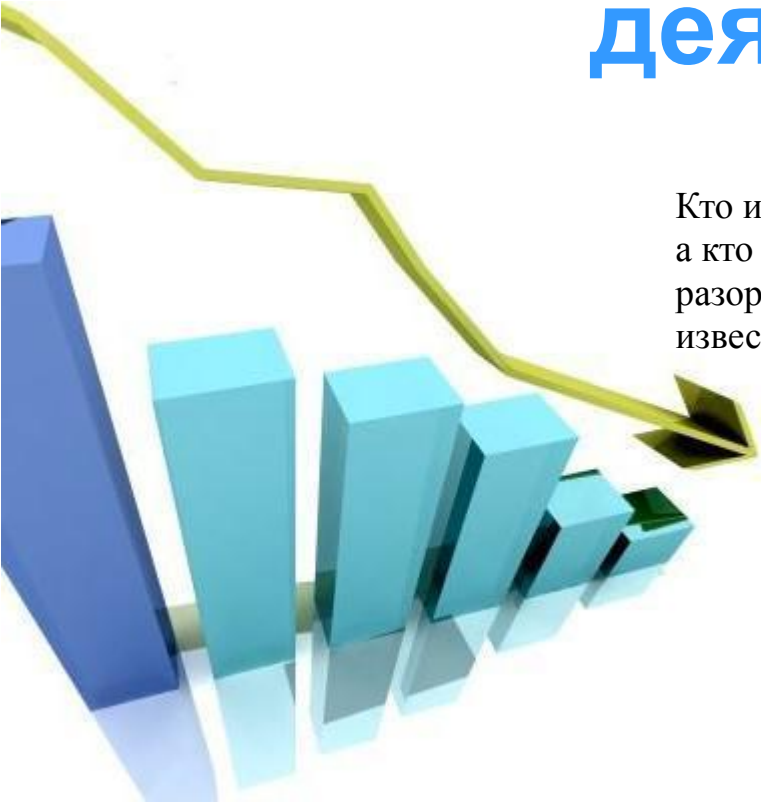


Организация предпринимательской деятельности

Кто ищет одних лишь верных прибылей, навряд ли станет очень богат; а кто вкладывает все имущество в рискованные предприятия, а зачастую разоряется и впадает в нищету; поэтому надлежит сочетать риск с известным обеспечением на случай убытка.

*Фрэнсис Бэкон (1561–1626),
английский философ*



Тема 1. Основные характеристики предпринимательства

Вопросы:

1. Сущность, объект и субъекты предпринимательской деятельности.
2. Основные функции предпринимательств.
3. Характеристика видов предпринимательской деятельности



Литература

- Конституция РФ (принятия всенародным голосованием 12.12.1993 г.) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФЗ, №7-ФЗ, от 05.02.2014 №2ФКЗ, от 21.07.204 №11-ФКЗ)
- Гражданский кодекс РФ – часть вторая от 26.01.1996 г. №14-ФЗ Принята ГД 22.12.1995 г.
- Беспалов, М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014
- Буклей, Т.В. и др. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2017 // <http://www.iprbookshop.ru/60462.html>.— ЭБС «IPRbooks»
- Чеберко, Е. Ф. и др. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для академ. бакалав-риата. - Юрайт, 2018.

1. Сущность, объект и субъекты предпринимательской деятельности

- Развитие отечественного предпринимательства:
 - 1 этап – дореформенный период до 1861 года – государство, оставаясь абсолютистским, опекает предпринимательскую деятельность путем административного надзора и всевозможной регламентации.
 - 2 этап 1861 г -1917 гг. наибольшие возможности развития.
 - 3 этап с 1917 до начала 1920- х гг. широкое вытеснение предпринимательства из экономической жизни.
 - 4 этап 1926 г. – годы НЭПа - предпринимательскими функциями стало заниматься государство
 - 5 этап 1930-1980 гг. период безраздельного господства административно-командной системы.
 - 6 этап 1988 – 1990-е гг. возрождению некогда забытых форм хозяйствования – подряд, аренда, кооперация. Заложены основные принципы рыночных отношений.

Предпринимательство, предпринимательская деятельность -

определённый вид деятельности, который осуществляется частными лицами (гражданами-предпринимателями) или организациями по извлечению природных благ, производству, приобретению товаров и оказанию услуг в обмен на другие товары или деньги, что приводит к взаимной выгоде лиц или организаций



ВАЖНО

*В нашей стране термины «предпринимательство» и «бизнес» употребляются как синонимы;

НО!!! предпринимательство отличается от бизнеса только одним существенным свойством – новаторством, приводящим к нарушению рыночного равновесия.



Характерные черты и особенности предпринимательства



1

- Это самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений
- Это инициативная деятельность, направленная на реализацию своих способностей и удовлетворение потребностей других лиц и общества

2

- Это рискованная деятельность
- Это деятельность которая должна осуществляться на постоянной основе (в качестве основного занятия лица)

3

- Это деятельность законная, лицо (физическое или юридическое) должно быть зарегистрировано в качестве предпринимателя
- В законодательстве сформулированы пути получения прибыли: пользование имуществом; продажа товаров; выполнение работ; оказание услуг

Субъект

предпринимательства

активная сторона любой сделки, носитель прав и обязанностей, возникающих в ходе подготовки и реализации сделки. Субъект предпринимательства руководствуясь деловыми интересами, могут заниматься любыми типами и видами деловой деятельности, не запрещенной законом.



Субъекты предпринимательства по функциональной специализации подразделяются:



ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ

- осуществляют инициативную деятельность на свой риск и под свою индивидуальную экономическую и юридическую ответственность (Коллективы предпринимателей, предпринимательские ассоциации)



РАБОТНИКИ

- осуществляют свою деятельность по найму, профсоюзы



ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ


- являются субъектами предпринимательства в тех случаях, когда они выступают непосредственно участниками сделки, государственные служащие



ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ И КОЛЛЕКТИВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ



ФОРМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



ИНДИВИДУАЛЬНАЯ,
т.е. индивидуальные
предприниматели

**СОЗДАНИЕ
ЮРИДИЧЕСКОГО
ЛИЦА,** т.е.
привлечение других
лиц



Юридическое лицо

Организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении и оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности и быть истцом или ответчиком в суде.



Признаки юридического лица



1

- Имеет обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам


2

- Может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности

3

- Может быть истцом и ответчиком в суде

ВАЖНО



Юридическое лицо должно быть зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц (ЕГРЮЛ) в одной из организационно-правовых форм (ОПФ) предусмотренных Гражданским кодексом РФ. Правоспособность юридического лица возникает с момента внесения в ЕГРЮЛ сведений о его создании и прекращается в момент внесения в указанный реестр сведений о его прекращении.

ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА (С 1.09.2014

Г.)

ГРУППЫ
ЮРИДИЧЕСКИХ
ЛИЦ
(ст. 50 ГК РФ)

Коммерческие
организации

Некоммерческие
организации

ВИДЫ
ЮРИДИЧЕСКИХ
ЛИЦ
(ст.65.1 ГК РФ)

Корпоративные
юридические
лица

Унитарные
юридические
лица



ГРУППЫ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

КОММЕРЧЕСКИМИ признаются организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности

НЕКОММЕРЧЕСКИМИ признаются организации, не ставящие целью своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющие полученную прибыль между участниками



ОБЪЕКТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

-товар (физические объекты, услуги, коммерческая информация).

Товары различаются:

- 1) по времени использования: товары длительного пользования и краткосрочного пользования;
- 2) по характеру потребления: товары повседневного спроса, предварительного выбора, особого спроса и товары пассивного спроса;
- 3) промышленные товары: материалы, детали, капитальное имущество, вспомогательное оборудование.

Товары отличаются:

- атрибутика (марка, марочное название, марочный знак, товарный знак, авторское право);
- жизненный цикл товара (рост, зрелость, старение, ликвидация)



2. Основные функции предпринимательства

- **новаторская** – содействие процессу продуцирования новых идей, осуществление опытно-конструкторских разработок, создание новых товаров, предоставление новых услуг;
- **организационная** – внедрение новых форм и методов организации и управления производством, разработка стратегии и тактики развития предприятия, повышение уровня его конкурентоспособности;
- **ресурсная** - наиболее эффективное использование трудовых, материальных, финансовых, интеллектуальных и информационных ресурсов;
- **социальная** - производство товаров и оказание услуг, необходимых обществу, создание новых рабочих мест;
- **личностная** - самореализация предпринимателя как индивидуума через достижение собственной цели, посредством получение удовлетворения от выполняемой работы

3. Характеристика видов предпринимательской деятельности

Виды предпринимательской
деятельности:

- производственное предпринимательство;
- коммерческое предпринимательство;
- финансовое предпринимательство;
- консалтинг и аудит;
- инновационная предпринимательская деятельность.



Характеристика видов предпринимательской деятельности



1) Производственное предпринимательство

- характеризуется процессом производства конкретных товаров, осуществления работ и оказания услуг для их реализации потребителям. Поскольку производственное предпринимательство осуществляется в сфере материального производства, оно классифицируется в зависимости от отрасли хозяйственной деятельности (промышленное, строительное, сельскохозяйственное и др., т.е. по отраслям производства).



2) Коммерческое

предпринимательство

- непосредственно связано с конкретными потребителями. Для развития торгового предпринимательства необходимы как минимум два условия: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары и более низкая закупочная цена товаров у производителей, что позволяет продавцам возместить торговые издержки и получить необходимую прибыль. Торговое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования.



3) Финансовое

предпринимательство

специализированная область, характерной особенностью которой является то, что предметом купли-продажи выступают ценные бумаги (акции, облигации и т.д.), валютные ценности и национальные деньги (российский рубль). Для организации финансового предпринимательства образуется специальная система организаций: коммерческий банк, финансово-кредитные компании, фондовые, валютные биржи и другие специализированные организации.



Финансовая услуга

– это деятельность, связанная с привлечением и использованием денежных средств юридических и физических лиц:

- осуществление банковских операций и сделок;
- предоставление страховых услуг;
- услуги на рынке ценных бумаг;
- заключение договоров финансовой аренды (лизинг);
- заключение договоров по доверительному управлению денежными средствами или ценными бумагами, а также иные услуги финансового характера.



Банковская деятельность

- это деятельность, осуществляемая кредитными организациями на основании лицензии, выданной ЦБ РФ

Кредитная организация - юридическое лицо, образуемое на основе любой формы собственности хозяйственного общества, которое для извлечения прибыли имеет право совершать банковские операции, такие как:

- привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады;
- размещение вышеуказанных привлеченных средств от своего имени и за свой счет;
- открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;
- купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;
- выдача банковских гарантий;
- осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов.



Страховая деятельность

- страховые организации в соответствии с законодательством и договором гарантируют страхователям возмещение ущерба при возникновении риска потери имущества, здоровья, жизни и др.

Страховые компании получают плату при заключении договоров страхования (компенсируют свои издержки), вероятность риска и получение предпринимательской прибыли.

Страховая деятельность осуществляется на основе договоров имущественного или личного страхования, заключаемых гражданином или юридическим лицом (страхователем) со страховой организацией (страховщиком). По договору страховщик обязуется за обусловленную плату (страховую премию) при наступлении страхового случая возместить страхователю причиненные вследствие этого убытки (выплатить страховое возмещение) в пределах оговоренной договором суммы (страховой суммы).

4) Консалтинг и аудит

Консультант (от лат. Consultants – советующий) – это специалист в определенной области, дающий советы по вопросам своей специальности.

В зарубежной практике коммерческая, платная консультация по вопросам управления получила название «консалтинг».

В соответствии с определением Европейской федерации ассоциации консультантов по экономике и управлению, менеджмент- консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем и (или) возможностей, рекомендацию соответствующих мер и помощь в их реализации.



5) Инновационная предпринимательская деятельность


связана с созданием, освоением и распространением инноваций (конечный продукт научно-технического прогресса в виде нового продукта или технологии). В основе инновационной предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг, позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности.





Тема 2. Основные характеристики предпринимательства

Вопросы:

1. Базовые формы предпринимательской деятельности.
 2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в РФ
 3. Понятие «малого предпринимательства» и его основные характеристики
 4. Франчайзинг как форма организации малого предприятия
 5. Индивидуальное предпринимательство
 6. Социальное предпринимательство
- 

Литература

- Конституция РФ (принятия всенародным голосованием 12.12.1993 г.) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФЗ, №7-ФЗ, от 05.02.2014 №2ФКЗ, от 21.07.204 №11-ФКЗ)
- Гражданский кодекс РФ – часть вторая от 26.01.1996 г. №14-ФЗ Принята ГД 22.12.1995 г.
- Беспалов, М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014
- Буклей, Т.В. и др. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2017 // <http://www.iprbookshop.ru/60462.html>.— ЭБС «IPRbooks»
- Чеберко, Е. Ф. и др. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для академ. бакалавриата. - Юрайт, 2018.

1. Базовые формы предпринимательской деятельности

В мировой практике сложились следующие базовые формы предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы соответствующие им:

- индивидуальное предпринимательство: индивидуальная трудовая деятельность, индивидуальное частное предприятие;
- партнерство: полное товарищество, товарищество на вере, кооперативы;
- корпорации: АО, ПАО, ООО

Особые группы составляют государственные и муниципальные предприятия, хотя они могут образовываться на основе товариществ и корпораций.

Краткая характеристика базовых форм предпринимательской деятельности

<i>Вид</i>	<i>Уровень сложности организации</i>	<i>Возможность формирования капитала</i>	<i>Ответственность</i>	<i>Контроль</i>
<i>Индивидуальное предпринимательство</i>	Легко организуется и ликвидируется, здесь ограничено количество необходимых учредительных документов	Источники капитала ограничены личными сбережениями и получением кредита	Несут полную ответственность за свою деятельность всем имуществом	Полный контроль со стороны государства над деятельностью
<i>Партнерство</i>	То же, что и у индивидуального, но здесь добавляется учредительный договор, который должен обязательно подписываться	Увеличение капитала лучше, чем в индивидуальном за счет складочного капитала.	Каждый отвечает как по своим обязательствам, так и по партнерским.	Имеется, но минимальный со стороны государства
<i>Корпорация</i>	Требуется разрешение властей, составляется определенный перечень документов и требуется определенная регистрация	Имеется очень большая возможность увеличения капитала за счет выпуска новых акций.	Ответственность ограничена имуществом АО, т.е. суммой, уплаченной за акции, но не самими акциями.	Минимальный

2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

В мировой практике сложились следующие базовые формы предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы соответствующие им:

- индивидуальное предпринимательство: индивидуальная трудовая деятельность, индивидуальное частное предприятие;
- партнерство: полное товарищество, товарищество на вере, кооперативы;
- корпорации: АО, ПАО, ООО

Особые группы составляют государственные и муниципальные предприятия, хотя они могут образовываться на основе товариществ и корпораций.

Виды юридических лиц:

- к юридическим лицам, на имущество которых их участники имеют вещные права, относятся **государственные и муниципальные унитарные предприятия и учреждения.**
- к юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют корпоративные права, относятся **корпоративные организации**



ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ

КОММЕРЧЕСКИЕ

хозяйственные товарищества и общества;

хозяйственные партнерства;

производственные кооперативы;

государственные и муниципальные унитарные предприятия;

крестьянские (фермерские) хозяйства (созданные до введения в действие ч. 1 ГК РФ (1 января 1995 г.), являющиеся юридическими лицами).

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ:

потребительские кооперативы (жилищные, жилищно-строительные и гаражные кооперативы, садоводческие, огороднические и дачные потребительские кооперативы, общества взаимного страхования, кредитные кооперативы, фонды проката, сельскохозяйственные потребительские кооперативы);

общественные организации (политические партии и созданные в качестве юридических лиц профессиональные союзы (профсоюзные организации), общественные движения, органы общественной самодеятельности, территориальные общественные самоуправления);

ассоциации (союзы) (некоммерческие партнерства, саморегулируемые организации, объединения работодателей, объединения профессиональных союзов, кооперативов и общественных организаций, торгово-промышленные, нотариальные и адвокатские палаты);

товарищества собственников недвижимости, (в том числе товарищества собственников жилья);

казачьи общества, внесенные в государственный реестр казачьих обществ в РФ;

общины коренных малочисленных народов РФ;

фонды (общественные и благотворительные);

учреждения (государственные (в том числе государственные академии наук), муниципальные и частные (в том числе общественные) учреждения;

автономные некоммерческие организации;

религиозные организации;

публично-правовые компании.



ЮРИДИЧЕСКИЕ ЛИЦА (с 1 сентября 2014 г.)

коммерческие организации

коммерческие корпоративные организации

хозяйственные товарищества и общества

хозяйственные партнерства

производственные кооперативы (артели)

крестьянские (фермерские) хозяйства первого типа

коммерческие унитарные организации

государственные и муниципальные унитарные предприятия

некоммерческие организации

некоммерческие корпоративные организации

потребительские кооперативы

общественные организации

ассоциации и союзы

товарищества собственников недвижимости

казачьи общества

общины коренных малочисленных народов РФ

некоммерческие унитарные организации

фонды

учреждения

автономные некоммерческие организации

религиозные организации

публично-правовые компании

Параметры характерные для предприятий различных организационно-правовых форм

- состав и численность учредителей (участников);
- особенности образования и размеры уставного (складочного) капитала или паевого фонда;
- материальная ответственность перед третьими лицами, порядок и условия распределения результатов предпринимательской деятельности и другие особенности функционирования.


3. Понятие «малого предпринимательства» и его основные характеристики

Основными показателями, по которым предприятия относятся к субъектам малого предпринимательства, являются:

- средняя численность работников, занятых за отчетный период на предприятии;
- ежегодный оборот, полученный предприятием за год;
- размер уставного капитала;
- величина активов.



Малое предпринимательство – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных, установленных законами показателях (критериях).



Отнесение хозяйствующих субъектов к субъектам малого и среднего предпринимательства проводится в соответствии с критериями, установленными Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (редакция от 27.12.2018 г. №537-ФЗ).

Под субъектами малого предпринимательства понимаются также физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического

Критерии отнесения предприятий к малым

Критерии	Содержание критериев	
По цели деятельности	Малыми предприятиями могут признаваться только коммерческие организации, основной целью деятельности которых является извлечение прибыли;	
По составу учредителей	Малыми предприятиями могут являться только коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%;	
	Доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не должна превышать 25%;	
	Доля иностранных юридических лиц в уставном капитале предприятия не должна превышать 25%	
По средней численности работников за отчетный период	Малыми предприятиями могут признаваться только коммерческие организации, в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней.	
	Отрасли	Количество работников, человек
	Промышленность, строительство и транспорт	100
	Сельское хозяйство и научно-техническая сфера	60
	Оптовая торговля	50
	Розничная торговля и бытовое обслуживание населения	30
	Стальные отрасли	50



Классификация хозяйствующих субъектов по структуре:

1) **узкоспециализированные** - изготавливают ограниченный ассортимент продукции массового или крупносерийного производства (например, производят чугун, стальной прокат, литье, вырабатывают и поставляют электрическую и тепловую энергию, производят зерно, мясо и т.д.).

2) **многопрофильные** - выпускают продукцию широкого ассортимента и различного назначения. Например, в промышленности они могут специализироваться одновременно на изготовлении компьютеров, морских судов, автомобилей, детских колясок, холодильников, станков, инструментов, перевозке грузов; в сельском хозяйстве – на выращивании зерна, овощей, фруктов, скота, кормов и т.д.

3) **комбинированные** - назначение их состоит в том, что один вид сырья или готовой продукции в одной и той же организации преобразуется в другой, а затем – в третий вид. Например, в текстильной промышленности комбинирование проявляется в изготовлении из сырья волокна, из волокна – пряжи, из пряжи – полотна.

Преимущества и недостатки малого предпринимательства

<i>Преимущества МП</i>	<i>Недостатки МП</i>
1. Мобильность и гибкость управления предприятием	1. Ограниченность ресурсов всех видов;
2. Быстрая адаптация к конъюнктуре рынка, запросам потребителей;	2. Сильная зависимость от рыночной конъюнктуры;
3. Простые организационные связи;	3. Ограниченные финансовые и кредитные возможности;
4. Высокая восприимчивость к новшествами;	4. Меньше возможностей для социальной защиты;
5. Использование сфер, которые невыгодны крупному предпринимательству;	5. Отсутствие современного менеджмента
6. Возможность привлечения относительно небольших ресурсов для создания предприятия.	6. Чрезмерная нагрузка на руководителя.

Развитие малого предпринимательства решает следующие следующие проблем:

- формирование конкурентных рыночных отношений, способствующих лучшему удовлетворению потребностей населения и общества в товарах;
- расширение ассортимента и повышение качества товаров, работ, услуг;
- приближение производства товаров, работ и услуг к конкретным потребителям;
- содействие структурной перестройке экономики;
- привлечение личных средств населения для развития производства;
- создание дополнительных рабочих мест, сокращение уровня безработицы;
- более эффективное использование творческих способностей людей;
- вовлечение в трудовую деятельность отдельных групп населения, для которых крупное производство налагает определенные ограничения;

Направления государственной поддержки малых предприятий:

- создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий;
- установление упрощенной процедуры регистрации субъектов малого предпринимательства, лицензирования их деятельности, сертификации продукции, представления государственной статистики и бухгалтерской отчетности;
- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства;
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для малых предприятий и т.д.
- финансирование федеральных программ поддержки и развития малого предпринимательства; предоставление налоговых льгот, предприятиям, осуществляющим приоритетные виды деятельности; льготное кредитование и страхование.

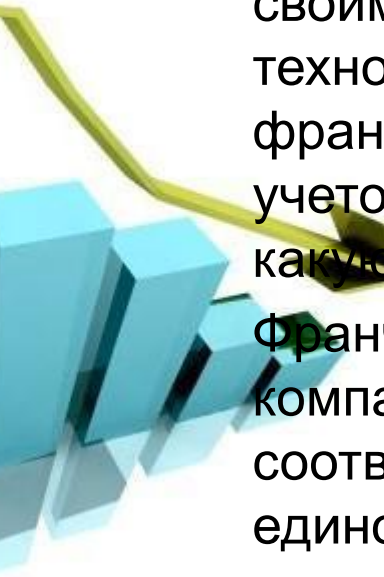
Причины, тормозящие поступательное развитие и России малого предпринимательства:

- сложная финансовая и экономическая обстановка, царящая в стране: инфляция, спад производства, разрыв хозяйственных связей, высокий уровень процентных ставок, слабая правовая защищенность предпринимателей;
- низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предпринимателей, отсутствие должной деловой этики, хозяйственной культуры как в бизнесе, так и в государственном секторе;
- негативное отношение определенной части населения, связывающей предпринимательство напрямую только с посредничеством, куплей-продажей;
- несовершенство организационных и правовых основ регулирования развития предпринимательства на региональном уровне;
- слабость действий механизма государственной поддержки малого предпринимательства.

4. Франчайзинг как форма организации малого предприятия

Франчайзинг – это самостоятельная форма договорных отношений хозяйствующих субъектов. Данная система отношений возникла в XVIII в. с появлением в США компании по производству швейных машин Zinger (Zinger Sewing Machine Company).

Франчайзинг – это система взаимовыгодных партнерских отношений предприятий крупного и малого бизнеса, объединяющая элементы аренды, купли-продажи, подряда, представительства, но в целом остающаяся самостоятельной формой договорных отношений хозяйствующих субъектов, имеющих статус юридического лица.



Франчайзинг реализуется на основе договора, заключаемого между крупным предприятием – франчайзером и мелким – франчайзи (оператором).

Франчайзер (обычно крупная родительская компания) обязуется обеспечить франчайзи (мелкую фирму или бизнесмена), действующего в рамках оговоренной территории, своими товарами, рекламными услугами, отработанными технологиями бизнеса. Франчайзи обязуется предоставить франчайзеру услуги в области менеджмента и маркетинга с учетом местных условий, а также инвестировать в эту компанию какую-то часть своего капитала.

Франчайзи обязуется иметь деловые контакты исключительно с компанией – франчайзером, а также вести бизнес в соответствии с её предписаниями. Франчайзи выплачивает единовременный взнос на право пользования на рынке именем и торговой маркой франчайзера. Кроме взноса франчайзи и его капиталовложений в основные фонды, франчайзер может назначить регулярную плату за использование торговой марки оператором (плата, как правило, устанавливается в пределах 1 – 5% от выручки).

Различают два типа договорных отношений франчайзинга.

Первый наиболее применим в сфере торговли. Суть его состоит в том, что фирма - франчайзи узко специализирована на реализации одного вида товаров и услуг и получении фиксированной доли от общего объема продаж. По такой форме договора работает большинство фирм-франчайзи по торговле автомобилями, автосервисов, бензоколонок и т.д.

Второй тип договорных отношений значительно сложнее. Малая фирма-франчайзи работает не просто под торговой маркой франчайзера, а включается в полный цикл крупной корпорации, выполняя равные с ней требования технологического процесса, качества обучения персонала, плана продаж оперативной отчетности. Что приводит к особой ответственности франчайзи. (Франчайзинг получил широкое распространение в индустрии безалкогольных напитков: Coca-Cola, Pepsi и др.)

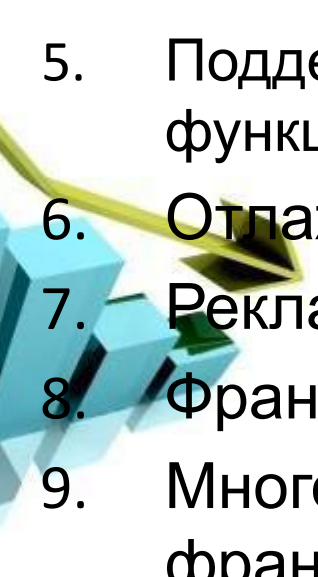
Виды малого предпринимательства, где широко используется франчайзинг:

- автомобильная продукция и услуги – продажа автомобилей, запасных частей, мойка машин, наладка двигателей и т.д.;
- помощь в организации и ведении бизнеса и услуги: бухгалтерия, делопроизводство, рекламные и брокерские услуги, деловые консультации, обработка информации, консультации по финансовым вопросам и налогам, по набору персонала и т.д.;
- строительство, услуги, связанные с ремонтом домов (установка кондиционеров, остекление лоджий, покрытие полов и т.п.);
- услуги, связанные с образованием (репетиторство, курсы секретарей, курсы для управленческого персонала и т.п.);
- отдых и развлечения (отели, подвижные игры дома и вне дома);
- рестораны быстрого обслуживания, закусочные, кафе;
- продуктовые палатки (хлебобулочные, кондитерские изделия и др.);
- здоровье, медицинские и косметические услуги – центры красоты, клубы здоровья, оптика и т. п.
- услуги в сфере домашнего хозяйства (чистка ковров, реставрация мебели и обивка, услуги по дизайну);
- розничная торговля (товары и услуги, не отнесенные ни к одной из перечисленных групп) – камеры хранения, одежда на продажу и на прокат, химическая чистка, копировальные услуги и т.д.;
- разное (школы вождения автомобиля, агентства по продаже недвижимости, издательства, туристические агентства, аренда оборудования и т.д.).

Преимущества и недостатки применения франчайзинга


<i>Преимущества</i>	<i>Недостатки</i>
1. Фирма – франчайзи приобретает некоторое право существования, экономит средства на маркетинговых исследованиях, консультациях и других услугах профессионалов	1. Необходимость учета интересов партнера – крупной компании и других держателей акций
2. Имеет гарантию поставок сырья, материала, полуфабрикатов	2. Необходимость регулярных отчислений не от прибыли, а от объема продаж, что может поставить держателя лицензии в трудные финансовые условия
3. Открывает свое дело с меньшим риском	3. Наличие права у продавца лицензии проверять финансовую документацию
4. Получает советы и поддержку от своего партнера – крупной фирмы	4. Обязательность соблюдения методов ведения бизнеса, изложенных в инструкции партнерской компании, что может ограничивать возможности маневра
	5. Выкуп (по требованию компании партнера) всего необходимого оборудования и материалов, что способно ограничить в действиях держателя лицензии

10 факторов, успешного франчайзинга:

1. Рентабельность действующих торговых сетей.
 2. Опытные и профессиональные партнеры.
 3. Необходимый размер инвестиций.
 4. Внешняя привлекательность торгового места
 5. Поддержка франчайзера в процессе организации и функционирования бизнеса франчайзи.
 6. Отлаженная система поставок.
 7. Рекламная поддержка.
 8. Франчайзинговые условия сотрудничества.
 9. Много значит и впечатления от первых контактов с франчайзером.
 10. Условия франшизы.
- 

Факторы, создающие предпосылки для стремительного роста франшизных систем

1. Выравнивание темпов роста объемов продаж во франшизных сетях традиционных направлений, таких как быстрое питание, минимаркеты, отели, аренда автомобилей. В каждой из этих областей в глобальном масштабе будет доминировать относительно небольшое количество компаний, владеющих известными торговыми марками.
2. Продолжение быстрого роста и агрессивной экспансии сектора услуг в национальных экономиках и мировой экономике в целом. Согласно специальному исследованию МАФ, в сфере услуг будут продолжаться специализация и выделение новых рыночных ниш.
3. Активные процессы слияний и поглощений, при которых небольшие сети объединяются друг с другом, но, в конечном счете, поглощаются гигантами бизнеса. В настоящее время наблюдается активный интерес к франшизным сетям как к объекту инвестирования.



4. Усиление тенденций присоединения независимых малых предпринимателей к франшизным сетям. С одной стороны, франшизные сети проявляют повышенную агрессивность, стремясь расширить зону влияния за счет обращения в свою систему независимых операторов, с другой – последние все в большей мере начинают искать пути повышения своей конкурентоспособности, присоединяясь к известным сетям с известной маркой.

5. Глобализация. Франшизные компании, преимущественно американские, в конце XX в. начали активно выходить на мировые рынки. Достаточно указать, что за последнее десятилетие McDonalds удвоила число своих операторов только за счет международной экспансии, тогда как американский рынок достиг своего насыщения на уровне 12 – 13 тыс. предприятий.

6. Формирование зрелых концепций и систем управления. Большинство лидеров современного франчайзинга сформировалось после 1975 г. По мере роста компаний и достижения ими зрелости устанавливаются формы и методы управления, складывается корпоративная культура, отличающаяся от других систем.

5. Индивидуальное предпринимательство


Согласно Федеральному Закону «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14 июня 1995 года № 88-ФЗ (редакция от 27.12.2018 г. № 537-ФЗ) физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, являются субъектами малого предпринимательства.

Индивидуальный предприниматель – это физическое лицо, зарегистрированное в установленном порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

В соответствии со ст. 23 ГК РФ гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Все зарегистрированные индивидуальные предприниматели регистрируются в государственном реестре, в котором содержатся следующие сведения о нем:

- фамилия, имя и отчество; дата и место рождения;
- гражданство; адрес места жительства в РФ;
- данные основного документа, удостоверяющего личность гражданина Российской Федерации;
- вид, данные и срок действия документа, подтверждающего право индивидуального предпринимателя временно или постоянно проживать в РФ;
- дата государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя и данные документа, подтверждающего факт внесения в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей записи о государственной регистрации;


- 
- дата и способ прекращения физическим лицом деятельности в качестве индивидуального предпринимателя;
 - сведения о лицензиях, полученных индивидуальным предпринимателем;
 - ИНН, дата постановки на учет индивидуального предпринимателя в налоговом органе;
 - коды по общероссийскому классификатору видов экономической деятельности;

• номер и дата регистрации индивидуального предпринимателя в качестве страхователя:

- 1) в территориальном органе Пенсионного фонда РФ;
 - 2) в исполнительном органе Фонда социального страхования РФ;
 - 3) в территориальном фонде обязательного медицинского страхования.
- сведения о банковских счетах индивидуального предпринимателя.

Порядок государственной регистрации индивидуального предпринимателя (в государственной налоговой службе по месту жительства)

- подписанное заявителем заявление о государственной регистрации;
- копия основного документа физического лица, регистрируемого в качестве ИП;
- копия документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина, регистрируемого в качестве ИП;
- копия свидетельства о рождении физического лица, регистрируемого в качестве ИП;
- копия документа, подтверждающего право физического лица, регистрируемого в качестве ИП, временно или постоянно проживать в РФ;
- подлинник или копия документа, подтверждающего адрес места жительства физического лица, регистрируемого в качестве ИП в РФ;
- документ об уплате государственной пошлины.



В результате государственной регистрации составляются акты уполномоченного федерального органа исполнительной власти, осуществляемые посредством внесения в государственный реестр сведений о приобретении физическим лицом статуса ИП, прекращении физическим лицом деятельности в качестве ИП.

Регистрирующий орган не позднее 1 (одного) рабочего дня с момента государственной регистрации выдает свидетельство о внесении записи в соответствующий государственный реестр.

Регистрирующий орган в срок не более чем 5 (пяти) рабочих дней с момента государственной регистрации представляет в государственные внебюджетные фонды сведения для регистрации ИП в качестве страхователей.

Преимущества и недостатки индивидуального предпринимательства

<i>Положительные стороны ИП</i>	<i>Отрицательные стороны ИП</i>
Клиент часто лично знаком с предпринимателем. Следовательно, предприниматель может быстро реагировать на изменения вкусов потребителя	Ограниченность финансовых ресурсов
Гибкость и возможность быстрого принятия решения, т.к. нет помех со стороны партнёров	Ограниченность масштабов бизнеса
Существование психологического стимула для напряжённой работы	Невозможность крупных поставок и развития крупномасштабного производства
	Ограниченность человеческих способностей и проблемы с использованием отпусков и больничных

Не допускается государственная регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, в случаях если:

- не утратила силу его государственная регистрация в таком качестве;
- не истек годовой срок давности со дня принятия судом решения о признании его несостоятельным (банкротом) или решения о прекращении в принудительном порядке его деятельности в качестве индивидуального предпринимателя;
- не истек срок, на который данное лицо по приговору суда лишено права заниматься предпринимательской деятельностью.

Если ИП, меняет место жительства регистрирующий орган, вносит в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей соответствующую запись.

6. Социальное предпринимательство


С точки зрения всемирной истории социальное предпринимательство – явление очень молодое. За рубежом оно существует порядка 30 лет, в России – меньше десятилетия.

Социальное предпринимательство многие исследователи уже сейчас называют полноценным четвертым сектором экономики.


Социальное предпринимательство занимает промежуточное положение между традиционным предпринимательством и благотворительностью.

От предпринимательства оно отличается своими целями, ориентацией на социальные изменения и разрешение социальных проблем общества; от благотворительности – предпринимательским характером деятельности.

Цели социальных предприятий достигаются посредством организации деятельности на принципах предпринимательства и через создание устойчивой бизнес-модели.




**Социальное
предпринимательство – это**
предпринимательская деятельность,
нацеленная на смягчение или
решение социальных проблем,
характеризующаяся следующими
основными признаками: социальное
воздействие, инновации,
самоокупаемость и финансовая
устойчивость, масштабируемость и
тиражируемость, и
предпринимательский подход.



Социальное воздействие – целевая направленность на решение/смягчение существующих социальных проблем, устойчивые позитивные измеримые социальные результаты. **Инновации** – применение новых, уникальных подходов, позволяющих увеличить социальное воздействие. Самоокупаемость и финансовая устойчивость – способность социального предприятия решать социальные проблемы до тех пор, пока это необходимо, и за счет доходов, получаемых от собственной деятельности.

Масштабируемость и тиражируемость – увеличение масштаба деятельности социального предприятия (на национальном и международном уровне) и распространение опыта (модели) с целью увеличения социального воздействия.

Предпринимательский подход – способность социального предпринимателя видеть провалы рынка, находить возможности, аккумулировать ресурсы, разрабатывать новые решения, оказывающие



Многие социальные предприятия действуют в форме некоммерческих организаций, которые по законодательству обязаны всю прибыль направлять на уставные цели. Предпринимательский подход такие НКО используют прежде всего для обеспечения стабильного финансирования своей социальной деятельности в отличие от благотворительных организаций, постоянно находящихся в поиске средств и сборе пожертвований на свою деятельность.

Большинство социальных предпринимателей хотят добиться максимального социального эффекта: создать больше рабочих мест для представителей социально незащищенных групп, вовлечь как можно больше людей в активную и полноценную культурную и социальную жизнь и т.д. Однако, только хорошо продуманная стратегия расширения является лучшей гарантией того, что они смогут добиться заметных перемен в мире.



Тема 3. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

Вопросы:

1. Инфраструктура предпринимательства
2. Этапы создания нового предприятия
3. Порядок государственной регистрации предприятия
4. Содержание и структура бизнес-плана
5. Успех в предпринимательском бизнесе



Литература

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учётом поправок, внесённых Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. (дата обращения 10.05.2019).
2. Гражданский кодекс РФ - Часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ Принята Государственной Думой 22 декабря 1995 г. // Собрание законодательства РФ.- 1996.- №.5.- Ст. 410.
3. О внесении изменения в статью 35 части второй Налогового кодекса РФ: Федеральный закон, от 29.07.2018 № 234-ФЗ.
4. Беспалов, М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России: учебное пособие. - М.:ИНФРА-М, 2014.
5. Буклей Т.В. [и др.]. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие - М.: Дашков и К, 2017 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>. - ЭБС «IPRbooks».
6. Торосян, Е.К., Сажнева, Л.П., Зарубина, Ж.Н. Основы предпринимательской деятельности. Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. – 130 с.

1. Инфраструктура предпринимательства

Инфраструктура – это совокупность организационно-правовых форм, опосредующих разнообразные и разнособъектные деловые отношения и увязывающих эти отношения в одно целое.

Различают инфраструктуру:

- ✓ **горизонтальную**, которая представляет собой организации, связывающие между собой производителей и потребителей;
- ✓ **вертикальную**, которая представлена организациями, которые помогают организовать эффективные отношения между предпринимателями и наемными работниками и государством.

Элементы инфраструктуры

- Кредитная система и коммерческие банки;
- Эмиссионная система и эмиссионные банки;
- Организационно-оформленное посредничество на товарных, фондовых и валютных биржах;
- Аукционы, ярмарки и другие формы организованного внебиржевого посредничества;
- Системы регулирования занятости населения и центры содействия занятости;
- Информационные технологии и средства деловой коммуникации;
- Налоговая система и налоговые инспекции;
- Страховые компании;
- Специальные рекламные и информационные агентства и СМИ;
- Общественные объединения деловых кругов;
- Таможенная система;
- Профсоюзы;
- Консалтинговые фирмы;
- Аудиторские компании;
- Фонды, предназначенные для стимулирования деловой активности;
- Система высшего и среднего профессионального образования.

2. Этапы создания нового предприятия

Создание нового предприятия в той или иной организационно-правовой форме предполагает наличие следующих предпосылок:

- наличие финансовых средств, необходимых для формирования первоначального капитала;
- наличие нежилых помещений, необходимых для размещения офиса предприятия или наличие возможностей для заключения договора аренды;
- возможности формирования команды квалифицированных учредителей (партнеров), владеющих технологией осуществления определенных видов деятельности, ведение бухгалтерского и

Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы



Этапы создания нового предприятия



1 Этап: Обоснование предпринимательской идеи

Предпринимательская идея – это выявленная предпринимателем потребность рынка в конкретных товарах и услугах, и выработанное им представление о том, как эту потребность удовлетворить с наилучшим для себя результатом.

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

Предпринимательская идея, которая при определенных условиях реализуется в конкретный **предпринимательский проект**, должна базироваться на принципе: найти потребность и удовлетворить ее.

2 Этап: Отбор перспективных идей

Отбор наиболее перспективных идей осуществляется по различным критериями в зависимости от конкретных условий производства.

Основными критериями отбора наиболее перспективных предпринимательских идей являются:

- эффективность идеи,
- перспектива завоевания рынка,
- время и размер капитала,
- необходимые для реализации идеи,
- доступность и стоимость ресурсов,
- наличие необходимой рабочей силы.



3 Этап: Оценка возможностей реализации идей

Предприниматель проводит оценку возможностей реализации выбранных предпринимательских идей на основе таких экономических показателей, как:

- потребность в первоначальном капитале,
- планируемая норма прибыли (%),
- срок окупаемости,
- объем производства,
- стратегическая цель.



4 Этап: Постановка стратегических и тактических целей

На данном этапе целесообразно соизмерить возможности реализации идеи, которые формируются в стратегических и тактических целях, опосредуются количественными расчетами, определенной системой показателей функционирования предприятия, а также наличие необходимых условий и возможностей предприятия.



5 Этап: Выбор организационно-правовой формы

Предприниматель определяет характер взаимоотношений между учредителями, особенности имущественной ответственности по обязательствам предприятия, порядок управления предприятием, минимальный размер первоначального капитала, систему налогообложения и распределения прибыли, а также ряд других факторов.



6 Этап: Разработка бизнес-плана

Разрабатывается бизнес-план, где определяются основные положения по созданию всех необходимых условий для функционирования предприятия и получения прибыли. Данный этап реализуется посредством разработки отдельных разделов бизнес-плана, который получает окончательное формирование на этапе завершения процедуры создания нового предприятия.



7 Этап: Привлечение необходимых ресурсов

Решается вопрос о привлечении финансовых средств для формирования первоначального капитала при создании предприятия, для приобретения сырья, материалов, топлива, энергии, найма рабочей силы и других факторов производства. Источниками финансовых средств могут быть собственные накопления, средства, взятые в долг, полученные ссуды в банках, или средства, полученные от выпуска и реализации ценных бумаг, а также содействие государственных органов, занимающихся поддержкой малого предпринимательства.



8 Этап: Регистрация предприятия

На данном этапе осуществляются процедура государственной регистрации предприятия.



Порядок государственной регистрации

предприятия



Шаги в организации финансово-хозяйственной деятельности

1. На начальном этапе определяется состав учредителей (участников) и разрабатываются учредительные документы: устав предприятия, учредительный договор о создании и деятельности предприятия, оформляется протокол №1.
2. Открытие временного счета, на который в течение месяца после регистрации предприятия поступает не меньше 50% от общего размера уставного капитала. После открытия временного счета предприятие регистрируется в местных органах власти.

Шаги в организации финансово-хозяйственной деятельности

3. Все сведения о новом предприятии передаются для включения его в государственный реестр. Выдается свидетельство о регистрации, после чего все данные о новом предприятии передают в Министерство юстиции для последующего включения в единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ).

4. На заключительном этапе после внесения своих вкладов в банк участники нового предприятия открывают расчетный счет в банке, предприятие регистрируют в районной налоговой инспекции, заказывают и получают круглую печать. С этого момента предприятие функционирует как самостоятельное юридическое лицо.

3. Порядок государственной регистрации предприятия

Государственная регистрация - предприятия представляет процесс легализации деятельности хозяйствующих субъектов в случае соответствия юридического лица и его регистрационных документов требованиям действующего законодательства.

Законодательство РФ о государственной регистрации состоит из:

- 1) Гражданского кодекса РФ,
- 2) Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 № 129-ФЗ (ред. от 21.07.2014),
- 3) иных нормативных правовых актов РФ, издаваемых в соответствии с Федеральным законом РФ № 129-ФЗ.


Орган осуществляющий государственную регистрацию

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.

Сроки осуществления государственной регистрации



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.

Документы представляемые для государственной регистрации

- заявление учредителей о государственной регистрации;
- решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа в соответствии с законодательством РФ;
- учредительные документы юридического лица (подлинники или нотариально заверенные 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.

Размер государственной пошлины в соответствии с «Налоговым кодексом РФ (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 17.02.2021)

- при регистрации юр. лица - 4000 рублей;
- при регистрации ИП - 800 рублей;
- при внесении изменений в устав юр. лица - 800 рублей;
- при ликвидации юр. лица - 800 рублей;
- при прекращении деятельности в качестве ИП и повторная регистрация в качестве ИП - 160 рублей;

Отказ в государственной регистрации возможен в случае:


- 1) непредставления необходимых для регистрации документов;
- 2) 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





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.

4. Содержание и структура бизнес-плана

Каждый предприниматель в процессе организации предпринимательской деятельности должен иметь предпринимательскую идею.

Предпринимательская идея – отражение в сознании предпринимателя потребностей общества и путей их удовлетворения.


После того, как был определен круг идей – анализ, который ставит целью, какие из идей использовать в производстве. Для этого идеи подвергаются экспертизе (внешней и внутренней).

После определения общей эффективности разрабатываются документы по реализации идеи. В современных условиях основная форма реализации – бизнес-план.

Бизнес план – инструмент среднесрочного планирования



Основные источники предпринимательской идеи:

- 
- ✓ товарный рынок;
 - ✓ анализ географических и структурных разрывов в системе общественного производства;
 - ✓ достижения науки и техники;
 - ✓ появление новых идей на основе анализа существующих товаров;
 - ✓ анализ предшествующих лет развития рынков товаров и услуг;
 - ✓ предугадывание появления новых потребностей и удовлетворение их.

Цель разработки бизнес плана:

- ✓ Спланировать хозяйственную деятельность предприятия на ближайшие 3-5 лет в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов;
- ✓ Определить конкретные направления деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на них;
- ✓ Сформулировать цели, стратегию и тактику их достижения;
- ✓ Выбрать состав и определить показатели товаров и услуг;
- ✓ Оценить производственные и торговые издержки;
- ✓ Выявить соответствие кадров фирмы поставленным целям;
- ✓ Определить состав маркетинговых мероприятий;
- ✓ Оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых ресурсов поставленным целям;
- ✓ Предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес плана.

Необходимость в бизнес-плане возникает в следующих случаях:

- ✓ Открытие нового дела. Определение специализации и основных направлений коммерческой деятельности.
- ✓ Перепрофилирование существующих фирм. Выбор новых видов направлений и способов осуществления хозяйственной деятельности.
- ✓ Составление проспектов эмиссии ценных бумаг.
- ✓ Подготовка заявок на получение кредита.
- ✓ Выход на внешний рынок.

Основные рекомендации по подготовке бизнес-плана:

- ✓ Краткость. Изложение самого главного по каждому разделу плана.
- ✓ Доступность в изучении и понимании, т.е. необходимо избегать технических терминов.
- ✓ Информация должна быть емкой и четкой, не должно быть экспрессивных оценок. Обычно много цифровой информации, следовательно, затрудняется оценка, поэтому информацию классифицируют по определенным категориям и представляют в табличной форме или в виде диаграмм.



Содержание бизнес-плана. Резюме.

Резюме (основные идеи бизнес плана).

В резюме включается следующая информация:

- Цели и задачи бизнес плана.
- Краткое описание предприятия и его специализации.
- Текущее финансовое состояние.
- Собственные ресурсы.
- Преимущества продукции на рынке.
- Источники финансирования и потребности в инвестировании.
- Риски предприятия и их уровень.
- Экономическое обоснование и эффективность проекта.

Таким образом, это краткое изложение бизнес плана.

Резюме составляется в последнюю очередь на основании ключевых фраз разделов плана.

Содержание бизнес-плана. Общая характеристика предприятия и товара

Сведения о предпринимателе :

- Полное и сокращенное наименование предприятия и др. сведения (банковские реквизиты и т.п.).
- Размер уставного капитала.
- Характеристика менеджеров высшего звена управления.
- Основной вид деятельности. Миссия.
- Оценка слабых и сильных сторон предприятия и конкурентов.
- Описание продукции предприятия с позиции потребителя.
- Обосновывается необходимость совершенствовать товар.

Сведения о продукте:

- Область применения.
- Показатели качества (надежность, ремонтпригодность, экономичность, эргономичность).
- Внешнее оформление.
- Патентная защищенность.

Содержание бизнес-плана. Анализ рынка и основных конкурентов

Оценка рынков сбыта заключается в определении ёмкости и степени насыщенности рынка, уровня и степени удовлетворения спроса. Анализ производится по всем основным рынкам, при этом необходимо выявить наиболее перспективные рынки сбыта.

Анализ и оценка конкурентов предполагают следующие характеристики:

- ✓ Объем продаж в натуральных показателях у основных конкурентов.
- ✓ Распределение и динамика долей рынка.
- ✓ Уровень цен.
- ✓ Финансовое положение, уровня технологии и качество продукции.
- ✓ Расходы на рекламу.
- ✓ Время деятельности предприятий.

Содержание бизнес-плана.

Производственный план

Определяется производственная программа предприятия, дается подробное описание производственного процесса с указанием проблем существующих в сфере технологии и организации и путей их преодоления. Важным аспектом является определение себестоимости продукта.

В описании технологического процесса указывается:

- ✓ Требуемые производственные мощности;
- ✓ Условия и потребность приобретения технологического и прочего оборудования;
- ✓ Потребность в сырье, качество и дисциплина поставок;
- ✓ Требования к источникам энергии и их доступность;
- ✓ Степени технологической и конструкторской подготовки производства;
- ✓ Контроль качества готовой продукции

Структура производственного раздела бизнес-плана:

- Производственная программа (объем выпуска продукции, коэффициент роста, доля реализации продукции в соответствии с договорами купли продажи);
- Схема технологического процесса;
- Потребности в основных фондах (здания и сооружения производственного назначения, рабочие машины, оборудование, транспортные средства и т.п.);
- План производства заключается в планировании потребности в оборотных средствах, незавершенных производств, готовой продукции на складе, топлива и электроэнергии (количество, цена, переходящий остаток);
- Потребность персонала в заработной плате по категориям производственного персонала;
- Калькуляция себестоимости

Содержание бизнес-плана. План маркетинга.

В этом разделе описывается стратегия маркетинговой деятельности. Описываются в оценке возможности предприятия в соответствии с ситуации на рынке.

План маркетинга предусматривает следующие разделы:

1) *выбор схемы распространения товаров:* напрямую или через посредников.

2) *анализ ценовой политики и методы ценообразования.*

Используются следующие данные:

- ✓ Определение, на сколько цены отражают издержки.
- ✓ Отношение покупателей к установленным ценам.
- ✓ Использование предприятием политики стимулирования цен, или политики стандартных цен.
- ✓ Действия предприятия при изменении цен конкурентов.
- ✓ Уровень планируемой цены означает выработку ценовой стратегии (например, вытеснение конкурентов, «снятие сливок»).
- ✓ Сохранения стабильного положения при умеренной рентабельности и др.

Содержание бизнес-плана. План маркетинга.

- 1) *реклама*: определяется тип (товарное или фирменное) и средства распространения рекламы. Расходы на рекламу определяются в разделе планирование производства.
- 2) *методы стимулирования продаж*, формирование спроса и организация послепродажного обслуживания:
 - ✓ программа стимулирования сбыта;
 - ✓ приёмы побуждения сбытового персонала;
 - ✓ соответствие торговой сети поставленным целям;
 - ✓ наличие фирменного стиля рекламы и товарного знака;
 - ✓ использование различных видов кредита;
 - ✓ эффективность привлечения внимания с помощью упаковки.



Содержание бизнес-плана. Организованный план.

Обосновывается организационная структура: линейная функциональная, матричная; производится оценка, приводится организационная схема.



Содержание бизнес-плана. План по рискам.

Значение этого раздела состоит в оценке опасности того, что цели, поставленные в плане, будут достигнуты полностью или частично.

Виды риска: 1. *Производственный:*

риск неиспользования хозяйственных договоров:

риск изменения конъюнктуры рынка

риск возникновения непредвиденных затрат

риск потери имущества.

Таким образом происходит изменение намеченного объёма производства и объёма реализации, повышение материальных и трудовых затрат, увеличение дефектных изделий, рост цен.

Содержание бизнес-плана. План по рискам.

2. *Коммерческий риск* возникает в процессе реализации закупленных предпринимателем товаров и в процессе оказания услуг.

3. *Финансовый риск* возникает в сфере финансового предпринимательства и финансовых сделок.

4. *Инвестиционный риск*.

Содержание бизнес-плана.

Потери от риска.

- ✓ Материальные, непредусмотренные проектом затраты или прямые потери материальных объектов в натуральном выражении
- ✓ Трудовые, потери рабочего времени, вызванные непредвиденными обстоятельствами.
- ✓ Финансовые потери возникают в результате прямого денежно ущерба (штрафа, выплаты за просроченные кредиты, дополнительные налоги и т.д.)
- ✓ Специальные потери, связаны с нанесением ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среды, престижу предпринимателя.

После оценки степени риска разрабатывается перечень мер, позволяющие его уменьшить.

Содержание бизнес-плана. Финансовый план

В этом разделе бизнес-плана обобщаются все предшествующие материалы и предоставляют их в стоимостном виде.

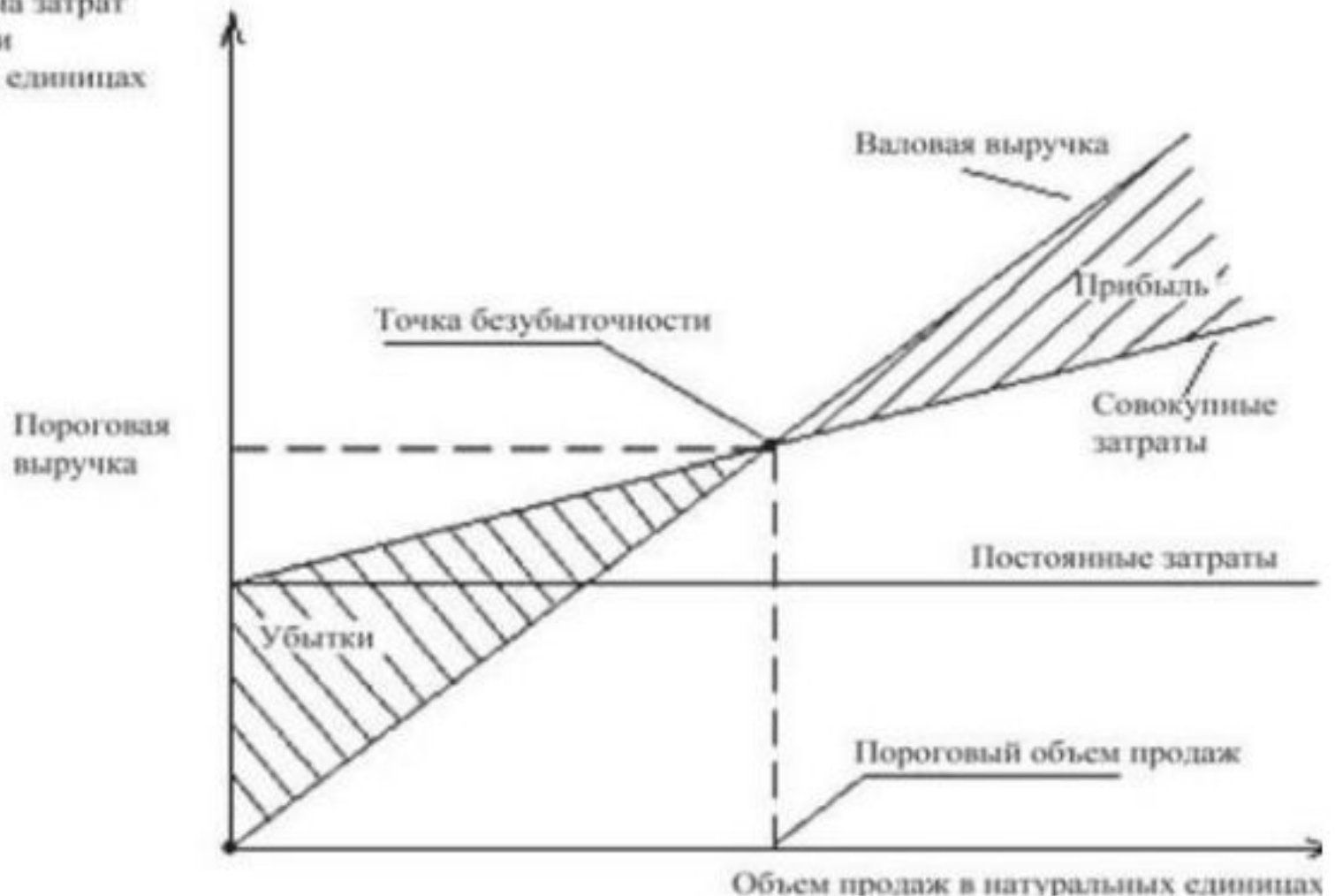
Необходимо подготовить следующие документы:

- ✓ Прогноз объёмов реализации товаров (услуг);
- ✓ Баланс денежных расходов и поступлений;
- ✓ Таблицу доходов и затрат;
- ✓ График достижения безубыточности.

График достижения безубыточности – это схема, показывающая влияние на прибыль объёмов производства, цены товара и себестоимости.

Содержание бизнес-плана. График достижения безубыточности

Общая сумма затрат
или выручки
в денежных единицах



5. Успех в предпринимательском бизнесе

Конечной целью любой деловой деятельности всегда является успех, т.е. наиболее полная реализация потенциала конкурентоспособности.

В успехе воплощается предпринимательский идеал, т.е. образ наивысших достижений в бизнесе, который создается каждым из предпринимателей, прежде чем они приступают к ведению дел.

У разных предпринимателей различные идеалы.

Следовательно, отличаются их представления об успехе и путях его достижения. Выделяются следующие типы идеальных представлений об успехе:

- ✓ успех в победе;
- ✓ успех в выживании.

Выделяют следующие виды предпринимательских успехов:

- ✓ текущие;
- ✓ конечные.

Предпринимательский успех

Также успехи делятся на:

- краткосрочные (возникают в случае, когда конкурентные позиции предпринимателя являются неустойчивыми и на смену успеху неизбежно и регулярно приходит неудача);
- среднесрочные;
- долгосрочные.

Выделяют следующие виды успеха:

- заслуженный успех (обусловлен заслугами самого предпринимателя, которые выражаются в потенциале к конкурентоспособности);
- незаслуженный успех (ассоциируется с влиянием внешней среды).

Предпринимательский успех

Успех в предпринимательском бизнесе имеет одновременно эгоистическую и общественную природу.

С одной стороны – предприниматель добивается положительного общественного признания результатов своей деятельности.

С другой стороны – предприниматель находит возможность преуспеть в конкурентном соперничестве и приобрести относительно лучшие условия существования.



Тема 4. КОНКУРЕНЦИЯ В СИСТЕМЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Вопросы:

1. Сущность, функции и основные виды конкурентной борьбы.
2. Методы конкурентной борьбы и типы конкурентного поведения. Стратегия фирм.
3. Антимонопольная политика государства.



Литература

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учётом поправок, внесённых Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Гражданский кодекс РФ - Часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ Принята Государственной Думой 22 декабря 1995 г. // Собрание законодательства РФ.- 1996.- №.5.- Ст. 410.
3. О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»: Федеральный закон от 25.05.1995 N 83-ФЗ (в ред. от 26.07.2006 N 135-ФЗ)// [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. (дата обращения 10.05.2019).
4. О естественных монополиях: ФЗ от 17.08.1995 № 147-ФЗ (в ред. от 29.07.2017 № 279-ФЗ)// [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. (дата обращения 10.05.2019).
5. О защите конкуренции: ФЗ от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в ред. от 27.12.2018)// [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>. (дата обращения 10.05.2019).
6. Предпринимательство: учебник (Высшее образование: Бакалавриат) / М. Г. Лапуста. - Изд. испр. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 384 с. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://znanium.com/>.

1. Сущность, функции и основные виды конкурентной борьбы.

Рыночная экономика - это организационная экономическая система. В ней задействованы производители и потребители, продавцы и покупатели, где в результате взаимодействия спроса потребителей и предложения производителей устанавливаются цены на товары (работы, услуги) и объемы продаж. Причем для действия рыночного механизма определяющее значение имеет количество производителей (продавцов) и количество потребителей (покупателей), которые участвуют в процессе обмена. И между производителями ведется борьба, соперничество на рынке за более выгодные условия производства и сбыта продукции для получения наибольшей прибыли. Эта борьба получила определение конкурентной борьбы, или конкуренции.

Понятие конкуренции

Конкуренция (Согласно ФЗ №135 ст.4) – это соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Именно ограниченность спроса заставляет предпринимателей соперничать друг с другом, бороться за потребителя. В выигрышном положении оказывается тот, у кого производится лучшая по качеству продукция и с наименьшей ценой.

Достижение экономического превосходства

Экономическое превосходство за счет меньших издержек производства и сбыта, технического уровня и дизайна дополняется действием еще ряда факторов поведения на рынке:


- 1)реклама;
- 2)умение продемонстрировать товар;
- 3)доставить товар;
- 4)заинтересовать и убедить приобрести товар;
- 5)гарантии послепродажного сервисного обслуживания.

Организация производства и прибыльная реализация конкурентоспособного товара показывает жизнеспособность и рыночную устойчивость предприятия, т.е. его желание и умение максимально использовать свой производственный, технологический и маркетинговый потенциал, эффективность квалифицированного менеджмента.

Сущность конкуренции проявляется при выполнении ряда функций:

- 1) Она обеспечивает нацеленность производителей на удовлетворение потребностей и запросов потребителей. Без этого невозможно получить прибыль;
- 2) Стимулирует деятельность предпринимателя, его выживание за счет роста эффективности производства;
- 3) Объективно происходит дифференциация товаропроизводителей. Одни выигрывают, становятся **лидерами**, другие остаются в **прежнем состоянии**, третьи - **аутсайдеры** - разоряются;
- 4) Ликвидация неконкурентоспособных предпринимателей путем слияния, продажи, преобразований и т.д.;
- 5) Стимулирует снижение цен и повышение качества продукции (товаров, работ, услуг);
- 6) Способствует развитию общественного производства, эффективному использованию экономических ресурсов, в том числе и в региональном развитии.


Конкуренция и её виды



Конкуренция возникла одновременно с товарным производством. Однако только при капитализме она превращается в главный элемент рыночного регулирования. Основное внимание акцентируется на ценовой конкуренции, когда рынок воздействовал на товаропроизводителей исключительно через механизм спроса и предложения с соответствующим колебанием цен.

В этот период четко определились два основных вида конкурентной борьбы эпохи классического капитализма со свободным (совершенным) рынком: *внутриотраслевая* и *межотраслевая* конкуренция.

Конкуренция и её виды



Внутриотраслевая конкуренция определяет соперничество предпринимателей одной отрасли, производящих однотипную продукцию. В этом случае выигрывают предприятия с более высокой производительностью труда, технически и организационно превосходящие конкурентов.

Межотраслевая конкуренция - это конкуренция между предпринимателями разных отраслей. Капиталы из менее прибыльных отраслей перемещаются в более прибыльные сферы производства.

Конкуренция и её виды

Постоянный перелив капитала в погоне за прибылью объективно создавал объективное неустойчивое динамичное равновесие. Оно обеспечивало получение равной прибыли на равный капитал независимо от его вложения.

Классификация видов конкурентной борьбы зависит от количества производителей и их доли влияния, объема продаж или покупок на рынке, соответственно различают совершенную (свободную, чистую) и несовершенную (монополистическую) конкуренцию.

Совершенная конкуренция

Совершенная конкуренция характеризует такое состояние ситуации на рынке, когда влияние каждого участника экономического процесса чрезвычайно мало.

Признаки совершенной конкуренции:

- ✓ наличие большого количества продавцов и покупателей, абсолютно свободный доступ на рынок и выход из него;
- ✓ товар однороден у всех производителей. Отсутствуют торговые марки и другие индивидуальные характеристики качества товара;
- ✓ покупатель вправе выбрать любого продавца, исключены все формы дискриминации потребителей;
- ✓ отсутствие возможности у покупателей и продавцов влиять на цены, потому как их количество велико, а доля влияния каждого в отдельности на спрос и предложение ничтожна;
- ✓ абсолютная мобильность производственных ресурсов. Каждый участник конкуренции вкладывает свои средства с целью получения дохода и может на это рассчитывать только в том случае, если при перемещении его капитала происходит расширение производства и продаж. Для этого привлекаются дополнительные ресурсы, осваиваются передовые технологии и т. д.;
- ✓ полное знание предпринимателями состояния рынка о предложении и спросе, ценах, норме прибыли и т.д. Роль маркетинговых исследований, политики цен, рекламы, стимулирования сбыта и прочих мероприятий


Несовершенная конкуренция

Рынок несовершенной конкуренции предполагает функционирование одной или нескольких крупных предпринимательских структур, занимающих доминирующее положение и контролирующих рынок какого-либо товара.



Несовершенная (монополистическая) конкуренция

1) Чистая (абсолютная) монополия.




Монополистическая деятельность (Согласно ФЗ №135 ст.4) - злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия (бездействие), признанные в соответствии с федеральными законами монополистической деятельностью.

Монополия - это исключительное право на осуществление какой-либо деятельности.

Признаки чистой монополии:

- ✓ единственный продавец продукта или услуги - монополист;
- ✓ реализуемый продукт уникален, нет его хороших или близких заменителей. Поэтому покупатель вынужден платить установленную цену или отказаться от покупки. Ситуация характерна для некоторых сырьевых отраслей, принципиально новых продуктов или эксклюзивной продукции;
- ✓ полный контроль монополиста над ценой товара и объемом продаж. Иначе можно сказать, что монополист обладает реальной рыночной властью;
- ✓ монополистом устанавливаются трудно преодолимые барьеры для потенциальных конкурентов как естественного, так и искусственного происхождения. В первом случае речь идет об естественных монополиях.





Естественные монополии - это предприятия, имеющие в своем распоряжении редкие и свободно не воспроизводимые элементы производства (редкие металлы, например), а также предприятия общественного пользования (электро- и водоснабжения, линии связи и пр.).

Естественной государственной монополией традиционно являются, *например, организация и регулирование центральных денег в стране, закупка продукции военного назначения и другие изделия и услуги стратегического назначения.*

Искусственные барьеры (юридические ограничения):

Лицензия - это право фирмы на исключительное осуществление определенного вида деятельности, на ввоз и вывоз товаров, разрешение на пользование патентами.

Авторское право законодательно контролирует продажу и распространение оригинального произведения в интересах его автора (книги, научные публикации, музыкальные произведения, компьютерные программы и т.д.).

Действительно при жизни автора и еще 50 лет после его смерти в интересах его наследников.

Товарный знак - это специальный символ, позволяющий узнавать (идентифицировать) товар, услугу или фирму.

Конкурентам запрещается использовать зарегистрированные товарные знаки, бренды и логотипы, подделывать их или применять похожие, вводящие потребителя в заблуждение.

Патент - свидетельство, удостоверяющие исключительные права автора на распоряжение созданным им благом, технологией, конструкцией и т.п. Владелец патента вправе его продать или уступить.

Монополистическая конкуренция

2) Монополистическая конкуренция - это рыночная ситуация, при которой относительно большое количество производителей предлагает похожую, но не идентичную с точки зрения потребителей продукцию. Если в условиях чистой конкуренции фирмы производят однородную или стандартизированную продукцию, то при монополистической - дифференцированную.

Каждая фирма продает особый тип товара, отличающийся качеством, дизайном, удобством обслуживания, сроком службы. Следовательно, фирмы вступают в своеобразное соперничество не столько через цены, сколько через всемерную дифференциацию продукции и услуг. Еще одна важная характеристика этой модели - относительная легкость вступления в рынок. Производители, работающие на таком рынке, обычно являются не крупными предпринимателями. Поэтому им требуется для становления сравнительно небольшой первоначальный капитал.

Олигополия

3) Олигополия - главная особенность модели несовершенной конкуренции - небольшое количество ее участников (до десяти). Эти фирмы контролируют большой сегмент (около 20-40%) определенного рынка товаров или услуг. Проникновение новых фирм на этот рынок весьма затруднено. Олигополии могут производить как однородную, так и дифференцированную продукцию.

Однородность преобладает на рынках сырья и полуфабрикатов (энергоресурсов, сталь, цемент), дифференциация - на рынках потребительских товаров (аудио- и видеотехника, автомобили, бытовая техника и т. д.).

Малочисленность крупных фирм способствует монополистическим соглашениям между собой. Они договариваются (гласно и негласно) о разделе рынка, по установлению цен или по другим способам ограничения конкуренции между собой. На олигополистическом рынке цены меняются не часто. Распространено так называемое лидерство в ценах - когда одна из ведущих фирм устанавливает цену, а остальные олигополисты ориентируются на нее.

2. Методы конкурентной борьбы и типы конкурентного поведения. Стратегия фирм.

Механизм ценообразования непрерывно снабжает предпринимателей информацией об изменениях на рынке, появлении новых условий и т.п. Выживают сильнейшие и вытесняются слабые, неконкурентоспособные предприниматели и фирмы.

При этом используются различные методы конкуренции. Традиционно выделяют две условные группы методов конкуренции - *ценовые* и *неценовые*.

Олигополия

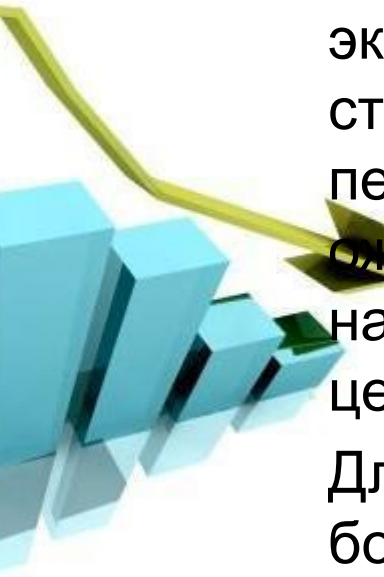
Ценовая конкуренция предполагает продажу товаров или предложение услуг по более низким ценам, чем у конкурентов. Снижение цены происходит за счет снижения издержек производства или уменьшения прибыли без изменения ассортимента и качества производимой продукции.

Неценовая конкуренция предполагает продажу товаров или предложение услуг за счет влияния на спрос каких-либо других факторов, помимо цены.

Неценовая конкуренция

Предполагает:

- ✓ предложение продукции более высокого качества, с лучшими показателями надежности и срока службы;
- ✓ изменение свойств (например, безопасность, экологичность, эстетичность, удобство и простота эксплуатации);
- ✓ создание новой продукции для удовлетворения не существовавших ранее потребностей;
- ✓ постоянное обновление свойств продукции, являющейся символом моды или престижности, фирменных товаров (товарные марки, знаки);
- ✓ совершенствование сопутствующих услуг (демонстрация, установка, доставка), послепродажного сервисного обслуживания (гарантийный ремонт, в частности).



В настоящее время наблюдается преобладание **неценовых методов** (конкуренция на основе качества) над ценовыми. Основу соперничества между предприятиями (фирмами) составляет борьба за дифференцированный спрос и, разрабатывая свою экономическую политику, предпринимательская структура в современных условиях ориентируется в первую очередь на учет динамики потребительских ожиданий. И уже в рамках этого определяются направления и пути снижения издержек и уменьшение цены.

Для достижения своих основных целей, конкурентная борьба заставляет соперничающих субъектов хозяйствования применять изощренные маркетинговые ходы, внедрять инновации, повышать качество продукции, снижать ее себестоимость – то есть действовать максимально эффективно.

Модель пяти сил конкуренции М. Портера

Профессор Гарвардского университета Портер предположил, что состояние конкуренции в той или иной отрасли можно охарактеризовать при помощи следующих пяти конкурентных сил:

- внутриотраслевое соперничество между продавцами;
- попытки фирм из других отраслей завоевать рынок своими товарами-заменителями (субститутами);
- возможность возникновения на рынке новых фирм-конкурентов (внутри данной отрасли);
- способность поставщиков сырья и материалов диктовать свои условия;
- способность потребителей диктовать свои условия.

Модель пяти сил конкуренции М. Портера

