услугам согласно Номенклатуре работ и услуг в здравоохранении, утв. Минздравсоцразвития России от 12.07.2004 (коды ПМУ 21.01.2008, 21.01.010, 17.31.002), при этом услуги массажа быть также отнесены и к прочим бытовым услугам, в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению ОК 002-93 (ОКУН), утв. Постановлением Госстандарта России от 28.06.1993 № 163, но только в случае их оказания в банях и душевых (код 019201).

Таким образом, все вышеперечисленные услуги являются медицинскими и для их оказания организациям и индивидуальным предпринимателям необходимо иметь лицензию на медицинскую деятельность.

Оказание данных услуг без лицензии является правонарушением, ответственность за которое установлена в ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ.

Лица, которые могут получить лицензию

В соответствии с Федеральным законом от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» и Положением о лицензировании медицинской деятельности, утвержденным Постановлением

Правительства РФ от 16.05.2012 № 291, получить лицензию на осуществление медицинской деятельности могут юридические лица и индивидуальные предприниматели, которые:

- намереваются осуществлять медицинскую деятельность, выполняя определенные виды работ и услуг;

- соответствуют установленным лицензионным требованиям.

Лицензирующий орган

Лицензирование медицинской деятельности осуществляют следующие лицензирующие органы:

а) Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития в отношении:

- медицинских и иных организаций, подведомственных федеральным органам исполнительной власти, государственным академиям наук;

- медицинских и иных организаций, подведомственных органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, за исключением медицинских организаций, находящихся по состоянию на 1 января 2011 г. в муниципальной собственности, - по 31 декабря 2012 г. включительно;

- медицинских и иных организаций, осуществляющих деятельность по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи;

б) уполномоченные органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации в отношении:

- медицинских и иных организаций, подведомственных органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации и находящихся по состоянию на 1 января 2011 г. в муниципальной собственности, медицинских и иных организаций муниципальной и частной систем здравоохранения, за исключением медицинских и иных организаций, осуществляющих деятельность по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи, - по 31 декабря 2012 г. включительно;

- медицинских и иных организаций, за исключением подведомственных федеральным органам исполнительной власти, государственным академиям наук, а также медицинских и иных организаций, осуществляющих деятельность по оказанию высокотехнологичной медицинской помощи, - с 1 января 2013 г.;

- индивидуальных предпринимателей.

Заявление о предоставлении лицензии на осуществление медицинской деятельности должно подаваться юридическими лицами по месту нахождения (месту государственной регистрации - п. 2 ст. 54 ГК РФ), физическими лицами - по месту жительства. К такому выводу можно прийти исходя из разъяснений Минздравсоцразвития России (письмо от 14.03.2008 № 537-12) относительно получения лицензий для филиалов организации.

В данном письме указано, что заявление о предоставлении лицензии на осуществление медицинской деятельности при лицензировании филиалов, находящихся в других субъектах РФ, подается в лицензирующий орган по месту государственной регистрации соискателя.

Конкретный орган исполнительной власти субъекта РФ, осуществляющий лицензирование медицинской деятельности, определяется в нормативно-правовых актах субъектов РФ, и в каждом субъекте он различен.

В какой именно орган исполнительной власти субъекта РФ следует подавать заявление о предоставлении лицензии на медицинскую деятельность, рекомендуется уточнить в высшем исполнительном органе государственной власти субъекта РФ. В самом лицензирующем органе рекомендуем уточнить, подается ли заявление в орган по месту нахождения организации (месту жительства индивидуального предпринимателя) или по месту осуществления лицензируемой деятельности.

Срок действия лицензии

Выданная лицензия на осуществление медицинской деятельности действует бессрочно (ч. 4 ст. 9 Закона о лицензировании).

ПЯТИГОРСКИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
– филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
**«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
Министерства здравоохранения Российской Федерации

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Направление подготовки: **38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)**

Пятигорск, 2020

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент кафедры экономики и организации здравоохранения и фармации, канд. экон. наук, Сергеева Е.А.

РЕЦЕНЗЕНТ:

Заведующая кафедрой экономики, менеджмента и государственного управления института сервиса, туризма и дизайна (филиал) ФГАОУ ВО СКФУ в г. Пятигорске, доктор экономических наук, доцент Штапова И.С.

В рамках дисциплины формируются следующие компетенции, подлежащие оценке настоящим ФОС:

- способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели (ПК-17);
- владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками (ПК-19);
- владением навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур (ПК-20).

1. ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОВЕРЯЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

№	Вопросы для текущего контроля успеваемости студента	Проверяемые компетенции
	Сущность и социально – экономические условия развития предпринимательской и коммерческой деятельности	ПК 17, ПК 20
1.	Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса.	ПК 17, ПК 20
2.	Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности.	ПК 17, ПК 20
3.	Анализ рыночных возможностей.	ПК 17, ПК 20
4.	Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация.	ПК 17, ПК 20
5.	Государственное регулирование предпринимательской деятельности.	ПК 17, ПК 20
	Организационные формы предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции	ПК 17
1.	Характеристика организационных форм предпринимательства.	ПК 17
2.	Субъекты предпринимательской деятельности.	ПК 17
3.	Организационно-экономические формы предпринимательства.	ПК 17
4.	Организационные структуры предприятия и их выбор.	ПК 17
5.	Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.	ПК 17

	Предпринимательские преобразования и их обоснование	ПК 17, ПК 19, ПК 20
1.	Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
2.	Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
3.	Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
	Основы бизнес-планирования	ПК 17, ПК 19, ПК 20
1.	Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
2.	Бизнес-план инновационного проекта.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
3.	Его структура и методы обоснования.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
4.	Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
5.	Понятие мониторинга в экономике.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
6.	Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
7.	Презентации бизнес-плана.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
	Организация реализации предпринимательского проекта	ПК 17, ПК 19, ПК 20
1.	Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
2.	Правила создания учредительных документы предприятия.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
3.	Формирование уставного фонда предприятия.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
4.	Выбор режима налогообложения.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
5.	Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.	ПК 17, ПК 19, ПК 20
6.	Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками	ПК 17, ПК 19, ПК 20

Примеры типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в ходе текущего контроля успеваемости студентов.

Текущий контроль успеваемости по теме 1. Сущность и социально – экономические условия развития предпринимательской и коммерческой деятельности

Перечень вопросов к занятию:

6. Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса.
7. Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности.
8. Анализ рыночных возможностей.
9. Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация.
10. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.

Вопросы для устного опроса студентов:

14. Что понимается под предпринимательской деятельностью?
15. Каковы признаки предпринимательской деятельности?
16. Какие выделяют функции предпринимательской деятельности?
17. Как осуществляется анализ рыночных возможностей?
18. Что представляет собой производственное предпринимательство?
19. Что представляет собой коммерческое предпринимательство?
20. Что относится к субъектам коммерческого предпринимательства?
21. Какие существуют виды финансового предпринимательства?
22. Что представляет собой консалтинговая и аудиторская предпринимательская деятельность?
23. Что представляет собой инновационное предпринимательство?
24. Какие основные нормативно-правовые акты регулируют предпринимательскую деятельность?
25. Что представляет собой процедура государственной регистрацией индивидуального предпринимателя?
26. Что относится к преимуществам и недостаткам франчайзинга?

Задания для практического (семинарского) занятия:

Задание 1. Заполните таблицу, используя нормы Гражданского Кодекса РФ гл. 4.

Таблица 1 – Субъекты предпринимательского права (юридические лица)

Вид субъекта	Учредительные документы учредители	Особенности организации	Условия реорганизации и ликвидации

Задание 2. Назовите, какие организационно-правовые формы фирмы эффективны, конкурентоспособны и в наибольшей степени соответствуют сферам мезоэкономики: в топливно-энергетическом и сырьевом комплексе; в агропромышленном комплексе; в военно-промышленном комплексе; в строительстве, обрабатывающей промышленности, на транспорте, в финансовой сфере; в непромышленной сфере (образование, здравоохранение, наука, информация, спорт, туризм и т.д.)

Задание 3. Составить схему «Преобразование предприятий» по следующей форме.

Название организационно- правовой формы предприятия	Основание для преобразования	Во что могут быть преобразованы

Перечень тем рефератов:

4. История предпринимательства в России.
5. Особенности современных российских предпринимателей.
6. Государственная поддержка предпринимательства в развитых странах

Темы докладов, сообщений, презентаций:

3. Теоретические основы учения о предпринимательстве.
4. Понятие предпринимательства и его роль в обществе.

Фонд тестовых заданий по теме № 1:

20. К основным признакам предпринимательства относятся все за исключением:

- а) ориентация на получение прибыли;
- б) готовность идти на любой риск ради получения результата;**
- в) материальная ответственность за результаты своих действий.
- г) стремление к новациям и нововведениям..

21. Для процедурного бизнеса характерно:

- а) преимущественно экстенсивный характер развития;
- б) ориентация на поиск новых правил и процедур;
- в) ассиметричные взаимоотношения между партнерами;.
- г) равноправные, устойчивые взаимоотношения между партнерами.**

22. К основным формам экономической деятельности можно отнести:

- а) предпринимателя;**
- б) домашнюю хозяйку;
- в) учителя в школе;
- г) верно все перечисленное.

23. Бизнесмен отличается от предпринимателя тем, что:

- а) берет на себя риск ведения дела;
- б) занимается организацией бизнеса;
- в) ведет бизнес «традиционными» методами;**
- г) ищет новые сферы и способы ведения бизнеса.

24. К сильным сторонам единоличного предпринимателя можно отнести все за исключением:

- а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
- б) специализация управленческой деятельности.**
- в) принятие на себя риска ведения дел;
- г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;

25. Современная функциональная парадигма бизнеса опирается на:

- а) менеджмент;
- б) маркетинг;
- в) стратегическое планирование;**
- г) верно все выше перечисленное.

26. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:

- а) в появлении и развитии функций бизнеса;**
- б) в полной независимости от государства;
- в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
- г) верно все выше перечисленное.

27. Для современного процедурного бизнеса прибыль является:

- а) главной целью ведения бизнеса;
- б) основным показателем эффективности деятельности предпринимателя;
- в) вознаграждением предпринимателя за принятый на себя риск ведения дела;
- г) верно б) и в).**

28. В современных условиях постиндустриального общества характерен:

- а) только интуитивный бизнес;
- б) только процедурный бизнес;
- в) в основном процедурный бизнес, при сохранении в отдельных сферах и ситуациях элементов интуитивного бизнеса;**
- г) в основном интуитивный бизнес, при появлении в отдельных сферах и ситуациях элементов процедурного бизнеса;

29. К основным элементам бизнес операции относят:

- а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;
- б) поиск и организацию необходимых ресурсов;
- в) организацию производства и реализации продукции;
- г) верно все выше перечисленное.

30. К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:

- а) характер предпринимателя;
- б) особенности конкуренции на рынке;**
- в) цели фирмы;
- г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.

31. К правовой инфраструктуре бизнеса относят:

- а) законы и постановления;
- б) обычаи хозяйственного оборота;
- в) нормы деловой этики;
- г) все перечисленное верно.**

32. Банковская деятельность относится к :

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому бизнесу;
- в) финансовому бизнесу;**
- г) бизнесу в сфере услуг.

33. К преимуществам коммерческого бизнеса можно отнести:

- а) независимость от качества ресурсов;
- б) простоту бизнес-операции;**
- в) устойчивость;
- г) легкость управления.

34. Крупный бизнес выполняет в экономике следующие функции:

- а) служит источником развития экономики;
- б) обеспечивает устойчивость экономики;
- в) накапливает и тиражирует наиболее эффективные правила и процедуры современного рационального бизнеса;
- г) все выше перечисленное верно.**

35. Жизнеобеспечивающее предприятие - это:

а) малое предприятие, ориентированное на рынок, которое обеспечивает своему владельцу приемлемый уровень дохода и не имеет тенденции к быстрому росту:

б) предприятие малого бизнеса, ориентированное на рынок и имеющее тенденцию к быстрому росту и высокой отдаче вложенных в него средств;

в) малое предприятие, ориентированное на обеспечение текущих потребностей своего владельца, слабо связанное с рынком и поэтому имеющее тенденций к быстрому росту;

г) только те малые предприятия, которые относятся к мельчайшему бизнесу, а поэтому часто гибнут и не имеют тенденций к быстрому росту.

36. К экономическим функциям малого бизнеса относится:

- а) включение в производство временно незанятых ресурсов;

- б) внедрение новых товаров и услуг;
- в) обеспечение узкоспециализированными товарами и услугами;
- г) **верно все выше перечисленное.**

37. Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:

- а) к традиционному малому бизнесу;
- б) **венчурному бизнесу;**
- в) франчайзингу;
- г) вообще не относятся к малому бизнесу.

38. К наиболее распространенным формальным критериям выделения малого бизнеса относится:

- а) **количество занятых на предприятии;**
- б) отраслевая принадлежность бизнеса;
- в) количество постоянных клиентов;
- г) единство собственности и управления на предприятии.

Текущий контроль успеваемости по теме 2. Организационные формы предпринимательской деятельности в условиях различных видов конкуренции

Перечень вопросов к занятию:

1. Характеристика организационных форм предпринимательства.
2. Субъекты предпринимательской деятельности.
3. Организационно-экономические формы предпринимательства.
4. Организационные структуры предприятия и их выбор.
5. Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.

Вопросы для устного опроса студентов:

7. Какие факторы влияют на выбор организационно-правовой формы предприятия?
8. Перечислите и охарактеризуйте субъекты предпринимательской деятельности?
9. Дайте понятие организационной структуре предприятия, обоснуйте их выбор?
10. Каков порядок государственной регистрации предприятия?
11. Какие основные учредительные документы юридических лиц?
12. Раскройте суть малого и среднего предпринимательства в современных социально-экономических условиях хозяйствования.

Задания для практического (семинарского) занятия:

Задание 1. Студенты получают задание подготовить доклад, отражающий основные характеристики заданных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности (ПД) по следующим параметрам: перечень документов, необходимых для регистрации; размер

государственной пошлины за регистрацию; порядок регистрации; порядок ликвидации; размер уставного капитала; порядок внесения уставного капитала; состав учредительных документов; ответственность учредителей; сравнительный анализ рассмотренных организационных форм между собой.

Доклад основных положений работы и их обсуждение проводятся на практическом занятии. К сравнению предлагаются следующие организационно-правовые формы ПД: индивидуальное предпринимательство; общество с ограниченной ответственностью; публичное акционерное общество; непубличное акционерное общество; товарищество; производственный кооператив; унитарное предприятие. В результате проведенного анализа автору рекомендуется также выделить преимущества и недостатки каждой из рассмотренных организационно-правовых форм предприятий.

Задание 2. Индивидуальный предприниматель Захарян Р.С. закупает товары у отечественных и зарубежных производителей, реализует их в Ставропольском крае через розничную торговую сеть.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

4. Определите статус предпринимателя?
5. Какой документ подтверждает его деятельность?
6. В чём особенность риска его деятельности?

Задание 3. Индивидуальный предприниматель Захарян Р.С. собирается расширить свой бизнес, так как в результате его деятельности появились для этого финансовые возможности. В аналогичной ситуации оказались несколько знакомых Захаряну Р.С. предпринимателей.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

4. Какую организационно-правовую форму они могут создать?
5. Какие учредительные документы необходимы для создания и действия новой формы бизнеса предпринимателей?
6. Какая ответственность и особенность управления выбранной формы будет у предпринимателей.

Задание 4. Муниципальный магазин намерен создать на своей базе ООО «Глория». В магазине 30 штатных работников. Уставной капитал 10 миллионов рублей. На момент регистрации Учредитель передаёт со своего баланса на баланс общества 8 000 500 рублей, который поделён на равные доли.

Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование:

3. С какого момента ООО приобретает статус юридического лица?
4. Какие документы необходимо разработать и утвердить для осуществления деятельности ООО «Глория»?

Перечень тем рефератов:

3. Организация торговли научно-техническими разработками, изобретениями, «ноу-хау» по лицензионным договорам
4. Разработка стратегии развития предприятия

Темы докладов, сообщений, презентаций:

3. Основные характеристики организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в России

4. Преимущества и недостатки различных организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в России

Фонд тестовых заданий по теме № 2:

10. Корпорации как организационно правовой форме характерно всё, за исключением:

- а) делимость собственности акционеров.
- б) неделимость собственности имущества фирмы;
- в) это, обычно, форма организации крупного бизнеса;
- г) **единство собственности и управления.**

11. Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы;
- б) не может повлиять на размер своего дохода;
- в) отделен от управления;
- г) **является собственником имущества корпорации.**

12. К внешним механизмам, обеспечивающим баланс прав предпринимателей и их партнеров в рамках АО относится:

- а) система правовых ограничений;
- б) система перекрестного владения акциями;
- в) рынок контроля.
- г) **все выше перечисленное верно.**

13. Ориентации корпорации на реализацию долговременных инвестиционных проектов способствует:

- а) увеличение удельного веса физических лиц среди акционеров;
- б) увеличение удельного веса работников среди акционеров;
- в) **увеличение доли консолидированных акционеров;**
- г) сокращение удельного веса администрации среди акционеров.

14. Контрольный пакет акций - это:

- а) 51% акций;
- б) пакет акций обеспечивающий контроль над фирмой;
- в) **пакет акций, дающий его владельцу право участвовать в собрании акционеров;**
- г) пакет акций, дающий его владельцу право быть избранным в совет директоров компании.

15. Полный контроль над корпорацией получает:

а) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, в любых условиях;

б) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, если нет блокирующего меньшинства;

в) акционер или группа акционеров, которая может блокировать принятие нежелательных для них решений по наиболее важным вопросам;

г) всегда принадлежит менеджменту, который принимает важнейшие решения по управлению корпорацией.

16. К радикальным методам реорганизации корпорации можно отнести:

а) создание совместных предприятий;

б) слияние корпораций;

в) организация консорциума;

г) создание кооператива.

17. К основным элементам трехзвенной структуры управления АО относятся:

а) акционеры, совет директоров и ревизионная комиссия;

б) акционеры, совет директоров и наемные работники;

в) акционеры, совет директоров, должностные лица (администрация);

г) акционеры, должностные лица (администрация), ревизионная комиссия.

18. К сильным сторонам англосаксонской модели корпорации можно отнести:

а) легкая идентификация акционера;

б) ориентация акционеров на долгосрочные инвестиционные программы;

в) невысокая распыленность акций среди мелких частных инвесторов;

г) ориентация на внутренние источники финансирования.

Текущий контроль успеваемости по теме 3. Предпринимательские преобразования и их обоснование

Перечень вопросов к занятию:

1. Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.

2. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.

3. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Вопросы для устного опроса студентов:

4. Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.

5. Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.

6. Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.

Задания для самостоятельной работы:

2. Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.

Задания для практического (семинарского) занятия:

Задание 1. Поиск и отбор бизнес-идеи. Подобрать бизнес-идеи, а затем выбрать из них лучшие можно заполнив таблицу 1.

Пояснения по выполнению задания № 1.1 Поиск и отбор бизнес-идеи:
1) чтобы придумать и/или найти бизнес-идею заполните в таблице 1.1 столбик № 1 – «Бизнес-идеи» (начиная с 1.1 до 1.3);

Задание № 1.1 Поиск и отбор бизнес-идей

Поиск	Выбор бизнес-идей				
	Необходимое финансирование	Личный интерес к бизнес-идее	Максимальный спрос на товар (услугу) бизнес-идеи		Сумма баллов (п.2+3+5, макс. 9 баллов)
Бизнес-идеи	3 – у вас уже достаточно денег для бизнеса 2 – не достаточно, но можно накопить (привлечь) 1 – не достаточно, не возможно накопить (привлечь)	3 – очень нравится (дело всей жизни) 2 – нравится 1 – не нравится	Количество интернет-запросов за месяц на Яндекс ² - или Гугл ³	3 – максимальный 2 – средний 1 – минимальный	
1	2	3	4	5	6
Основные способы поиска					
1. Составьте список из 3 бизнес-идей, основанных на ваших УВЛЕЧЕНИЯХ (ХОББИ) ⁴					
1.1					
1.2					
1.3					
2. Составьте список из 3 товаров/услуг (бизнес-идей), которые Вы недавно выгодно КУПИЛИ ИЛИ СОЗДАЛИ					
2.1					
2.2					
2.3					
3. Составьте список из 2 бизнес-идей, основанных на товарах/услугах с сайтов объявлений Авито (https://www.avito.ru/) и Юла (https://youla.io/) и др.					
3.1					
3.2					
4. Составьте список из 2 бизнес-идей, основанных на соц.сетях (вконтакте, инстаграм и др.)					
4.1					
4.2					
5. Напишите 2 бизнес-идей, реализация которых поможет решить существующие ПРОБЛЕМЫ, часто возникают у вас или ваших знакомых, в т.ч. на текущей, прошлой РАБОТЕ ПО НАЙМУ и/или УЧЕБЕ ⁵					
5.1					
5.2					
6. Составьте список из бизнес-идей, основанных на товарах, услугах не требующих вложения денег (например, ДРОПШИПИНГ ⁶) – что это? – смотри короткое видео по ссылке).					
6.1					
6.2					
Дополнительные способы поиска					
7. Составьте идею бизнеса, не требующего уплаты налогов (налоговые каникулы для ИП) ⁷					
7.1					
1	2	3	4	5	6
8. Составьте список из 1 бизнес-идеи, основанной на ЗАИМСТВОВАНИИ С ЗАРУБЕЖНЫХ, СТОЛИЧНЫХ РЫНКОВ					
8.1					
9. Составьте список из 1 бизнес-идеи, основанной на Франчайзинге					
9.1					
10. Составьте список из бизнес-идей, основанных на ИЗОБРЕТЕНИЯХ, открытиях, новинках и т.д.					
10.1					

2) чтобы из всех сформулированных бизнес-идей выбрать лучшие оцените их по 3 критериям, поочередно заполнив столбики со 2-го по 6-й; 3) отберите 2 бизнес-идеи с максимальным количеством баллов и отметьте их (цветом).

Задание 2. Оценка и выбор бизнес-идей. Сравните 2 отобранные бизнес-идеи между собой, заполнив табл. 2

Пояснения по выполнению задания № 1.2 Оценка и выбор бизнес-идей:
1) впишите в таблицу 2 названия бизнес-идей, которые были оценены Вами как лучшие по итогам выполнения предыдущего задания № 1.1 Поиск и выбор бизнес-идеи;

Задание № 1.2 Оценка и выбор бизнес-идей

Критерии для сравнения	1 бизнес-идея		2 бизнес-идея	
	[впишите название]		[впишите название]	
	значение	балл	значение	балл
1	2	3	4	5
1. Формальные критерии				
1.1. Объем рынка (количество потенциальных покупателей http://wordstat.yandex.ru/)				
1.2. Маржинальность (или примерная наценка, или прибыльность), в %				
1.3. Конкурентность (кол-во конкурентов на территории)				
1.4. Уникальность (через сколько месяцев у вас могут появиться конкуренты)				
1.5. Сложность выходы на рынок (сколько времени, в неделях)				
1.6. Возможность повторных продаж тому же клиенту (кол-во повторных продаж в год)				
1.7. Сумма, денег необходимая для открытия				
1.8. Скорость оборота денег по 1 сделке (дней)				
1.9. Охват ваших клиентов				
1.10. Наличие у Вас товара/услуги, который(ю) Вы будите продавать или его образца (прототипа)				
1.12 Перспективность рынка (увеличивается/сокращается)				
ИТОГО формальные				
2. Неформальные критерии				
2.1. Нравится ли вам идея	-		-	
2.2. Мнение экспертов о бизнес-идее	-		-	
2.3. Наличие команды, которая будет реализовывать бизнес-идею				

1	2	3	4	5
2.4. Решается значимая проблема				
2.5. Знаете отрасль и товар/услугу (умеете, есть навыки)				
2.6. Готовы изучать отрасль и товар/услугу	-		-	
2.7. Готовы ли вы (психологически) уже начать лично продавать товар/услугу?	-		-	
ИТОГО неформальные				
ИТОГО (СУММА)				

2) по каждому критерию оценки сначала выставите показатель для ячейки «значение» сначала по 1-й, а потом и 2-й идее, сравнивая эти значения между собой каждой идее выставите в ячейку «балл»: 0 – за худшее значение из 2-х бизнес идей, 1 – за среднее значение, 2 балла – за лучшее значение из 2-х бизнес идей; 3) подсчитайте сумму баллов по каждой идее по формальным и неформальным критериям и общее значение. Идею, набравшую большее количество баллов можно считать приоритетнее и развивать далее, выполняя последующие задания. Результатом этапа №1 должно стать осознанный выбор конкретной бизнес-идеи и готовность ее дальше оценивать и готовить к реализации.

Задание 3. Составление бизнес-модели. Бизнес-модель – это схематическое описание бизнеса (будущего или действующего) с целью запланировать или оценить его ключевые факторы успеха. Составить бизнес-модель можно заполнив таблицу 3 .

Пояснения по выполнению задания № 2 составление бизнес-модели:

1) заполните таблицу 3, описав ключевые составляющие ранее выбранной бизнес-идеи;

2) в строке «Конкуренты» указывается количество и название прямых конкурентов (при их наличии) или количество косвенных конкурентов. Конкуренты, которые продают аналогичные товары и услуги по сходным ценам одним и тем же категориям потребителей. Например, для продукта Coca-Cola нужно рассматривать в качестве прямых конкурентов только другие напитки «кола». Если не знаете (для крупных городов), то количество можно определить с помощью сервиса «Дубль гис» – <http://2gis.ru/>, Яндекс карты – maps.yandex.ru, Гугл карты – <https://www.google.ru/maps>. Косвенными конкурентами будут компании, чья продукция способствует удовлетворению тех же потребностей. Для Coca-Cola, например, всех тех товаров, которые позволяют потребителю удовлетворить жажду;

3) в строке «Потоки выручки» указывается одна или несколько моделей монетизации, т.е. способ, которым зарабатывает данная бизнес-идея. Выделяют следующие основные модели монетизации:

- продажа своего (производство)/перепродажа
- традиционная реализация реальных или виртуальных товаров/услуг, в том числе с помощью современных технологий;

- рекламная модель (проект с различной степенью наглости показывает рекламу своим пользователям. Основные примеры проектов: 1) мейл-сервисы и агрегаторы порталов основных тем интересов пользователей (Yahoo, Mail.ru и др.); 2) лидогенераторы, сайты и приложения – агрегаторы информации (Banki.ru, Sravni.ru, Kupongid.ru, и др.);

- модель подписки (проект обладает очень ценной информацией, которую можно продавать заинтересованным лицами или компаниям. Основные примеры проектов: 1) Сайты о работе (Monster.com, Headhunter, Superjob и др.); 2) Узкие нишевые проекты с умной аналитической информацией (из известных мировых вспоминается только Bloomberg); 3) Онлайн кинотеатры и музыкальные центры (Netflix, Spotify, ivi.ru, Zvook и др.);

- модель freemium (у проекта (сайта, мобильного приложения, онлайн или мобильной игры и т.д.) есть много уникальных пользователей или зачек приложения. Базисный функционал бесплатно, а дополнительные инструменты за деньги. Основные примеры проектов: 1) Поисковые системы (Google, Yandex и др.); 2) Социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др.); 3) Сайты знакомств (Mamba, TopFace и др.); 4) Мессенджеры/сервисы IP телефонии (Skype и др.); 5) Игры мобильные и платформенные (Angry Birds, Farmville и др.); 6) Доски объявлений (Avito, Slando, Dmir и др.);

- транзакционная модель (вы переводите через свой сервис деньги, от одной заинтересованной стороны к другой за комиссию – выполняете услуги пользователей. Основные примеры проектов: 1) Платежные сервисы и системы (Webmoney, Яндекс Деньги, Qiwi, Robokassa, Chronopay и др.); 2) Агрегатор/Биржа продавцов и покупателей (туризм: AnyWayAnyDay,

OneTwoTrip, техника: Wikimart, Yandex Market, купоны: Groupon, Biglion)) и др. Результатом этапа №2 должно стать осознанный подбор для бизнес-идеи конкретной бизнес-модели с целью уточнения ключевых параметров бизнеса.

Задание № 2 Составление бизнес-модели

Название бизнес-идеи:				
ПРОБЛЕМЫ потребителей. 3 главные проблемы клиента, из-за которых он будет покупать: 1. _____ 2. _____ 3. _____	РЕШЕНИЕ Что делать, чтобы решить проблемы клиента: 1. _____ 2. _____ 3. _____	Уникальная ценность предложения: _____	Конкурентные преимущества: _____	Группы целевых клиентов (пользователей): 1. _____ 2. _____ 3. _____
	КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ: Что нужно будет купить для начала деятельности: - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____			
Конкуренты: Прямые: количество - __, (названия основных: _____) Косвенные: количество - __		Структура расходов. Основные направления: - _____ - _____ - _____ - _____ - _____		
		Потоки выручки. Модель(и) монетизации: - _____ - _____ - _____ - _____		

Задание 4. Составить опросник для проведения проблемного интервью.

Пример.

Этап и подэтапы интервью	Описание
1. Подготовка к интервью	
1.1. Название бизнес-идеи	
1.2. Перечень основных проблем клиента, побуждающих его купить	
1.3. Гипотеза основной проблемы клиента	
1.4. Количество интервью и подтверждений гипотезы	
1.5. Примерный план интервью: - как вызвать интерес собеседника ² : - значимая тема - ваша компетенция - описание продукт/технологии - реальные примеры - показать ценность - о чем расспрашивать собеседника: - ситуация и цель - проблема - желаемое состояние - возможности	
2. Проведение интервью	
2.1. После каждого интервью записать: - ситуация и цель - проблема - желаемое состояние - возможности	1-е интервью (место, время): - - - - 2-е интервью (место, время): - - - -
3. Подведение выводов интервью	
3.1. Какие проблемы установлены и их повторяемость	
3.2. Подтвердилась ли гипотеза	

Темы докладов, сообщений, презентаций:

4. Проведение маркетингового проса, особенности и технология.
5. Методика тестирования наличия спроса через канал сбыта.
6. Официальный сайт как инструмент продвижения бизнеса.

Текущий контроль успеваемости по теме 4. Основы бизнес-планирования

Перечень вопросов к занятию:

1. Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.
2. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования.
3. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.
4. Понятие мониторинга в экономике.
5. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием.
6. Презентации бизнес-плана.

Вопросы для устного опроса студентов:

7. Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.
8. Бизнес-план инновационного проекта. Его структура и методы обоснования.
9. Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.

10. Понятие мониторинга в экономике.
11. Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием.
12. Презентации бизнес-плана.

Задания для практического занятия:

Задание 1. Составление и анализ финансовой модели проекта. Финансовая модель необходима, чтобы узнать возможную степень прибыльности (сколько денег можно заработать, сколько денег потребуется вложить, окупится ли кредит, срок окупаемости, рентабельность) и решить стоит ли заниматься проектом далее.

Разработать финансовую модель можно заполняя все следующие формы, включая следующие подэтапы:

- 1) прогноз объема продаж;
- 2) прогноз цены реализации;
- 3) расчет прогнозной выручки;
- 4) расчет прогнозных расходов;
- 5) расчет прогнозной прибыли.

1. Прогноз объема продаж. 1.1. Уточнение названия бизнес-идеи (табл. 1.1).

Таблица 1.1.

Бизнес-идея	
Вопрос	Ваш ответ
Название бизнес-идеи	

1.2. Выбор основного(ых) товара(ов)/ услуг(и) (табл. 1.2).

Таблица 1.2.

Товары/услуги		
Вопрос	Ваш ответ	
Основной(ые) товар(ы)/ услуга(и) (их группы ²): по каждому должен быть проведен опрос и выявлено количество и цена (задание № 3.2)	Т/У № 1	
	Т/У № 2	
	Т/У № 3	

1.3. Выбор помещения и месторасположения бизнес-проекта (табл. 1.3)

Таблица 1.3.

Помещение для бизнеса

Вопрос: какое помещение нужно?	Ваш ответ	
	Необходимое количество (цифрой – 1, 2 и т.д., 0 – не надо)	Адрес (город, район, микрорайон, улица, дом) Искать помещение по ссылке: 1. Для крупных городов https://navigator.smbn.ru/realty/13 2. Для малых городов: а) льготная недвижимость для бизнеса http://corpmsp.ru/infrastruktura-podderzhki/imushchestvennaya-infrastruktura/ б) популярные в вашем городе сайты и газеты по продаже недвижимости
1	2	3
Точка продаж*		

1	2	3
Точка производства*		
Офис*		
Склад*		
Другой вариант:		

* если, эффективнее, то все перечисленные функции может выполнять одно помещение

1.4. Определение размера территории, на которой будет продаваться товар/услуга (табл. 1.4).

Таблица 1.4.

Территория для бизнеса

Вопрос (выберите)	Ваш ответ
– микрорайон города	
– город	
– город и район, а также ближайшие города	
– регион, область	
– группа регионов	
– Россия	
– Страны СНГ (русскоязычные)	
– Мир	

2.5. Составление характеристики покупателей (табл. 1.5).

Таблица 1.5

Отличия ваших покупателей

Вопрос	Ваш ответ (по результатам опроса (задание № 3.2))
1) Существуют ли покупатели в месторасположении вашего бизнес-проекта?	
2) Нужна ли им именно ваша продукция, и если да, то почему?	
3) Кто ваши покупатели по критериям ¹ :	
– пол	
– возраст (например, от ... до ...)	
– уровень дохода (например, от ... до ...)	
– вид основной деятельности (специальность)	
– семейное положение	
– образование	
– увлечения	
– и др. (важные для вашего товара/услуги)	

1.6. Выбираем единицу измерения объема продаж (табл. 1.6).

Таблица 1.6.

Единица объема продаж

Вопрос: В чем измерять объем продаж?	Ваш ответ	
Выберите натуральные единицы вашего бизнеса:	Т/У № 1	
– штуки		
– количество покупателей	Т/У № 2	
– количество заказов		
– количество чеков		
– количество часов	Т/У № 3	
– количество абонементов и т.д.		

1.7. Расчет прогнозного объема продаж (среднего) (табл.1.7).

Таблица 1.7.

Прогнозный объем продаж (средний)

Показатель	Название		
	Т/У № 1	Т/У № 2	Т/У № 3
1.7.1 <u>Количество</u> товара/услуги приобретаемое <u>одним средним</u> покупателем, <u>нат.ед.</u> товара в месяц (шт.) = среднему количеству (K1) из опроса (задание № 3.2)			
1.7.2. <u>Численность всех покупателей</u> (на территории бизнеса): Варианты: 1 – статистика: а) численность жителей (берем по ссылке ниже ¹) б) поправочный коэффициент статистики ² (как рассчитать см. ниже ³) в) численность с коэффициентом (п. а умножить на п.б) 2 – интернет-запросы: а) количество интернет-запросов клиентов в Яндексе (и/или Google ⁴) http://wordstat.yandex.ru/ б) поправочный коэффициент запросов ⁵ (как рассчитать см. ниже ⁶) в) численность с коэффициентом (п. а умножить на п.б) 3 – итоговое (оптимальное) значение			
1.7.3. <u>Общее количество товара/услуги</u> , приобретаемое <u>всеми покупателями</u> за мес. в <u>нат.ед.</u> (п.1.7.1 умножаем на итоговое значение п. 1.7.2)			
1.7.4. <u>Ваша доля рынка от общего количества товара/услуги</u> , в % (из табл. 4.2.1)			
1.7.5. <u>Ваш объем продаж (средний)</u> , в <u>нат.ед.</u> в месяц - (п.1.7.3 умножаем на п.1.7.4 и делим на 100)			

1.9. Прогноз объема продаж по месяцам (табл. 1.8).

Прогнозный объем продаж по месяцам Т/У № 1*

Объем продаж в разные временные периоды	Месяц по порядку											
	1**	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Объем продаж <u>в месяц</u> , нат.ед. (шт.): 1) изменение объема продаж из-за сезонности: а1) поправочный коэффициент сезонности (в Яндексе http://wordstat.yandex.ru/ (раздел «история запросов») и/или Google ¹)												
б1) объем с учетом сезонности (п. а1 умножить на п. 1.7.5 табл. 4.1.7)												
2) изменение объема продаж из-за роста бизнеса: а2) поправочный коэффициент роста бизнеса (например, прирост 10 % за мес.)												
б2) объем с учетом роста и сезонности (п. а2 умножить на п. б1)												
Объем продаж <u>в неделю</u> , нат.ед. (п. б2 разделить на количество рабочих дней в неделю)												
Объем продаж <u>в день</u> , нат.ед. (п. б2 разделить на количество рабочих дней в месяц)												
Объем продаж <u>в час</u> , нат.ед. (разделить объем продаж в день на количество часов в день)												
Выполнимы ли такие объемы продаж (не завышены, не занижены)												

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

** первый месяц работы нового бизнес-проекта – не обязательно январь

2. Прогноз цены реализации.

2.1. Определение рыночной цены (конкурентов) (табл. 2.1).

Таблица 2.1

Рыночная цена (конкурентов) Т/У № 1*

Вопрос:	Ваш ответ:			
Виды конкурентов	Названия конкурентов (поиск по ссылке ниже ¹)	Цена у конкурентов (для товара, по которому Вы конкурируете)	Конкурентные преимущества конкурентов	Доля рынка <u>каждого</u> конкурента и общая сумма, в %
1. Прямые конкуренты (Конкуренция в рыночном сегменте)				Общее кол-во прямых конкурентов (поиск по ссылке ниже ²)
				Средняя доля конкурента, в % (= 100 / (общее кол-во прямых конкурентов +1))
2. Косвенные конкуренты (Отраслевая конкуренция) **				Общее кол-во косвенных конкурентов (поиск по ссылке ниже ³)
				Средняя доля конкурента, в % (= 100 / (общее кол-во косвенных конкурентов +1))
3. Конкуренция за удовлетворение сходных потребностей **				
4. Общая конкуренция (конкуренция за деньги потребителей) **				
Средняя цена конкурентов				

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

** п.2 заполняется, если нет конкурентов п.1; п. 3 - если нет конкурентов п.2 и п. 4 - если нет конкурентов п.3

4.2. Выбор рыночной или измененной цены на основе типа конкуренции (табл. 2.2.)

Таблица 2.2

Сохранение или изменение цены рынка (конкуренция) Т/У № 1*

Вопрос	Ваш ответ
Конкуренция ценовая или неценовая	
если ценовая, то насколько вы готовы снизить цену от рыночной (табл. 4.2.1), чтобы привлечь клиентов, руб.	
если НЕценовая, то укажите причины повышенной цены (т. е. ваши конкурентные преимущества)	
если НЕценовая, то насколько вы готовы повысить цену от рыночной (табл. 4.2.1), чтобы увеличить прибыль, руб.	

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

2.3. Выбор рыночной или измененной цены на основе уникальности товара/услуги (табл. 2.3.)

Таблица 2.3.

Сохранение или изменение цены рынка (товар/услуга) Т/У № 1*

Вопрос	Вариант ответа (+)	Вариант ответа (руб.)
Чего вы хотите добиться, устанавливая именно такую цену на ваш продукт?» (для выбранного ответа поставьте «+»)	снять сливки с нового рынка	Цена будет <u>выше</u> цен конкурентов, руб.
	пробиться на уже сформировавшийся рынок	Цена будет <u>ниже</u> цен конкурентов, руб.

* если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

2.4. Определение цены на основе затрат (расчет себестоимости) (табл. 2.4).

Таблица 2.4.

Расчет* себестоимости Т/У № 1**

№ п/п	Наименование издержек, включаемых в себестоимость	Цена за единицу (покупка+ доставка), руб. в мес.	Количество товара/услуги (за мес.) для обеспечения объема продаж равного п. 1.7.5 (табл. 4.1.7)	Сумма, руб. в мес. (цена * кол-во)
1	сырье и/или перепродаваемый товар/услуга			0
2	аренда помещения (вкл. коммунальные платежи)			0
3	заработная плата ваша и ваших сотрудников			0
4	налог на заработную плату вашу и ваших сотрудников (30%)			0
5	общепроизводственные расходы (оборудование)			0
6	общехозяйственные расходы (уборка, ремонт, охрана и др.)			0
7	прочие производственные расходы			0
8	коммерческие расходы (реклама, сайт, вывеска)			0
9	Непредвиденные расходы			0
10	ВСЕГО * (общая сумма РАСХОДОВ за МЕСЯЦ), руб.			0
11	Объем продаж в месяц натур.ед. (шт.) (п. 1.7.5 (табл. 4.1.7))			
12	себестоимость 1 натуральной единицы, руб. (строку 10 делим на строку 11)			#ДЕЛ/0!

* для заполнения таблицы нужно нажать на нее 2 раза и она откроется в форме MS Excel с установленными формулами, для автоматического подсчета

** если кроме товара/услуги № 1, выделены № 2 и 3, то для них нужно заполнить аналогичную таблицу

4.5. Расчет прогнозной выручки

Таблица 2.5.

Прогноз выручки от реализации товаров / услуг

Показатель	Месяц по порядку											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
[название 1-го товара/услуги (группы схожих товаров)]												
Объем продаж <u>в месяц</u> , натур.ед. (шт.) (табл. 4.1.8)												
Цена реализации (табл. 4.2.7)												
ВЫРУЧКА (объем * цену)												
[название 2-го товара/услуги]												
Объем продаж <u>в месяц</u> , натур.ед. (шт.) (табл. 4.1.8)												
Цена реализации (табл. 4.2.7)												
ВЫРУЧКА												
[название 3-го товара/услуги]												
Объем продаж <u>в месяц</u> , натур.ед. (шт.) (табл. 4.1.8)												
Цена реализации (табл. 4.2.7)												
ВЫРУЧКА												
Всего ВЫРУЧКИ *												

* эти значения «Всего ВЫРУЧКИ» необходимо перенести в таблицу № 4.5 «План о движении денежных средств», в строку «выручка» соответствующего периода времени

4.6. Расчет прогнозных издержек

Таблица 2.6.

Инвестиционные издержки (прогнозные)

№ п/п	Наименование инвестиционных издержек	Цена за единицу (покупка + доставка), тыс. руб.	Количество единиц	Сумма, тыс. руб.
1	Покупка помещения (производственных, офисных и складских)			
2	Первый арендный платеж за помещение			
3	Расходы на ремонт (строительство)			
4	Комплект мебели			
5	Закупка оборудования			
6	Монтаж и наладка			
7	Компьютерная техника			
8	Затраты на подбор персонала			
9	Обучение персонала			
10	Гос.регистрация и получение разрешительной документации			
11	Издержки на рекламу (продвижение) в подготовительном периоде			
12	Закупка сырья, материалов (перепродаваемых товаров) для первоначального производства/продажи			
13	[и др.]			
14	Прочие			
15	Непредвиденные			
16	ВСЕГО *			

** это значение необходимо перенести в таблицу № 4.5 «План о движении денежных средств», в строку «инвестиционные издержки» только в подготовительный период*

2.7. Прогноз текущих издержек

Прогноз текущих издержек. Вторая группа издержек – текущие. В отличие от инвестиционных, текущие издержки будут возникать каждый производственный цикл (для удобства их лучше учитывать в расчете за месяц). Эти издержки мы уже частично анализировали при расчете себестоимости, только там мы их рассчитывали для среднего месяца за первый год, сейчас необходимо рассчитать их на каждый месяц первого года (табл. 2.7) с учетом того как меняется объем производства (табл. 1.7).

Таблица 2.7.

№ п/п	Наименование текущих издержек (оборотных средств)	1 месяц *		
		Цена за единицу (покупка+доставка), тыс. руб. в мес	Количество (за мес.)	Сумма, тыс. руб. в мес.
1.	Издержки на аренду помещений			
2.	Ежемесячная сумма платежа по кредиту			
3.	Издержки на заработную плату			
4.	Уплата страховых взносов (налоги) на зарплату			
5.	Издержки на уплату налогов с прибыли (дохода)			
6.	Издержки на закупку сырья или материалов			
7.	Издержки на рекламу (продвижение) в текущем периоде			
8.	Издержки на коммунальные платежи			
9.	Расходы на интернет и телефон			
10.	Накладные издержки			
11.	[и др.]			
12.	Прочие			
13.	Непредвиденные			
14.	ВСЕГО *			

* как правило, значения текущих издержек будут меняться по месяцам, поэтому расчеты для точности необходимо сделать по каждому месяцу первого года

** это значение необходимо перенести в таблицу № 4.5 «План о движении денежных средств», в строку «Текущие издержки» в соответствующие периоды времени

Расчет прогнозной прибыли. Составление плана о движении денежных средств (далее – ПДДС). ПДДС является одной из самых распространенных форм описания и анализа финансового состояния организаций. Он имеет определенный сложившийся вид, но для целей финансовой модели рассмотрим его немного в измененном формате. В план (табл. 2.8) нужно внести ранее рассчитанные нами значения из таблиц: № 2.5 – выручка от реализации товара / услуги, № 2.6. – инвестиционные издержки, № 2.7. – текущие издержки по соответствующим периодам времени.

Таблица 2.8

Денежные потоки проекта	Месяц *			
	0	1	...	12
+ Выручка (табл. 4.3)	-	табл. 4.3		табл. 4.3
- Текущие издержки (табл. 4.4.2)	-	табл. 4.4.2		табл. 4.4.2
- инвестиционные издержки (табл. 4.4.1.1)	табл. 4.4.1.1			
+ собственные средства	указать			
+ кредит (заемные средства)	указать			
+ покупка оборудования в лизинг	указать			
Чистый денежный поток	рассчитать	рассчитать		рассчитать
Остаток денег на начало периода	-	рассчитать		рассчитать
Баланс денег на конец периода	рассчитать	рассчитать		рассчитать

* значение по каждому месяцу будут отличаться, поэтому расчеты для точности необходимо сделать по каждому месяцу первого года (с 0 до 12)

Задание 2.

Презентация бизнес-проекта для получения финансирования.

Задание состоит из двух подэтапов:

1. Подготовка презентации проекта. Далее описываются блоки (слайды) презентации, которые позволяют более полно представить проект 1 .

Более удобная для заполнения форма и дополненная версия доступна ВКонтакте в группе «ШАГИ В БИЗНЕСЕ» – ссылка vk.com/shagivbiznese. Можно менять последовательность или даже отказываться от тех или иных пунктов. Можно сделать не один, а несколько слайдов на один блок; используйте схемы, образы. Можно менять дизайн (главное лаконичность и наглядность).

2. Блок 1: Название проекта. Краткое описание проекта (составляется на основе п. «Уникальная ценность предложения», табл. 2, Этап № 2 Составление бизнес-модели).

3. Блок 2: представление себя и команды: приветствие, представление выступающего, опыт работы, достижения, реализованные проекты (бренды).

4. Блок 3: обоснование востребованности проекта: факт + проблема + решение

5. Блок 4: о проекте: название, краткое описание, скриншоты сайта, группы фото прототипа и т.п. (если есть), демонстрация продукта (если есть).

6. Блок 5: о рынке: тенденции на рынке, объем рынка, география проекта, клиент/пользователь, аналоги, конкуренты, их особенности, ваши преимущества (приводится статистика, аналитика с указанием источников)

7. Блок 6: о продукте: стратегия разработки, что уже разработано? краткое описание технологии (как это работает?) (составляется на основе раздела 2 Описание товара (услуги), Этап 6).

8. Блок 7: о бизнес-модели: опишите: что, кому и как вы будете продавать? (для наглядности лучше использовать схемы) (составляется на основе табл. 2, Этап № 2 Составление бизнес-модели).

9. Блок 8: о маркетинге, продажах: стратегия маркетинга, как планируете выходить на рынок? сколько стоит? стратегия продаж, партнеры, клиенты; как расширять число клиентов? что уже сделано? прогноз по выручке на ближайшие несколько лет

10. Блок 9: прогноз выручки (в виде графика или таблицы). На основании аналогичной таблицы 5.3 бизнес-плана (Этап 5).

11. Блок 10: инвестиционные расходы (в виде списка с суммами или таблицы).

12. Блок 11: текущие расходы (в виде списка с суммами или таблицы).

13. Блок 12: план движения денежных средств (в виде графика или таблицы).

14. Блок 13: о конкурентном преимуществе, то, что делает ваш проект уникальным, идущим на шаг впереди остальных

15. Блок 14: о команде: основные люди, фото, роли в команде (например, генерирование идей, определение бизнес-целей, привлечение средств, приобретение ресурсов и оборудования, исследование рынка, определение формы предприятия, найм персонала, реализация проекта и

т.д.), достижения (бренды + логотипы), кто наставник, куратор, ментор (если есть).

16. Блок 15: заключение: контакты (Email, сайт, телефон, имя, название/лого проекта и др.), предложение/просьба проекта.

2. Публичная защита проекта с презентацией. Главное при подготовке и самом выступлении четко понимать главную цель презентации (например, победить в конкурсе, привлечь инвестиции, найти партнеров, сделать продажу, найти сотрудников, формировать персональный бренд и др.).

Структура выступления включает в себя: 1) вступление (нужно ответить на вопрос «что делает наш проект и зачем?»); 2) основная часть (нужно ответить на вопросы «для кого?», «как делаем?», «что уже сделано?», «кто мы?» и др.); 3) заключение (нужно ответить на вопросы «что мы хотим от аудитории?» и «как нас найти?»). Результатом этапа № 6 является составленная презентация бизнес-проекта, а также проведенная публичная защита проекта, что даст новое понимание источников финансирования и способов его привлечения через презентацию проекта и позволит определиться в необходимости и готовности к следующему реальному шагу – регистрации бизнеса.

Темы докладов, сообщений, презентаций:

2. Система показателей прибыли коммерческих организаций

Текущий контроль успеваемости по теме 5. Организация реализации предпринимательского проекта

Перечень вопросов к занятию:

7. Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.

8. Правила создания учредительных документов предприятия.

9. Формирование уставного фонда предприятия.

10. Выбор режима налогообложения.

11. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.

12. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками

Задания для самостоятельной работы:

Самостоятельная работа включает в себя подготовку к занятию по следующим вопросам:

1. Формирование уставного фонда предприятия.

2. Выбор режима налогообложения.

3. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.

Вопросы для устного опроса студентов:

7. Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.
8. Правила создания учредительных документы предприятия.
9. Формирование уставного фонда предприятия.
10. Выбор режима налогообложения.
11. Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.
12. Координация как функция управления предпринимательской деятельностью в целях обеспечения согласованности выполнения проекта, бизнес-плана всеми участниками

Задания для практического (семинарского) занятия:

Задача 1.

Проанализировать таблицу 1, сделать выводы.

ИП или ООО	
ИП	ООО
Плюсы	
<ul style="list-style-type: none">– меньше сумма налогов на бизнес (если выбрать ПСН);– проще регистрация (меньше документов, короче срок);– проще выводить прибыль;– выгоднее страховые взносы на себя (фиксированная сумма, а не % от зарплаты);– меньше штрафы (как для физ.лиц);– больше льгот и помощи от государства;– проще ликвидация;– более простая система учета и отчетности;– возможность самостоятельно принимать решения в рамках своей деятельности;– меньше сумма расходов на гос. регистрацию (около 4 250 руб.);– сумма минимального уставного капитала отсутствует и др.	<ul style="list-style-type: none">– ограниченная ответственность учредителей по долгам;– отсутствие налоговой и административной ответственности учредителей за правонарушения, совершенные организацией;– может принадлежать сразу нескольким лицам;– возможность принимать наиболее важные решения в рамках деятельности организации, а решение текущих вопросов делегировать руководителю организации;– доступны более сложные инвестиционные сделки и др.
Минусы	
<ul style="list-style-type: none">– полная имущественная ответственность по своим обязательствам;– налоговая, административная и уголовная ответственность за нарушения в процессе предпринимательской деятельности;– не могут владеть 2 и более человек;– статус ИП воспринимается ниже, чем организации;– не имеет фирменного наименования и др.	<ul style="list-style-type: none">– сложнее и больше сумма расходов на гос. регистрацию (около 8 200 руб.), а также не менее 10 тыс. руб. уставного капитала;– дороже и сложнее вести бухгалтерский учет;– двойное налогообложение при распределении прибыли между учредителями;– сложнее выводить прибыль не чаще раза в квартал;– сложнее ликвидировать (через налоговую проверку) и др.

Задание 2.

Ситуационная задача:

Провести общее собрание учредителей перед регистрацией ООО на котором следует принять решение по таким вопросам как:

- полное и краткое название организации;
- ее ОПФ;
- виды деятельности организации;

- ее учредители (участники);
- кто может быть ее участником в дальнейшем;
- права и обязанности участников;
- адрес регистрации организации (место ее нахождения);
- наличие обособленных подразделений и филиалов;
- размер уставного капитала;
- источники и сроки формирования уставного капитала;
- частота распределения прибыли организации;
- название, численный и персональный состав;
- другие вопросы, требующие обсуждения

Составить протокол собрания.

Задание 3.

Подготовка документов:

1. На основании проекта подготовить документы необходимые для регистрации ИП, ООО

Перечень тем рефератов:

3. Порядок подачи документов на регистрацию юридического лица в регистрирующий орган;

4. Порядок открытия в банке расчетного счета организации

2. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ И ПРОВЕРЯЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

Вопросы к экзамену

№	Вопросы для промежуточной аттестации студента	Проверяемые компетенции
1.	Понятие предпринимательства, коммерции, бизнеса.	ПК 17, ПК 20
2.	Рынок – основа осуществления предпринимательской деятельности.	ПК 17, ПК 20
3.	Анализ рыночных возможностей.	ПК 17, ПК 20
4.	Формы и виды предпринимательской деятельности и их классификация.	ПК 17, ПК 20
5.	Государственное регулирование предпринимательской деятельности.	ПК 17, ПК 20
6.	Характеристика организационных форм предпринимательства.	ПК 17
7.	Субъекты предпринимательской деятельности.	ПК 17
8.	Организационно-экономические формы предпринимательства.	ПК 17
9.	Организационные структуры предприятия и их выбор.	ПК 17
10.	Малое и среднее предпринимательство и его развитие в современных социально-экономических условиях хозяйствования.	ПК 17
11.	Выбор сферы деятельности и обоснование создания нового предприятия с учетом социально-экономических условий осуществления предпринимательской деятельности.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
12.	Инновационный замысел и его реализация в предпринимательском проекте.	ПК-17, ПК-19, ПК-20

13.	Формирование бизнес-модели предпринимательской деятельности, определяющие факторы и показатели.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
14.	Бизнес-планирование в российском предпринимательстве.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
15.	Бизнес-план инновационного проекта.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
16.	Его структура и методы обоснования.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
17.	Роль бизнес-плана в продвижении проекта через инвестирование.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
18.	Понятие мониторинга в экономике.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
19.	Бизнес-план как основной документ в управлении предприятием.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
20.	Презентации бизнес-плана.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
21.	Состав управленческих документов, выдаваемых органами государственного регулирования при государственной регистрации новых предпринимательских структур.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
22.	Правила создания учредительных документы предприятия.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
23.	Формирование уставного фонда предприятия.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
24.	Выбор режима налогообложения.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
25.	Лицензирование отдельных видов предпринимательской деятельности.	ПК-17, ПК-19, ПК-20
26.	Координация как функция управления предпринимательской деятельностью.	ПК-17, ПК-19, ПК-20

Примеры типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в ходе промежуточной аттестации студентов.

Экзамен по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Вариант №1 тестовых заданий к экзамену

1. Корпорации как организационно правовой форме характерно всё, за исключением:

- а) делимость собственности акционеров.
- б) неделимость собственности имущества фирмы;
- в) это, обычно, форма организации крупного бизнеса;
- г) единство собственности и управления.

2. Для акционера как особого вида собственника характерны все следующие черты, за исключением:

- а) не может изъять свой капитал из фирмы;
- б) не может повлиять на размер своего дохода;
- в) отделен от управления;
- г) **является собственником имущества корпорации.**

3. К внешним механизмам, обеспечивающим баланс прав предпринимателей и их партнеров в рамках АО относится:

- а) система правовых ограничений;
- б) система перекрестного владения акциями;
- в) рынок контроля.
- г) **все выше перечисленное верно.**

4. Ориентации корпорации на реализацию долговременных инвестиционных проектов способствует:

- а) увеличение удельного веса физических лиц среди акционеров;
- б) увеличение удельного веса работников среди акционеров;
- в) **увеличение доли консолидированных акционеров;**
- г) сокращение удельного веса администрации среди акционеров.

5. Контрольный пакет акций - это:

- а) 51% акций;
- б) пакет акций обеспечивающий контроль над фирмой;
- в) **пакет акций, дающий его владельцу право участвовать в собрании акционеров;**
- г) пакет акций, дающий его владельцу право быть избранным в совет директоров компании.

6. Полный контроль над корпорацией получает:

- а) акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, в любых условиях;
- б) **акционер или группа акционеров, владеющая контрольным пакетом акций, если нет блокирующего меньшинства;**
- в) акционер или группа акционеров, которая может блокировать принятие нежелательных для них решений по наиболее важным вопросам;
- г) всегда принадлежит менеджменту, который принимает важнейшие решения по управлению корпорацией.

7. К радикальным методам реорганизации корпорации можно отнести:

- а) создание совместных предприятий;
- б) **слияние корпораций;**
- в) организация консорциума;
- г) создание кооператива.

8. К основным элементам трехзвенной структуры управления АО относятся:

- а) акционеры, совет директоров и ревизионная комиссия;
- б) акционеры, совет директоров и наемные работники;
- в) акционеры, совет директоров, должностные лица (администрация);**
- г) акционеры, должностные лица (администрация), ревизионная комиссия.

9. К сильным сторонам англосаксонской модели корпорации можно отнести:

- а) легкая идентификация акционера;
- б) ориентация акционеров на долгосрочные инвестиционные программы;
- в) невысокая распыленность акций среди мелких частных инвесторов;
- г) ориентация на внутренние источники финансирования.**

10. Налоговый кодекс не рассматривает в качестве льгот

- а) Освобождение от налога
- б) Уменьшение размера налогового платежа
- в) Перенос установленного срока уплаты налога на более поздний срок (Статья 56. п. 1)**

11. В соответствии с НК налогоплательщик обязан обеспечивать сохранность данных бухгалтерского учета, необходимых для исчисления и уплаты налогов

- а) 1 год
- б) 3 года
- в) 4 года (Статья 23. п.1)**

12. Обязанность по уплате налогов устанавливается

- а) Актом законодательства о налогах и сборах (Статья 45. п. 1)**
- б) Нормативным актом органа исполнительной власти
- в) Решением Правительства

13. К акту законодательства о налогах и сборах относится:

- а) Нормативно-правовой акт органов местного самоуправления о местных налогах и сборах (Статья 5. п. 5)**
- б) Инструкция по заполнению налоговых деклараций
- в) Единый государственный реестр налогоплательщиков

14. После получения акта налоговой проверки налогоплательщик вправе представить свои возражения по акту в течение

- а) Пяти дней
- б) 15 дней (Статья 100. п. 6)**

в) Месяца

15. Обязанность по уплате налога считается исполненной с момента предъявления в банк поручения на уплату

а) При отсутствии задолженности по другим налогам

б) При наличии достаточного денежного остатка на счете налогоплательщика (Статья 45. п. 3)

16. Какое из перечисленных действий не является налоговым правонарушением

а) Нарушение срока постановки на учет

б) Непредставление налоговой декларации

в) Ошибка при составлении налоговой декларации (Статья 116, 119, 122)

г) Неуплата сумм налога

17. Неустранимые сомнения актов законодательства трактуются

а) В пользу налогоплательщика (Статья 3. п. 7.)

б) В пользу налогового органа

18. Налогоплательщиками являются

а) Все организации и физические лица

б) Организации и физические лица, на которых в соответствии с Налоговым кодексом возложена обязанность уплачивать налоги (Статья 19)

в) Организации и физические лица, находящиеся на территории РФ более 3-х месяцев

19. Налоговый период – это период времени применительно к отдельным налогам, по окончании которого:

а) Определяется налогоплательщик и объект налогообложения

б) Определяется объект налогообложения и порядок исчисления налога

в) Определяется налоговая база и исчисляется сумма налога (Статья 55. п. 1.)

20. Органы исполнительной власти в предусмотренных законодательством случаях издают нормативные правовые акты по вопросам, связанным с налогообложением, которые

а) Могут изменять законодательство о налогах

б) Могут дополнять законодательство о налогах

в) Не могут дополнять или изменять законодательство о налогах (Статья 4. п. 1.)

21. В соответствии с Налоговым кодексом налоговой санкцией является
- а) Пени
 - б) Штраф (Статья 114. п. 2.)**
 - в) Арест имущества
22. Срок проведения выездной налоговой проверки
- а) Не может быть изменен ни при каких обстоятельства (Статья 89. п. 6.)**
 - б) Может быть изменен по решению вышестоящего органа
 - в) При наличии филиалов и представительств увеличивается на один месяц на проведение проверки каждого филиала или представительства
23. Какой фактор является решающим при признании обособленных подразделений, если его создание не отражено в учредительных документах
- а) Наделение его определенными полномочиями
 - б) Наличие стационарных рабочих мест (Статья 11.п.2)**
24. Акты законодательства о налогах и сборах, устраняющие или смягчающие ответственность либо устанавливающие дополнительные гарантии защиты прав налогоплательщиков
- а) Имеют обратную силу (Статья 5.п.3)**
 - б) Не имеют обратную силу
 - в) Могут иметь обратную силу, если прямо предусматривают это
25. Налоговые органы имеют право определять суммы налога расчетным путем в случаях
- а) Непредставления в течение более двух месяцев налоговому органу необходимых документов (Статья 31.п.1)**
 - б) Непредставления в течение более двух месяцев налоговому органу деклараций

Вариант №2 тестовых заданий к зачету

1. Налоговая санкция взыскивается
- а) В бесспорном порядке
 - б) В судебном порядке (Статья 115.п.1)**
 - в) В бесспорном или судебном порядке
2. К основным признакам предпринимательства относится все за исключением:
- а) ориентация на получение прибыли;
 - б) готовность идти на любой риск ради получения результата;**
 - в) материальная ответственность за результаты своих действий.
 - г) стремление к новациям и нововведениям..

3. Для процедурного бизнеса характерно:
а) преимущественно экстенсивный характер развития;
б) ориентация на поиск новых правил и процедур;
в) ассиметричные взаимоотношения между партнерами;
г) **равноправные, устойчивые взаимоотношения между партнерами.**

4. К основным формам экономической деятельности можно отнести:

- а) предпринимателя;
- б) домашнюю хозяйку;
- в) учителя в школе;
- г) верно все перечисленное.

5. Бизнесмен отличается от предпринимателя тем, что:

- а) берет на себя риск ведения дела;
- б) занимается организацией бизнеса;
- в) **ведет бизнес «традиционными» методами;**
- г) ищет новые сферы и способы ведения бизнеса.

6. К сильным сторонам единоличного предпринимателя можно отнести все за исключением:

- а) быстрота принятия решений в нестандартных ситуациях;
- б) **специализация управленческой деятельности.**
- в) принятие на себя риска ведения дел;
- г) гибкость и быстрое приспособление к изменяющимся условиям;

7. Современная функциональная парадигма бизнеса опирается на:

- а) менеджмент;
- б) маркетинг;
- в) **стратегическое планирование;**
- г) верно все выше перечисленное.

8. Экономическая свобода предпринимателя проявляется:

- а) **в появлении и развитии функций бизнеса;**
- б) в полной независимости от государства;
- в) в полной свободе в хозяйственной деятельности;
- г) верно все выше перечисленное.

9. Для современного процедурного бизнеса прибыль является:

а) главной целью ведения бизнеса;
б) **основным показателем эффективности деятельности предпринимателя;**

в) вознаграждением предпринимателя за принятый на себя риск ведения дела;

г) **верно б) и в).**

10. В современных условиях постиндустриального общества характерен:

а) только интуитивный бизнес;

б) только процедурный бизнес;

в) в основном процедурный бизнес, при сохранении в отдельных сферах и ситуациях элементов интуитивного бизнеса;

г) в основном интуитивный бизнес, при появлении в отдельных сферах и ситуациях элементов процедурного бизнеса;

11. К основным элементам бизнес операции относят:

а) формулировку бизнес-идеи и планирование будущего бизнеса;

б) поиск и организацию необходимых ресурсов;

в) организацию производства и реализации продукции;

г) **верно все выше перечисленное.**

12. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности показывает возможность:

а) **увеличения коммерческого кредита;**

б) снижения коммерческого кредита;

в) рационального использования всех видов коммерческого кредита;

г) контроля за использованием коммерческого кредита.

13. Продолжительность операционного цикла - это аналитический показатель, характеризующий продолжительность производственно-коммерческого цикла и исчисляемый как среднее время омертвления денежных средств в:

а) запасах;

б) запасах и кредиторской задолженности;

в) запасах и дебиторской задолженности;

г) дебиторской задолженности.

14. Финансовый и операционный циклы отличаются друг от друга:

а) на период погашения дебиторской задолженности;

б) на период омертвления средств в запасах;

в) на период инкассирования выручки;

г) на период погашения кредиторской задолженности.

15. В наиболее общем смысле рентабельность - это:

а) синоним понятия «эффективность»;

б) относительный показатель, рассчитываемый соотношением выручки или прибыли со стоимостью ресурса;

в) относительный показатель, рассчитываемый соотношением прибыли к некоторой базе, характеризующей хозяйствующий субъект (обычно база - это либо величина капитала, либо совокупный доход);

г) относительный показатель, рассчитываемый соотношением операционной прибыли с выручкой.

16. Возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов предприятия – это....

а) издержки

б) риск

в) скидки

17. Какие факторы влияют на риск?

а) общие

б) внешние

в) внутренние

18. К основным видам риска относят:

а) коммерческий

б) материальный

в) трудовой

19. Наименьшей ликвидностью обладают инвестиции, вложенные в:

а) корпорацию;

б) партнерство;

в) в индивидуальную частную фирму;

г) любые коллективные формы предпринимательской деятельности.

20. К недостаткам индивидуальной частной фирмы можно отнести:

а) риск потери контроля над фирмой;

б) низкая ликвидность инвестиций вложенных в фирму;

в) риск оппортунистического поведения партнеров по бизнесу;

г) верно а) и б).

21. Собственник денежного капитала фирмы - это:

а) лицо, которое делает вклад в капитал фирмы;

б) только владелец контрольного пакета;

в) только владелец 51% акций фирмы;

г) корпорация как физическое лицо.

22. Наиболее эффективной формой организации адвокатской конторы будет:

- а) кооператив;
- б) товарищество;**
- в) корпорация;
- г) закрытое акционерное общество.

23. Продолжительность «жизненного цикла» партнерства:

- а) неограниченна;
- б) зависит от условий соглашения между учредителями;
- в) может быть ограничена продолжительностью жизни партнеров и продолжительностью его участия в фирме;**
- г) верно б) и в).

24. При определении идентичности товаров для целей налогообложения учитываются в совокупности следующие характеристики

- а) Физические характеристики и репутация на рынке
- б) Качество и репутация на рынке
- в) Происхождение и производитель
- г) Физические характеристики, качество и репутация на рынке, происхождение и производитель (Статья 40.п.6)**

25. Жизнеобеспечивающее предприятие - это:

а) малое предприятие, ориентированное на рынок, которое обеспечивает своему владельцу приемлемый уровень дохода и не имеет тенденции к быстрому росту:

б) предприятие малого бизнеса, ориентированное на рынок и имеющее тенденцию к быстрому росту и высокой отдаче вложенных в него средств;

в) малое предприятие, ориентированное на обеспечение текущих потребностей своего владельца, слабо связанное с рынком и поэтому имеющее тенденций к быстрому росту;

г) только те малые предприятия, которые относятся к мельчайшему бизнесу, а поэтому часто гибнут и не имеют тенденций к быстрому росту.

Вариант №3 тестовых заданий к зачету

1. К элементам внешней предпринимательской среды можно отнести:

- а) характер предпринимателя;
- б) особенности конкуренции на рынке;**
- в) цели фирмы;
- г) корпоративную культуру, сложившуюся на фирме.

2. К правовой инфраструктуре бизнеса относят:

- а) законы и постановления;

- б) обычаи хозяйственного оборота;
- в) нормы деловой этики;
- г) **все перечисленное верно.**

3. Банковская деятельность относится к :

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому бизнесу;
- в) **финансовому бизнесу;**
- г) бизнесу в сфере услуг.

4. К преимуществам коммерческого бизнеса можно отнести:

- а) независимость от качества ресурсов;
- б) **простоту бизнес-операции;**
- в) устойчивость;
- г) легкость управления.

5. Крупный бизнес выполняет в экономике следующие функции:

- а) служит источником развития экономики;
- б) обеспечивает устойчивость экономики;
- в) накапливает и тиражирует наиболее эффективные правила и процедуры современного рационального бизнеса;
- г) **все выше перечисленное верно.**

6. К экономическим функциям малого бизнеса относятся:

- а) включение в производство временно незанятых ресурсов;
- б) внедрение новых товаров и услуг;
- в) обеспечение узкоспециализированными товарами и услугами;
- г) **верно все выше перечисленное.**

7. Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:

- а) к традиционному малому бизнесу;
- б) **венчурному бизнесу;**
- в) франчайзингу;
- г) вообще не относятся к малому бизнесу.

8. К наиболее распространенным формальным критериям выделения малого бизнеса относятся:

- а) **количество занятых на предприятии;**
- б) отраслевая принадлежность бизнеса;
- в) количество постоянных клиентов;
- г) единство собственности и управления на предприятии.

9. К локальным потребностям относятся те потребности, которым характерна:

- а) однородность;
- б) широкая рассредоточенность клиентов;**
- в) консерватизм;
- г) значительный круг клиентов.

10. К преимуществам малого бизнеса относятся:

- а) незначительные первоначальные издержки;
- б) повышенная гибкость и мобильность;
- в) повышенная устойчивость на рынке;
- г) верно а) и б).**

11. Все ниже перечисленные признаки относятся к современной сетевой экономике за исключением:

а) равноправный партнерский характер взаимоотношения малого и крупного бизнеса:

б) значительная роль государства и среднего бизнеса в обеспечении эффективного взаимодействия малого и крупного бизнеса;

в) высокая роль неформальных институтов и связей между партнерами по бизнесу;

г) стабильность взаимоотношений крупного, среднего и мелкого бизнеса.

12. К основным формам поддержки малого бизнеса со крупных фирм можно отнести все кроме:

- а) налоговых льгот;**
- б) арендных и субарендных отношений;
- в) контрактов;
- г) лизинга.

13. К формам информационной поддержки малого бизнеса относится:

а) сдача в аренду оборудования;

б) обеспечение возможностей пользоваться техническими библиотеками;

в) оказание консультативных услуг малым предприятиям;

г) предоставление налоговых льгот.

14. Услуги брокеров, работающих на фондовой бирже относятся к:

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому предпринимательству;
- в) финансовому предпринимательству**
- г) консультативному предпринимательству.

15. К предпринимателям, занятым в сфере консультативного бизнеса относится:

- а) аудитор;**
- б) дилер
- в) инвестор;
- г) брокер.

16. Современному этапу экономического развития характерно:

- а) рост удельного веса производства материальных благ и услуг;
- б) преимущественный рост 1-го подразделения;
- в) рост удельного веса производства нематериальных благ и услуг;**
- г) увеличение удельного веса добывающих отраслей.

17. В конце XX для стран с развитой рыночной экономикой было характерно:

а) подавляющее число фирм находилось в собственности одного владельца, несущих как ограниченную, так и неограниченную ответственность за деятельность фирмы;

б) подавляющая часть фирм находилось в собственности государства, в форме унитарных предприятий;

в) подавляющее большинство фирм являлось товариществами, в которых собственники несли неограниченную имущественную ответственность;

г) подавляющее большинство фирм являлось акционерными обществами, с правом выпуска акций под ограниченную ответственность акционеров.

18. Неограниченная имущественная ответственность собственников характерна всем ниже перечисленным фирмам, за исключением:

- а) корпорации;
- б) частной единоличной фирмы;**
- в) частному лицу, работающему по лицензии;
- г) полному товариществу.

19. В современных условиях материальная ответственность предпринимателя обеспечивается за счет:

а) ужесточения правового режима предпринимательской деятельности;

б) увеличения числа фирм с неограниченной имущественной ответственностью собственников;

- в) сложившегося рынка капитала;**
- г) верно все выше перечисленное.

20. Объединение капиталов характерно:

- а) товариществу на вере;
- б) корпорации;
- в) закрытому акционерному обществу;
- г) **всем перечисленным выше организационно - правовым формам фирмы.**

21. Затраты организации на участие в выставках или экспозициях признаются расходами в целях исчисления налога на прибыль

- а) **Без ограничений (Статья 264.п.4, статья 252)**
- б) В пределах 1 % выручки определенной в соответствии со ст. 249 НК РФ
- в) Эти расходы не относятся к расходам на рекламу в целях налогообложения

22. Организацией в 2015 году заключен договор добровольного медицинского личного страхования работника на срок 10 месяцев. Учитываются ли расходы организации на оплату страховых взносов по этому договору в целях исчисления налога на прибыль

- а) **Учитываются без ограничений (Статья 270. п. 6)**
- б) Учитываются в пределах 3% от суммы расходов на оплату труда
- в) Не учитываются

23. В целях исчисления налога на прибыль по нематериальным активам, по которым невозможно определить срок полезного использования, нормы амортизации устанавливаются в расчете на:

- а) 20 лет, но не более срока деятельности организации
- б) **10 лет, но не более срока деятельности организации (Статья 258. п. 2)**
- в) В зависимости от учетной политики

24. Из состава амортизируемого имущества исключаются

- а) Объекты ОС, сданные в аренду другим организациям на срок свыше одного года
- б) Объекты ОС, находящиеся на реконструкции в течение периода, не превышающего 12 мес.
- в) **Объекты ОС, переданные другим организациям в безвозмездное пользование (Статья 256. п. 3)**

25. В состав нематериальных активов для целей применения гл. 25 лицензии на право осуществления определенных видов деятельности

- а) Включаются
- б) **Не включаются (Статья 250)**

Вариант №4 тестовых заданий к зачету

1. Страховые взносы по добровольному страхованию имущества организации в части объектов ОС производственного назначения признаются в качестве расходов

а) **В полной сумме (Статья 263. п. 3)**

б) В пределах нормативов, установленных налоговым законодательством

в) Не признаются в качестве расходов

2. В 2015 году организация приобрела объект амортизируемого имущества, подлежащий включению в 4 амортизационную группу (5-7 лет), находившийся в эксплуатации у предыдущего собственника 8 лет. В отношении данного объекта организация для целей налогообложения

а) Не вправе начислять амортизацию

б) Должна начислять амортизацию, но только исходя из срока полезного использования не менее 10 лет

в) **Должна начислять амортизацию исходя из срока полезного использования, определенного самостоятельно с учетом техники безопасности и других факторов (Статья 258. п. 7)**

3. Организация получила безвозмездно объект ОС, относящийся к амортизируемому имуществу. Первоначальная стоимость его для целей налогообложения определяется

а) **Исходя из рыночных цен с учетом положений ст. 40 НК РФ, но не ниже определяемой в соответствии с гл. 25 остаточной стоимости у передающей стороны (Статья 250. п. 8)**

б) Исходя из рыночных цен с учетом положений ст. 40 НК РФ, вне зависимости от определяемой в соответствии с гл. 25 остаточной стоимости у передающей стороны

в) Как остаточная стоимость у передающей стороны

4. Несколько объектов основных средств, принадлежащих организации на праве собственности, в течение 6 месяцев находились на консервации. после расконсервации указанных объектов срок их полезного использования, используемый для начисления амортизации для целей налогообложения

а) Остается неизменным

б) **Продлевается на 6 месяцев (Статья 256. п. 3)**

в) Продлевается на срок не менее 12 месяцев

5. Организация арендовала у физического лица объект амортизируемого имущества (грузовой автомобиль), который используется в производственной деятельности. Затраты на ремонт данного автомобиля организацией – арендатором для целей налогообложения

а) Не признаются в качестве расходов

б) Признаются в качестве расходов в любом случае

в) Признаются в качестве расходов только в том случае, если по договору аренды расходы на ремонт арендуемого автомобиля несет арендатор (Статья 260.п.2)

6. Какой из реквизитов не обязателен при составлении аналитических регистров налогового учета по налогу на прибыль

- а) Наименование хозяйственной операции
- б) Наименование регистра

в) Печать организации-налогоплательщика (Статья 313)

7. Налогоплательщик, понесший убыток, исчисленный в соответствии с гл. 25, в 2009 году вправе уменьшить налоговую базу текущего налогового периода:

- а) Только на полную сумму понесенного убытка
- б) Только на 1/10 суммы понесенного убытка
- в) Только на 1/5 суммы понесенного убытка
- г) **На любую сумму убытка (Статья 346.6 п.5)**

д) На любую сумму убытка, не превышающую 50 % налоговой базы текущего налогового периода

8. Иностранная организация не осуществляет деятельность через постоянное представительство. Доходы, полученные этой организацией от реализации недвижимого имущества, находящегося на территории РФ, облагаются налогом на прибыль по ставке

- а) **20% (Статья 248.п.2)**
- б) 24%
- в) 10%

9. Организация реализовала товары, сумма НДС предъявленная покупателю получена и уплачена в бюджет. В течении гарантийного срока покупатель возвратил товар. Сумма НДС, предъявленная покупателю продавцом и уплаченная в бюджет в связи с реализацией этого товара, в случае возврата товара

- а) **Подлежит вычету (Статья 171.п.5)**
- б) Не подлежит вычету
- в) Подлежит вычету после отражения в учете операций по возврату
- г) Подлежит вычету после отражения в учете операций по возврату, но не позднее одного года после возврата

10. Комиссионное и агентское вознаграждения, полученные турагенствами от продажи путевок, облагаются НДС

- а) **Да (Статья 156 п.1)**
- б) Нет

11. В случае реализации организацией наряду с товарами, освобождаемыми от НДС, товаров, не освобождаемых от НДС, эта организация обязана

а) Вести отдельный учет затрат по производству и продаже облагаемых и необлагаемых товаров

б) Вести отдельный учет операций облагаемых НДС и необлагаемых НДС (Статья 149.п.4)

в) Составлять и сдавать отдельную декларацию в части операций, освобожденных от НДС

12. Организация, реализующая товары, освобожденные от НДС, выставляют счета-фактуры покупателям

а) Да (Статья 168.п.5)

б) Нет

13. Подлежит ли налоговому вычету НДС, уплаченный организацией перешедшей на упрощенную систему налогообложения, предприятию – поставщику

а) Да (Статья 346.25.п.5)

б) Нет

14. У организаций, осуществляющих торговую деятельность, по поступившим и оприходованным товарам при наличии счета-фактуры суммы НДС принимаются к вычету

а) После их фактической оплаты (Статья 172. п. 1, статья 179.п.1)

б) После постановки на учет

в) После их фактической оплаты с учетом факта реализации этих товаров

15. Физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица

а) Являются плательщиками НДС, если сумма НДС выделена в соответствующих платежных и расчетных документах

б) Являются плательщиками НДС (Статья 143. п. 1)

в) Освобождены от уплаты НДС

16. Операции, связанные с обращением ценных бумаг

а) Освобождены от НДС

б) Не освобождены от НДС

в) Освобождены от НДС, кроме брокерских и иных посреднических услуг (Статья 149,156.п.1)

17. Операция по передаче объекта основных средств в качестве вклада в уставный капитал другой организации

- а) Облагается НДС
- б) Не облагается НДС, т.к. данная операция не признается объектом налогообложения (Статья 146.п.2)**
- в) Не облагается НДС, т. к. в отношении данной операции установлена льгота

18. Применение УСНО предусматривает отмену уплаты следующих налогов

а) Налога на прибыль, НДС, налога на имущество (Статья 346.11. п. 2)

- б) Только налога на прибыль и НДС
- в) Только налога на прибыль и налога на имущество

19. Ведется ли налоговый учет при применении УСНО

а) Нет
б) Да, на основании книги учета доходов и расходов (Статья 346.24)

- в) Да, на основании регистров бух. учета

20. Включаются ли в состав расходов при применении УСНО расходы на аудиторские услуги

- а) Да (Статья 346.16. п. 1)**
- б) Нет
- в) Да, на проведение обязательного аудита

21. Переход с общепринятой системы налогообложения на УСНО осуществляется

- а) В добровольном порядке (Статья 346.11. п. 1)**
- б) По решению налоговой службы

22. Основные средства, срок полезного использования которых от 10 до 14 лет, приобретены до перехода на УСНО. При переходе на УСНО расходы на приобретение признаются

- а) В течение одного года
- б) В течение 10 лет
- в) 1-й год – 50%, 2-ой – 30 %, 3-ий – 20 % (Статья 346.16.п.3)**

23. Налогоплательщик, перешедший на УСНО и применяющий в качестве объекта налогообложения «доходы минус расходы», уплачивает минимальный налог по ставке

- а) 1 % (Статья 346.18. п. 6)**
- б) 6 %
- в) 15 %

24. Организация имеет право перейти на УСНО, если выполняются следующие требования

а) Доход от реализации за 9 месяцев на момент подачи заявления не более 45 млн. руб.

б) Доход от реализации за 9 месяцев на момент подачи заявления не более 45 млн. руб. (с учетом НДС). стоимость амортизируемого имущества 100 млн. руб., средняя численность – не более 100 человек

в) Доход от реализации за 9 месяцев на момент подачи заявления не более 45 млн. руб. (без НДС), стоимость амортизируемого имущества - менее 100 млн. руб., средняя численность – не более 100 человек (Статья 346.12.п.2,3)

25. Налоговая декларация по итогам налогового периода представляется при применении УСНО

а) 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом (Статья 346.23.п.1)

б) 20 января года, следующего за истекшим налоговым периодом

в) 30 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом (Статья 346.23.п.1)

Вариант №5 тестовых заданий к зачету

1. Налоговым периодом по ЕНВД является

а) Год

б) **Квартал (Статья 346. 30)**

в) Месяц

2. Плательщики ЕНВД при осуществлении других видов деятельности

а) **Уплачивают налоги с видов деятельности, не облагаемой ЕНВД, в общеустановленном порядке (Статья 346.26. п. 7)**

б) Не уплачивают никаких налогов, кроме ЕНВД

3. Могут ли субъекты РФ расширить список деятельности, в отношении которых вводится ЕНВД

а) Да

б) **Нет (Статья 346.26. п. 2)**

в) В исключительных случаях

4. Налогоплательщик, являющийся плательщиком ЕНВД уплачивает налог по ставке

а) 1 %

б) 6 %

в) **15 % (Статья 346.31)**

5. Ликвидность активов предприятия - это...
- а) степень их мобильности;
 - б) степень покрытия обязательств;
 - в) способность их трансформации в денежные средства без потери их балансовой стоимости;**
 - г) их высокая оборачиваемость.
6. Платежеспособность организации означает...
- а) наличие у организации денежных средств и их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения;**
 - б) формальное превышение оборотных активов над краткосрочными обязательствами;
 - в) наличие у него денежных средств в размере не ниже установленного норматива;
 - г) способность расплатиться по своим долгосрочным и краткосрочным обязательствам.
7. Коэффициент текущей ликвидности можно повысить путем...
- а) увеличения размера внеоборотных активов;
 - б) увеличения размера банковских кредитов;
 - в) увеличения размера запасов;**
 - г) увеличения размера кредиторской задолженности.
8. Если значение коэффициента текущей ликвидности меньше 2, то:
- а) организация подлежит банкротству;
 - б) организация ставится на учет в Федеральном управлении по делам о несостоятельности;
 - в) назначается внешний управляющий;
 - г) организация признается банкротом.**
9. Коэффициент абсолютной ликвидности - это:
- а) доля денежных средств в оборотных активах;
 - б) отношение средств на расчетном счете к сумме обязательств компании;
 - в) отношение сумм средств на счетах и в кассе к сумме обязательств предприятия;
 - г) отношение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам.**
10. Коэффициент критической ликвидности показывает:
- а) какую часть долгосрочных обязательств организация может погасить, мобилизовав абсолютно ликвидные и быстрореализуемые активы;

б) какую часть краткосрочных обязательств организация может погасить, мобилизовав абсолютно ликвидные и быстрореализуемые активы;

в) какую часть краткосрочных обязательств организация может погасить, мобилизовав все оборотные активы;

г) какую часть долгосрочных обязательств организация может погасить, мобилизовав все оборотные активы.

11. Коэффициенты финансовой устойчивости отражают:

а) оптимальность структуры оборотных активов;

б) политику финансирования компании с позиции долгосрочной перспективы;

в) рентабельность работы компании;

г) структуру капитала и стабильность платежно-расчетной дисциплины в отношении контрагентов.

12. Коэффициент финансовой зависимости - это соотношение:

а) общей суммы источников финансирования с величиной заемного капитала;

б) общей суммы заемных источников финансирования с величиной собственного капитала;

в) собственного капитала и долгосрочных обязательств;

г) заемного капитала и величины внеоборотных активов.

13. Соотношение собственных оборотных средств и собственного капитала можно оценить коэффициентом.

а) концентрации капитала;

б) маневренности капитала;

в) мультипликатора собственного капитала;

г) рентабельности собственного капитала.

14. Коэффициент финансового рычага отражает:

а) уровень зависимости предприятия от внешних источников финансирования;

б) уровень финансирования деятельности предприятия за счет собственных средств;

в) уровень независимости предприятия от внешних источников финансирования;

г) уровень финансирования запасов и затрат за счет собственных средств.

15. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными средствами – это соотношение:

а) собственных оборотных средств и общей суммы запасов и затрат предприятия;

б) общей суммы запасов и затрат и собственных оборотных средств предприятия;

в) величины собственного капитала и общей суммы запасов и затрат предприятия;

г) общей суммы запасов и затрат и величины собственного капитала предприятия.

16. Коэффициент финансирования показывает:

а) степень зависимости предприятия от заемных источников;

б) уровень независимости предприятия от заемных источников;

в) какая часть деятельности предприятия финансируется за счет собственных средств;

г) уровень финансирования запасов и затрат за счет собственных средств предприятия.

17. Оборачиваемость активов показывает...

а) отдачу в виде чистой прибыли;

б) отдачу от средств, вложенных в активы компании, в виде выручки от продажи;

в) оптимальную структуру капитала компании;

г) распределение прибыли компании.

18. В коэффициентном анализе отчетности термин «оборачиваемость дебиторов» относится к характеристике:

а) политики предприятия в отношении стабильности покупателей продукции;

б) политики предприятия в отношении стабильности поставщиков;

в) скорости оборота средств, вложенных в дебиторскую задолженность;

г) скорости оборота средств по расчетам с учредителями.

19. К методам оценки уровня риска относятся:

а) экономические методы

б) организационные методы

в) статистические методы

20. Что относится к факторам внешнего характера?

а) потеря товара от небрежности работников торгового предприятия

б) демографические

в) вероятность нечестности служащих

21. Потери от риска разделяют на:

а) рыночные

б) трудовые

в) потери времени

22. Что относится к факторам внутреннего характера?
а)вынужденный ремонт помещений вследствие аварийных ситуаций

- б)экономическая обстановка в стране в целом
- в)конъюнктура рынков, на которых работает предприятие

23. В зависимости от того, чьими силами, и за чей счет проводятся методы по управлению риском различают:

- а)экономические способы снижения степени риска
- б)внешние способы снижения степени риска**
- в)внутренние способы оптимизации риска**

24. К основным способам уменьшения риска относят:

- а)резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов
- б)привлечение к разработке проекта компетентных партнеров
- в)два выше указанных варианта ответа**

25. Результатом деятельности, какого фактора, может быть рискованная коммерческая сделка, ошибочное управленческое решение?

- а)факторы внутреннего характера**
- б)факторы внешнего характера

3. Критерии оценки при текущем и промежуточном контроле (экзамен)

Оценка промежуточной аттестации выставляется в зачетную книжку обучающегося (кроме «неудовлетворительно») и экзаменационную ведомость в форме дифференцированных оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» согласно шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

№ №	Наименование этапа	Технология оценивания	Шкала (уровень) оценивания			
			ниже порогового «неудовлетворительно»	пороговый «удовлетворительно»	продвинутый «хорошо»	высокий «отлично»
1	Контроль знаний	Экзамен	ответ студента не имеет теоретического обоснования; не дает правильных формулировок,	ответ студента не имеет теоретического обоснования; не полное понимание	студент отвечает полно, обоснованно, но имеет единичные ошибки,	студент отвечает полно, обоснованно; дает правильные формулировки, точные

			определений понятий и терминов; полное непонимание материала или отказ от ответа	материала; допускает неточности в формулировках, определениях понятий и терминов; иногда искажает смысл	которые сам же исправляет после замечания преподавателя; полное понимание материала; свободно владеет речью.	определения понятий и терминов; полное понимание материала; свободно владеет речью
--	--	--	--	---	--	--

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА СТУДЕНТА ПРИ 100-БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

ХАРАКТЕРИСТИКА ОТВЕТА	Оценка ECTS	Баллы в БРС	Уровень сформированности компетентности по дисциплине	Оценка
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.</p> <p>В полной мере овладел компетенциями.</p>	A	100-96	ВЫСОКИЙ	5 (отлично)
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные доказательства, демонстрирует авторскую позицию студента.</p> <p>В полной мере овладел компетенциями.</p>	B	95-91	ВЫСОКИЙ	5 (отлично)
<p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен</p>	C	90-86	СРЕДНИЙ	4 (хорошо)

литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя. В полной мере овладел компетенциями.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя. В полной мере овладел компетенциями.	D	85-81	СРЕДНИЙ	4 (хорошо)
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя. В полной мере овладел компетенциями.	E	80-76	СРЕДНИЙ	4 (хорошо)
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно. Достаточный уровень освоения компетенциями	F	75-71	НИЗКИЙ	3 (удовлетворительно)
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление	G	70-66	НИЗКИЙ	3 (удовлетворительно)

<p>требует поправок, коррекции. Достаточный уровень освоения компетенциями</p>				
<p>Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя приводят к коррекции ответа студента на поставленный вопрос. Обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Достаточный уровень освоения компетенциями</p>	Н	61-65	КРАЙНЕ НИЗКИЙ	3 (удовлетворительно)
<p>Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины или дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины. Компетенции не сформированы</p>	I	60-0	НЕ СФОРМИРОВАН	2

Пятигорский медико-фармацевтический институт – филиал государственного
бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального
образования «Волгоградский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра экономики и организации здравоохранения и фармации

Е.А. Сергеева

**Методические указания по выполнению
контрольной работы по дисциплине
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И
КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
для студентов 2 курса
направления 38.03.02 «Менеджмент»
(заочная форма)**

Пятигорск 2020

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
- 2. ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ**
- 3. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (ПО ВАРИАНТАМ)**
- 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**
- 5. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**
- 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная задача данных методических рекомендаций — оказать необходимую помощь, а также правильно направить усилия студента на качественное выполнение контрольной работы по дисциплине «Основы предпринимательства и коммерческой деятельности». Методические рекомендации предназначены для студентов заочной формы обучения направления 38.03.02 «Менеджмент» и составлены с учётом современных требований к контрольным работам.

Контрольная работа — это письменная работа, которая является обязательной составной частью учебного плана основной образовательной программы высшего образования. Контрольная работа – письменная работа, предполагающая проверку знаний заданного к изучению материала и навыков его практического применения.

Написание контрольной работы практикуется в учебном процессе в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т.п. С помощью контрольной работы студент постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу.

2. ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Завершённая контрольная работа, оформленная должным образом, подписывается студентом на титульном листе и сдаётся для проверки в методический кабинет факультета заочного обучения не позднее, чем за 2 недели до сдачи зачёта или экзамена.

Зачет по контрольной работе является обязательным условием допуска к экзамену или зачету.

Электронный вариант выполненной работы после получения зачета по контрольной работе, подлежит сдаче преподавателю, принимающему зачет по контрольной работе.

Организация учёта и выполнения контрольных работ возлагается на кафедру в соответствии с закреплением дисциплин.

3. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ (ПО ВАРИАНТАМ)

Контрольная работа состоит из теоретических вопросов и выполнения практического задания по созданию предпринимательской структуры. Вариант контрольной работы определяется по порядковому номеру студента в списке группы.

Теоретическая часть контрольной работы.

Вариант 1. Сущность и содержание предпринимательства и коммерческой деятельности

1. Сформулируйте понятие предпринимательской деятельности.
2. Происхождение предпринимательства..
3. Назовите основные виды предпринимательской деятельности.
4. Охарактеризуйте основные виды коммерческих операций.

Вариант 2. Психология и этика предпринимательства

1. Проанализируйте мотивы предпринимательства.
2. Что Вы понимаете под термином «Теневая экономика».
3. Охарактеризуйте понятие культура предпринимательства.
4. Что Вы понимаете под термином «финансовый риск».

Вариант 3. Экономические основы предпринимательской деятельности.

1 .Охарактеризуйте основные формы партнерских отношений на рынке.

2. Назовите основные составляющие предпринимательского риска.

3. Проанализируйте понятие «страхование риска».

4. Коммерческий риск и его оценка.

Вариант 4. Хозяйственные связи и их роль в организации коммерческой деятельности

1. Назовите основные объекты хозяйственных связей.

2. Дайте классификацию продукции по характеру использования.

3. Охарактеризуйте основные элементы конкурентоспособности товара.

4. Как оценить целесообразность предоставления услуг в сфере товарного обращения?

Вариант 5. Экономический механизм хозяйственных связей

1. Рассмотрите основные этапы организации хозяйственных связей.

2. Проанализируйте логику разработки и заключения основных хозяйственных договоров.

3. Оцените основные аспекты организации товародвижения от различных контрагентов.

4. Дайте общую характеристику посредническим услугам.

Вариант 6. Правовые основы предпринимательской деятельности

1. Перечислите основные элементы правового регулирования предпринимательской деятельности.

2. Охарактеризуйте понятие сделки, их виды и формы.

3. Проанализируйте общие положения об обязательствах в соответствии с ГК РФ.

4. Договор как способ совершения сделки.

Вариант 7. Предпринимательская тайна и ответственность

1. Охарактеризуйте виды предпринимательских тайн.
2. Проанализируйте состав и объем сведений, составляющих предпринимательскую тайну.
3. Объясните смысл термина «вред неоправданной секретности».
4. Перечислите формы и виды ответственности предпринимателей.

Вариант 8. Процедура и техника подготовки товарообменных операций.

1. Перечислите основные способы установления контактов с потенциальными покупателями.
2. Охарактеризуйте сущность и основные виды оферт.
3. Проанализируйте роль документов, необходимых при подготовке товарообменной операции.
4. Назовите основные способы заключения договоров купли-продажи.

Вариант 9. Содержание, виды и исполнение договоров купли продажи товарно-материальных ценностей

1. Проанализируйте основные элементы договора купли-продажи.
2. Объясните специфику торговых сделок при встречной торговле.
3. Дайте классификацию документов, подтверждающих исполнение торговой сделки.
4. Рассмотрите специфику оформления документов при отгрузке товаров.

Вариант 10. Организация торгово-посреднической деятельности на рынке товаров и услуг

1. Раскройте сущность и виды торгово-посреднических операций.
2. Проанализируйте содержание договора о предоставлении права на продажу, договора комиссии, договора консигнации.

3. Перечислите основные функции торгового посредничества.
4. Охарактеризуйте специфику проведения биржевых торгов, ярмарок и аукционов.

Вариант 11. Организационно-экономические основы купли-продажи технологий, лицензий и инженерно-технических услуг

1. Назовите отличительные черты купли продажи технологий.
2. Как приобрести лицензию?
3. Охарактеризуйте организацию союза монополистов на патентной базе.
4. Перечислите виды договоров, регулирующих торговлю лицензиями.

Вариант 12. Арендные (лизинговые) операции как форма коммерческой деятельности

1. Охарактеризуйте сущность аренды и арендных отношений.
2. Перечислите виды аренды и лизинга.
3. Назовите основные формы арендных (лизинговых) операций.
4. Проанализируйте договор аренды. Его содержание и роль.

Вариант 13. Научно-производственная кооперация и ее роль в регулировании торгово-экономических отношений

1. Охарактеризуйте сущность и виды научно-производственной кооперации.
2. Перечислите правовые формы научно-производственной кооперации.
3. Назовите организационные формы научно-производственной кооперации.
4. Проанализируйте способы торговли научно-производственной информацией.

Вариант 14. Особенности организации международной коммерческой деятельности

1. Охарактеризуйте субъекты и объекты международных коммерческих операций.

2. Перечислите виды типовых контрактов в международной торговле.

3. Назовите основные виды торгово-посреднических фирм, работающих на внешних рынках.

4. Проанализируйте назначение торговых палат в международной коммерческой деятельности.

Практическая часть контрольной работы (задание для всех вариантов контрольной работы)

Задание 1

Поиск и отбор бизнес-идеи. Подобрать бизнес-идеи, а затем выбрать из них лучшие, заполнив таблицу 1.1 .

Таблица 1.1

Задание № 1. Поиск и отбор бизнес-идеи

Поиск	Выбор бизнес-идей				Сумма баллов (п.2+3+5, макс. 9 баллов)
	Необходимое финансирование	Личный интерес к бизнес-идее	Максимальный спрос на товар (услугу) бизнес-идеи		
Бизнес-идеи	3 – у вас уже достаточно денег для бизнеса 2 – не достаточно, но можно накопить (привлечь) 1 – не достаточно, не возможно накопить (привлечь)	3 – очень нравится (дело всей жизни) 2 – нравится 1 – не нравится	Количество интернет-запросов за месяц на Яндекс ² - или Гугл ³	3 – максимальный 2 – средний 1 – минимальный	
1	2	3	4	5	6
Основные способы поиска					
1. Составьте список из 3 бизнес-идей, основанных на ваших УВЛЕЧЕНИЯХ (ХОББИ) ⁴					
1.1					
1.2					
1.3					
2. Составьте список из 3 товаров/услуг (бизнес-идей), которые Вы недавно выгодно КУПИЛИ ИЛИ СОЗДАЛИ					
2.1					
2.2					
2.3					
3. Составьте список из 2 бизнес-идей, основанных на товарах/услугах с сайтов объявлений Авито (https://www.avito.ru/) и Юла (https://youla.io/) и др.					
3.1					
3.2					
4. Составьте список из 2 бизнес-идей, основанных на соц.сетях (вконтакте, инстаграм и др.)					
4.1					
4.2					
5. Напишите 2 бизнес-идей, реализация которых поможет решить существующие ПРОБЛЕМЫ, часто возникают у вас или ваших знакомых, в т. ч. на текущей, прошлой РАБОТЕ ПО НАЙМУ и/или УЧЕБЕ ⁵					
5.1					
5.2					
6. Составьте список из бизнес-идей, основанных на товарах, услугах не требующих вложения денег (например, ДРОПШИПИНГ ⁶) – что это? – смотри короткое видео по ссылке.					
6.1					
6.2					
Дополнительные способы поиска					
7. Составьте идею бизнеса, не требующего уплаты налогов (налоговые каникулы для ИП) ⁷					
7.1					

² Ссылка для просмотра количества интернет-запросов в поисковой системе Яндекс (нужна регистрация). URL: <http://wordstat.yandex.ru/>

³ Ссылка для просмотра количества интернет-запросов в поисковой системе Google (нужна регистрация). URL: https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home?__u=1950084653&__c=9978996823&authuser=0#start

⁴ Чтобы было понятно как формулировать бизнес-идей, основанные на ваших увлечениях (хобби), посмотрите видео «Как выбрать бизнес-идею за 30 минут». URL: http://www.youtube.com/watch?v=Xa44V3n2Z_4

⁵ Чтобы было понятно как формулировать бизнес-идей, основанные на существующих ПРОБЛЕМАХ, часто возникают у вас или ваших знакомых, в т. ч. на текущей, прошлой РАБОТЕ ПО НАЙМУ и/или УЧЕБЕ, посмотрите видео «Курс «Поиск и выбор бизнес-идеи». Лекция 1.1». URL: <http://www.youtube.com/watch?v=OxaUXqJPK6s>

⁶ Чтобы узнать что такое дропшипинг и почему он не требует вложения денег, смотри короткое видео «Что такое дропшипинг? (плюс список поставщиков!)». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hss0L8cOV4U>

⁷ Список видов деятельности, по которым не нужно платить налог с бизнеса 2 года (продлятся шесть лет: с 01.01.2015 по 31.12.2020), если Вы – впервые зарегистрировались как ИП и сразу применяете упрощенный или патентный режим налогообложения после издания в вашем регионе соответствующего закона (см. https://www.26-2.ru/files/e001/01-2017/Svedeniya_o_prinyatykh_subektami_RF_zak.aktakh_o_nalogovykh_kanikulakh_na_01.07.2017.docx)

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5	6
8. Составьте список из 1 бизнес-идеи, основанной на ЗАИМСТВОВАНИИ С ЗАРУБЕЖНЫХ, СТОЛИЧНЫХ РЫНКОВ					
8.1					
9. Составьте список из 1 бизнес-идеи, основанной на Франчайзинге					
9.1					
10. Составьте список из бизнес-идей, основанных на ИЗОБРЕТЕНИЯХ, открытиях, новинках и т.д.					
10.1					

Пояснения по выполнению задания № 1. Поиск и отбор бизнес-идеи:

- 1) чтобы придумать и/или найти бизнес-идею заполните в таблице 1.1 столбик № 1 – «Бизнес-идеи» (начиная с 1.1 до 1.3);
- 2) чтобы из всех сформулированных бизнес-идей выбрать лучшие оцените их по 3 критериям, поочередно заполнив столбики со 2-го по 6-й;
- 3) отберите 2 бизнес-идеи с максимальным количеством баллов и отметьте их (цветом).

Задание № 2 Оценка и выбор бизнес-идей.

Сравните 2 отобранные бизнес-идеи между собой, заполнив табл. 1.2

Таблица 1.2

Задание № 1.2 Оценка и выбор бизнес-идей

Критерии для сравнения	1 бизнес-идея		2 бизнес-идея	
	[впишите название]		[впишите название]	
	значение	балл	значение	балл
1	2	3	4	5
1. Формальные критерии				
1.1. Объем рынка (количество потенциальных покупателей http://wordstat.yandex.ru/)				
1.2. Маржинальность (или примерная наценка, или прибыльность), в %				
1.3. Конкурентность (кол-во конкурентов на территории)				
1.4. Уникальность (через сколько месяцев у вас могут появиться конкуренты)				
1.5. Сложность выходы на рынок (сколько времени, в неделях)				
1.6. Возможность повторных продаж тому же клиенту (кол-во повторных продаж в год)				
1.7. Сумма, денег необходимая для открытия				
1.8. Скорость оборота денег по 1 сделке (дней)				
1.9. Охват ваших клиентов				
1.10. Наличие у Вас товара/услуги, который(ю) Вы будите продавать или его образца (прототипа)				
1.12 Перспективность рынка (увеличивается/сокращается)				
ИТОГО формальные				
2. Неформальные критерии				
2.1. Нравится ли вам идея	-		-	
2.2. Мнение экспертов о бизнес-идее	-		-	
2.3. Наличие команды, которая будет реализовывать бизнес-идею				

Окончание таблицы 1.2

1	2	3	4	5
2.4. Решается значимая проблема				
2.5. Знаете отрасль и товар/услугу (умеете, есть навыки)				
2.6. Готовы изучать отрасль и товар/услугу	-		-	
2.7. Готовы ли вы (психологически) уже начать лично продавать товар/услугу?	-		-	
ИТОГО неформальные				
ИТОГО (СУММА)				

Пояснения по выполнению задания № 1.2 Оценка и выбор бизнес-идей:

1) впишите в таблицу 1.2 названия бизнес-идей, которые были оценены Вами как лучшие по итогам выполнения предыдущего задания № 1.1 Поиск и выбор бизнес-идеи;

2) по каждому критерию оценки сначала выставите показатель для ячейки «значение» сначала по 1-й, а потом и 2-й идее, сравнивая эти значения между собой каждой идее выставите в ячейку «балл»: 0 – за худшее значение из 2-х бизнес идей, 1 – за среднее значение, 2 балла – за лучшее значение из 2-х бизнес идей;

3) подсчитайте сумму баллов по каждой идее по формальным и неформальным критериям и общее значение. Идею, набравшую большее количество баллов можно считать приоритетнее и развивать далее, выполняя последующие задания. Результатом этапа №1 должно стать осознанный выбор конкретной бизнес-идеи и готовность ее дальше оценивать и готовить к реализации.

Задание 2

Составление бизнес-модели. Бизнес-модель – это схематическое описание бизнеса (будущего или действующего) с целью запланировать или оценить его ключевые факторы успеха. Составить бизнес-модель можно заполнив таблицу 2 .

Пояснения по выполнению задания № 2 составление бизнес-модели:

1) заполните таблицу 2, описав ключевые составляющие ранее выбранной бизнес-идеи;

2) в строке «Конкуренты» указывается количество и название прямых конкурентов (при их наличии) или количество косвенных конкурентов. Конкуренты, которые продают аналогичные товары и услуги по сходным ценам одним и тем же категориям потребителей. Например, для продукта Соса-Сола нужно рассматривать в качестве прямых конкурентов только другие напитки «кола». Если не знаете (для крупных городов), то количество можно определить с помощью сервиса «Дубль гис» – <http://2gis.ru/>, Яндекс карты – maps.yandex.ru, Гугл карты – <https://www.google.ru/maps>.

Косвенными конкурентами будут компании, чья продукция способствует удовлетворению тех же потребностей. Для Coca-Cola, например, всех тех товаров, которые позволяют потребителю удовлетворить жажду;

3) в строке «Потоки выручки» указывается одна или несколько моделей монетизации, т.е. способ, которым зарабатывает данная бизнес-идея. Выделяют следующие основные модели монетизации: – продажа своего (производство)/перепродажа – традиционная реализация реальных или виртуальных товаров/услуг, в том числе с помощью современных технологий; – рекламная модель (проект с различной степенью наглости показывает рекламу своим пользователям).

Основные примеры проектов:

1) мейл-сервисы и агрегаторы порталов основных тем интересов пользователей (Yahoo, Mail.ru и др.); 2) лидогенераторы, сайты и приложения – агрегаторы информации (Banki.ru, Sravni.ru, Kupongid.ru, и др.); – модель подписки (проекта обладает очень ценной информацией, которую можно продавать заинтересованным лицам или компаниям.

Основные примеры проектов: 1) Сайты о работе (Monster.com, Headhunter, Superjob и др.); 2) Узкие нишевые проекты с умной аналитической информацией (из известных мировых вспоминается только Bloomberg); 3) Онлайн кинотеатры и музыкальные центры (Netflix, Spotify, ivi.ru, Zvook и др.);

– модель freemium (у проекта (сайта, мобильного приложения, онлайн или мобильной игры и т.д.) есть много уникальных пользователей или зачек приложения. Базисный функционал бесплатно, а дополнительные инструменты за деньги. Основные примеры проектов: 1) Поисковые системы (Google, Yandex и др.); 2) Социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники и др.); 3) Сайты знакомств (Mamba, TopFace и др.); 4) Мессенджеры/сервисы IP телефонии (Skype и др.); 5) Игры мобильные и платформенные (Angry Birds, Farmville и др.); 6) Доски объявлений (Avito, Slando, Dmir и др.);

– транзакционная модель (вы переводите через свой сервис деньги, от одной заинтересованной стороны к другой за комиссию – выполняете услуги пользователей. Основные примеры проектов: 1) Платежные сервисы и системы (Webmoney, Яндекс Деньги, Qiwi, Robokassa, Chronopay и др.); 2) Агрегатор/Биржа продавцов и покупателей (туризм: AnyWayAnyDay, OneTwoTrip, техника: Wikimart, Yandex Market, купоны: Groupon, Biglion)) и др. Результатом этапа №2 должно стать осознанный подбор для бизнес-идеи конкретной бизнес-модели с целью уточнения ключевых параметров бизнеса.

Задание № 2 Составление бизнес-модели

Название бизнес-идеи:				
ПРОБЛЕМЫ потребителей. 3 главные проблемы клиента, из-за которых он будет покупать: 1. _____ 2. _____ 3. _____	РЕШЕНИЕ Что делать, чтобы решить проблемы клиента: 1. _____ 2. _____ 3. _____	Уникальная ценность предложения: _____	Конкурентные преимущества: _____	Группы целевых клиентов (пользователей): 1. _____ 2. _____ 3. _____
	КЛЮЧЕВЫЕ РЕСУРСЫ: Что нужно будет купить для начала деятельности: - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____			
Конкуренты: Прямые: количество - __, (названия основных: _____) Косвенные: количество - __				
Структура расходов. Основные направления: - _____ - _____ - _____ - _____ - _____ - _____		Потоки выручки. Модель(и) монетизации: - _____ - _____ - _____ - _____		

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

За все сведения, изложенные в контрольной работе, и за правильность всех данных ответственность несет студент - автор работы.

Структура контрольной работы содержит следующие обязательные элементы:

- титульный лист;
- план работы;
- основная часть;
- библиографический список;
- приложение(я) (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей контрольной работы и оформляется по установленной форме (Приложение 1). Титульный лист не нумеруется.

В плане работы перечисляют основную часть контрольной работы, библиографический список и приложения (если имеются).

Содержание **основной части** работы должно соответствовать и раскрывать название вопросов контрольной работы. Изложение теоретического материала должно иметь самостоятельный характер, сопровождаться ссылками на использованные источники информации.

Библиографический список включает изученные и использованные в контрольной работе источники. Библиографический список свидетельствует о степени изученности проблемы и сформированности у студента навыков самостоятельной работы.

В приложения включаются связанные с выполненной контрольной работой материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть внесены в основную часть: справочные материалы, таблицы, схемы, нормативные документы, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы и т.д.

4. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

К оформлению текста контрольной работы предъявляются определенные требования, предусмотренные государственными стандартами: ЕСКД ГОСТ 7.12-93; ГОСТ 2.105-95; ГОСТ 1.5-2002; ГОСТ 7.1-2003; ГОСТ Р 7.0.5–2008. Руководитель имеет право не принять от студента работу, если она оформлена не в соответствии с требованиями ГОСТа.

Контрольная работа должна быть выполнена в печатном варианте в виде текста, подготовленного на персональном компьютере с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений. Основной цвет шрифта - черный.

Параметры страницы

Размер бумаги – А4 (297х210 мм).

Ориентация страницы – книжная.

Левое поле – 3 см.

Верхнее поле – 2 см.

Правое поле – 1,5 см.

Нижнее поле – 2 см.

Формат шрифта

Шрифт – Times New Roman.

Размер шрифта – 14 пт.

Масштаб шрифта – 100%.

Интервал – обычный.

Формат абзаца

Выравнивание – по ширине.

Отступ слева – 0 см.

Отступ справа – 0 см.

Отступ первой строки – 1,25 см (пять знаков).

Межстрочный интервал – 1,5.

Интервал перед и после каждого абзаца – 0 пт.

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту (нумерация страниц - автоматическая). Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. В общую нумерацию включают титульный лист, план работы, но номер страницы на них не проставляют. Таким образом, работа начинается с 3-й страницы. Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

Цифровой (графический) материал (далее - материалы), как правило, оформляется в виде таблиц, графиков, диаграмм, иллюстраций и имеет по тексту отдельную сквозную нумерацию для каждого вида материала, выполненную арабскими цифрами.

Правила оформления таблиц

Таблицы применяют для большей наглядности результатов расчета, анализа и удобства сравнения различных показателей. Таблица представляет собой способ подачи информации в виде перечня сведений, числовых данных, приведенных в определенную систему и разнесенных по графам (колонкам).

Таблицы должны иметь названия и порядковую нумерацию. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название следует помещать над таблицей. Таблицы основной части текста нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией. (*Пример:* Таблица 1 - Характеристика основных видов выпускаемой продукции). Слова в названии

таблицы, в заголовках граф переносить и сокращать нельзя. Таблица не нумеруется, если в тексте она одна. В конце заголовка точку не ставят, заголовок не подчеркивают.

При переносе таблицы на следующую страницу пронумеровывают ее графы и повторяют их нумерацию на следующей странице; заголовок таблицы не воспроизводят, но над ней помещают выделенные курсивом слова «Окончание таблицы 1» или «Продолжение таблицы 1». В таблицах допускается применение 12 размера шрифта.

В каждой таблице следует указывать единицы измерения показателей и период времени, к которому относятся данные. Если единица измерения в таблице является общей для всех числовых табличных данных, то её приводят в заголовке таблицы после её названия.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать список использованной литературы. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включаются в работу со ссылкой на источник. Ниже таблицы указывается источник, из которого приведены данные. Если таблица является самостоятельной разработкой, то указывается, по каким источникам она составлена. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице, а при необходимости, в приложении к документу.

Таблица 1 - Анализ структуры источников формирования активов организации ОАО «Панацея», 2013г. (тыс. руб.)

Показатель	На начало года		На конец года		Отклонение, пункты (гр.4- гр.2)
	тыс. руб.	в % к валюте Баланса	тыс. руб.	в % к валюте Баланса	
А	1	2	3	4	5
Капитал и резервы – всего в том числе:	10536	100	13608	100	-
уставный капитал (за минусом собственных акций, выкупленных у акционеров)	9	0,09	9	0,07	-0,02

Переоценка внеоборотных активов	4179	39,7	4143	30,4	-9,3
Добавочный капитал (без переоценки)	18	0,2	18	0,1	-0,1
Резервный капитал	2	0,02	2	0,01	-0,01
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	6328	60,0	9436	69,3	+9,3
Долгосрочные обязательства – всего	49	100	43	100	-
в том числе:					
отложенные налоговые обязательства	49	100	43	100	-
Краткосрочные обязательства – всего	4433	100	3762	100	-
в том числе:					
кредиторская задолженность	2939	66,3	2394	63,6	-2,7
оценочные обязательства	1484	33,5	1368	36,4	+2,9
Итого пассивов (источников формирования имущества)	15018	100	17413	100	-
Из них:					
собственный капитал	10536	70,2	13608	78,1	+7,9
заемный капитал	4482	29,8	3805	21,9	-7,9

Правила оформления графического материала

К графическому материалу относят диаграммы, графики, схемы, рисунки, фотографии. Использование продуманных и тщательно подобранных иллюстраций там, где они возможны и нелишни, способно украсить любую студенческую письменную работу. Следует соблюдать соответствие графического материала тексту работы. Разрешается выполнять иллюстрации в любых цветах на цветном принтере, обеспечивающем высокое качество печати.

Количество иллюстраций должно быть достаточным для пояснения излагаемого текста. Иллюстрации могут быть расположены как по тексту документа (возможно ближе к соответствующим частям текста), так и в конце его. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1».

Допускается нумерация графического материала в пределах раздела. В этом случае номер рисунка состоит из номера раздела и порядкового номера рисунка, которые разделяют точкой.

Рисунок 1.1, Рисунок 1.2 и т. д.

Графический материал каждого приложения нумеруют арабскими цифрами отдельной нумерацией, добавляя перед каждым номером обозначение данного приложения и разделяя их точкой.

Рисунок В.3

Слово «Рисунок» и его номер приводят под графическим материалом. Далее может быть приведено его тематическое наименование, отделенное тире.

Рисунок 1 - Детали прибора

При необходимости под графическим материалом помещают также поясняющие данные. В этом случае слово «Рисунок» и наименование графического материала помещают после поясняющих данных.

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела.

С помощью диаграмм графически изображается зависимость между двумя величинами. Диаграммы используются для того, чтобы сделать такую зависимость более наглядной визуально и доступной для восприятия. По форме построения различают плоскостные, линейные (Рисунок 1) и объемные диаграммы. Чаще всего в контрольных работах используются линейные диаграммы и плоскостные, из последних – столбиковые (ленточные) (Рисунок 2) и секторные (Рисунок 3).

Примеры оформления диаграмм:

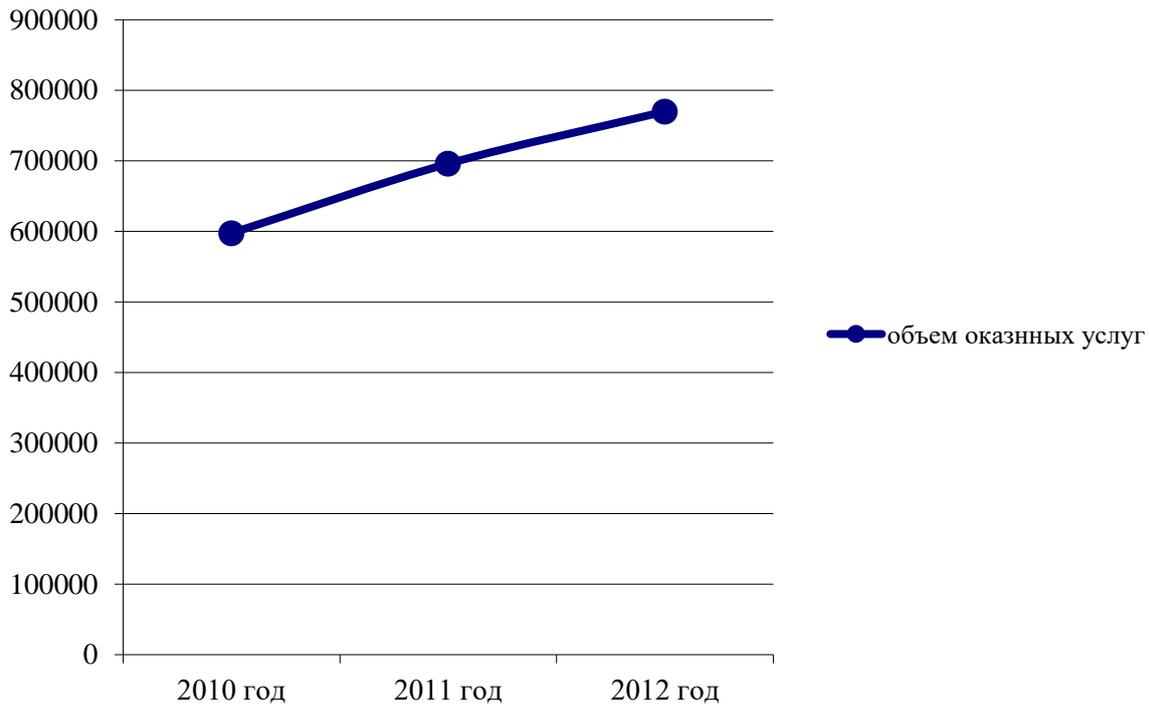


Рисунок 1 – Динамика оказанных услуг за 2010-2012 гг.

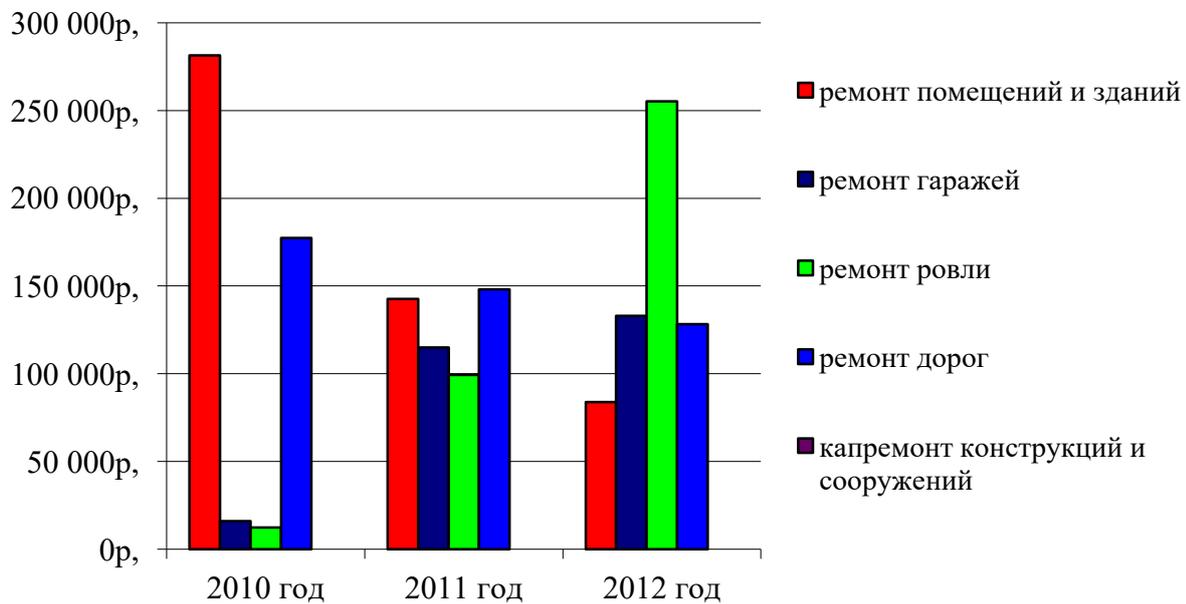


Рисунок 2 – Динамика выполненных работ за 2010-2012 гг.

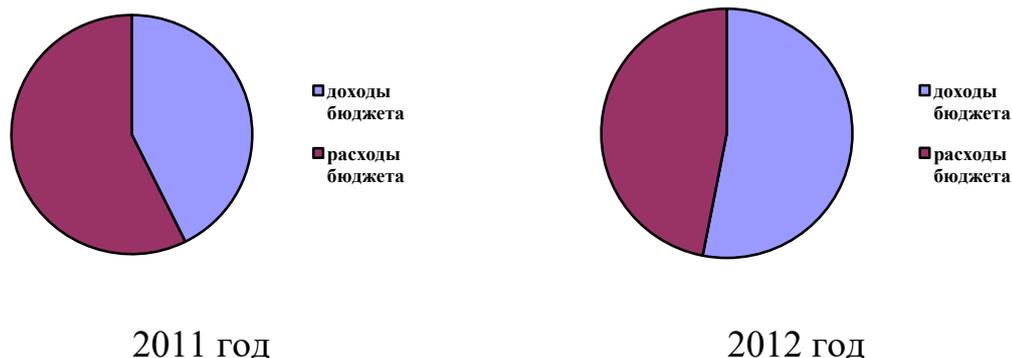


Рисунок 3 – Динамика изменения доходов и расходов бюджета за 2011-2012 гг.

Правила написания буквенных аббревиатур

В контрольной работе используются только общепринятые сокращения и аббревиатуры. В тексте работы могут быть использованы также вводимые автором буквенные аббревиатуры, сокращённо обозначающие какие-либо понятия из соответствующих областей знания. При этом первое упоминание таких аббревиатур указывается в круглых скобках после полного наименования, в дальнейшем они употребляются в тексте без расшифровки.

Правила оформления приложений

В приложениях помещается материал, дополняющий контрольную работу и носящий вспомогательный характер. Приложениями могут быть, например, графический материал, таблицы большого формата, расчеты, описания алгоритмов и т.д. Приложение оформляют как продолжение данного документа на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа. В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с первой прописной буквы отдельной строкой и выделяют полужирным шрифтом.

Приложения оформляются на отдельных листах, причем каждое из них должно иметь свой тематический заголовок и в правом верхнем углу страницы

надпись «Приложение» с указанием его порядкового номера арабскими цифрами (например: Приложение 1, Приложение 2 и т.д.) Если в работе есть приложения, то на них дают ссылку в основном тексте работы.

Приложения, как правило, выполняют на листах формата А4. Допускается оформлять приложения на листах формата А3, А4×3, А4×4, А2 и А1 по ГОСТ 2.301.

Правила оформления библиографического списка

Библиографический список должен быть выполнен в соответствии с ГОСТ 7.82.2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» и правилами библиографического описания документов ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание».

Рекомендуется представлять единый список литературы к работе в целом. Список обязательно должен быть пронумерован. Каждый источник упоминается в списке один раз, вне зависимости от того, как часто на него делается ссылка в тексте работы.

Наиболее удобным является алфавитное расположение материала, так как в этом случае произведения собираются в авторских комплексах. Произведения одного автора расставляются в списке по алфавиту заглавий или по мере издания.

Примеры библиографического описания документов (ГОСТ 7.1-2003)

1. Нормативно-правовые документы:

1. Конституция (Основной закон) Российской Федерации [Текст]: офиц. текст. – М.: Маркетинг, 2001. – 39 с.
2. Российская Федерация. Законы. О воинской обязанности и военной службе [Текст]: федер. закон: [принят Гос. Думой 6 марта 1998 г.: одобр. Советом Федерации 12 марта 1998 г.]. – [4-е изд.]. – М.: Ось-89, 2001. – 46 с.

3. Гражданский процессуальный кодекс РСФСР [Текст]: [принят третьей сес. Верхов. Совета РСФСР шестого созыва 11 июня 1964 г.]: офиц. текст: по состоянию на 15 нояб. 2001 г. / М-во юстиции Рос. Федерации. – М.: Маркетинг, 2001. – 159 с.

2. Учебники и учебные пособия:

Книга с одним автором

Балабанов, И.Т. Валютные операции [Текст] / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 1993. – 144 с.

Книга с двумя авторами

Азикова, С.Г. Структурообразующие факторы устойчивого развития региональной экономики [Текст] / С.Г. Азикова, О.Л. Таран. – Нальчик: Полиграфсервис и Т, 2004. – 180 с.

Книга с тремя авторами

Бутов, В.И. Основы региональной экономики [Текст] / В.И. Бутов, В.Г. Игнатов, Н.П. Кетова. – Ростов-н/Д: Март, 2000. – 448 с.

Книга с пятью авторами и более

История России [Текст]: учеб. пособие для студентов всех специальностей / В. Н. Быков [и др.]; отв. ред В. Н. Сухов; М-во образования Рос. Федерации, С.-Петербург. гос. лесотехн. акад. – 2-е изд., перераб. и доп. / при участии Т. А. Суховой. – СПб. : СПбЛТА, 2001. – 231 с.

Сборник

Малый бизнес: перспективы развития [Текст]: сб. ст. / под ред. В.С. Ажаева. – М. : ИНИОН, 1991. – 147 с.

Диссертации

Таран, О.Л. Теория и методология оценки асимметрии и пространственной поляризации развития региональных социально-экономических систем [Текст]: дис. ... д-ра. экон. наук: 08.00.05: защищена 04.03.09: утв. 26.06.09 / Таран Олег Леонидович. – Ставрополь, 2009. – 370 с.

Автореферат диссертации

Еременко, В.И. Юридическая работа в условиях рыночной экономики [Текст]: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: защищена 12.02.2000: утв. 24.06.2000 / В.И. Еременко. – Барнаул: Изд-во ААЭП, 2000. – 20 с.

Из сборника

Андреев, А.А. Определяющие элементы организации научно-исследовательской работы [Текст] / А.А. Андреев, М.Л. Закиров, Г.Н. Кузьмин // Тез. докл. межвуз. конф. Барнаул, 14–16 апр. 1997 г. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1997. – С. 21–32.

Из словаря

Художник к кино [Текст] // Энциклопедический словарь нового зрителя. – М. : [Искусство], 1999. – С. 377–381.

3. Периодические издания

Из журнала

Гудков, В.А. Исследование молекулярной и надмолекулярной структуры ряда жидкокристаллических полимеров [Текст] / В.А. Гудков // Журн. структур. химии. – 1991. – Т. 32. – №4. – С. 86–91.

Из газеты

Горн, Р. Скауты вышли из подполья [Текст] / Р. Горн // Учит. газ. – 1991. – №38. – С. 9.

4. Электронные ресурсы

Электронный ресурс локального доступа (CD)

Описание электронного ресурса в области «Автор» и «Сведения об ответственности» осуществляется по правилам описания книжного издания. Обозначение материала приводят сразу после заглавия в квадратных скобках: [Электронный ресурс]. Пример:

Даль, Владимир Иванович. Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля [Электронный ресурс]: подгот. по 2-му печ. изд. 1880-1882 гг. – Электрон. дан. – М. : АСТ, 1998. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM) – (Электронная книга).

Электронное учебное пособие из локальной сети

Заикин Д. А., Овчинкин В. А., Прут Э. В. Сборник задач по общему курсу физики [Электронный ресурс] / Том. политехн. ун-т. Томск, 2005. Загл. с тит. экрана. Электрон. версия печ. публикации. Доступ из корпоративной сети ТПУ. - Систем. требования: Adobe Reader. URL: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2005/mk4.pdf> (дата обращения: 01.04.2011).

Сайт

Национальный исследовательский Томский политехнический университет [Электронный ресурс]: офиц. сайт. Томск, 2002. URL: <http://www.tpu.ru> (дата обращения: 17.03.2011).

Правила оформления ссылок на использованные литературные источники

Цитаты (выдержки) из источников и литературы используются в тех случаях, когда свою мысль хотят подтвердить точной выдержкой по определенному вопросу. Цитаты воспроизводятся в тексте контрольной работы с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитируемая информация заключаются в кавычки, и указывается номер страницы источника, из которого приводится цитата.

Если в цитату берется часть текста, т.е. не с начала фразы или с пропусками внутри цитируемой части, то место пропуска обозначается отточиями (три точки). В тексте необходимо указать источник приводимых цитат. Как правило, ссылки на источник делаются под чертой, внизу страницы (сноска), нумерация ссылок является сквозной.

Например: ¹Искренко Э.В. Внешнеэкономические отношения как фактор развития аграрно-промышленного комплекса ЮФО / Э.В. Искренко // Научная мысль Кавказа. Приложения. – 2006. - №1. – С.28.

Если мысль из какого-нибудь источника излагается своими словами, то сноска должна иметь вид: «См.:» («смотри»), а затем выходные данные произведения или документа. Если на странице работы повторно дается ссылка

на один и тот же источник, то сноска должна иметь вид: «Там же. С. ...». Возле цитаты в строке ставится цифра или звездочка, по которой под чертой определяется принадлежность цитаты. Цитаты можно приводить только по источнику, ссылка на который обязательна.

Такой порядок оформления ссылок на литературные источники позволяет избежать повторения названий источников при многократном их использовании в тексте.

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Аттестация по контрольной работе производится в виде её защиты. Защита контрольной работы имеет целью проверить качество самостоятельной работы студента над темой и его способности к творческой деятельности. Защита контрольной работы состоит из доклада студента в течении 5-6 минут, и ответов на поставленные преподавателем вопросы. В процессе беседы со студентом выясняется его теоретическая подготовка по данной теме (вопросу), знание основной литературы, умение автора излагать и обосновывать результаты своего исследования. Решение об оценке контрольной работы принимается по результатам анализа предъявленной контрольной работы, доклада студента и его ответов на вопросы.

Студент, успешно защитивший контрольную работу, допускается к сдаче зачёта и (или) экзамена. Преподавателю предоставляется право принятия зачёта в виде контрольной работы на практическом занятии. К защите не допускаются работы полностью или в значительной части, выполненные не самостоятельно, т.е. путем механического переписывания первоисточников, учебников, другой литературы, работы, в которых выявлены существенные ошибки и недостатки, свидетельствующие о том, что основные вопросы темы не усвоены, а также

контрольные работы с низким уровнем грамотности и несоблюдением правил оформления

Контрольная работа оценивается преподавателем отметками «зачтено» или «не зачтено». Критерии оценки знаний обучающихся:

Оценка «зачет» выставляется, если обучающийся знает программный материал, правильно, по существу и последовательно излагает содержание вопросов контрольной работы, в целом правильно выполнил практическое задание, владеет основными умениями и навыками, при ответе не допустил существенных ошибок и неточностей.

Оценка «не зачтено» выставляется, если обучающийся не знает основных положений программного материала, при раскрытии вопроса контрольной работы допускает существенные ошибки, не выполнил практические задания, не смог ответить на большинство дополнительных вопросов или отказался отвечать.