

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономической теории и логистики

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА
в сфере радиоэлектроники

Краткий курс лекций

Брест 2024

УДК 334.721.37/.39:334.72012.32(076.5)(075.8)
ББК 65.290

В пособии излагаются основные вопросы содержания предпринимательской деятельности, дается характеристика организационно-правовым формам собственности предприятий, излагается порядок регистрации и ликвидации юридических лиц, детально освещаются экономические аспекты деятельности предприятий, рассматриваются показатели экономической эффективности организаций.

Курс лекций адресован студентам специальностей «Программируемые мобильные системы» и «Промышленная электроника».

Составители: Ермакова Э. Э., ст. преподаватель, м. э. н.
Хвисевич Н. Ю., ст. преподаватель, м. э. н.

Рецензенты: Варакулина М. В., доцент кафедры философии и экономики УО «БрГУ им. А. С. Пушкина», кандидат экономических наук, доцент
Гарчук И. М., заведующая кафедрой менеджмента УО БрГТУ, кандидат экономических наук, доцент

ПРЕДИСЛОВИЕ

Развитие экономики требует создания условий для повышения уровня предпринимательской активности, основой которой является знание правового регулирования бизнеса в Республике Беларусь и понимание основных экономических законов.

Знания в организации бизнес-процессов, инвестиционной и инновационной деятельности субъектов хозяйствования в современных условиях выступают залогом успеха для специалистов в сфере радиоэлектроники при организации собственного бизнеса, реализации бизнес-проектов, участии в предпринимательской деятельности и выходе на рынок труда. Изучение дисциплины «Основы бизнеса и права в сфере радиоэлектроники» является одним из средств формирования знаний таких специалистов.

Краткий курс лекций построен в соответствии с учебной программой «Основы бизнеса и права в сфере радиоэлектроники», представлен в лаконичной форме и адресован студентам специальностей «Программируемые мобильные системы» и «Промышленная электроника».

Весь материал данного курса основан на законодательных и нормативных актах, действующих в Республике Беларусь в сфере предпринимательства. Структуризация содержания курса лекций позволила реализовать ряд важнейших дидактических задач:

- выделить основные и опорные понятия, определить их значимость в системе знаний;
- установить связи между понятиями;
- построить рациональную последовательность изложения учебного материала.

В курсе лекций излагаются основные вопросы содержания предпринимательской деятельности, дается характеристика организационно-правовым формам собственности предприятий, излагается порядок регистрации и ликвидации юридических лиц, детально освещаются экономические аспекты деятельности предприятий, рассматриваются показатели экономической эффективности организаций.

Цель краткого курса лекций – систематизировать знания практического использования в области организации и осуществления предпринимательской деятельности, бизнес-планирования, управления организацией, проведения маркетинговых исследований, осуществления охраны объектов интеллектуальной собственности.

С помощью курса лекций предполагается решить две задачи:

- предоставить обучаемому минимальный объем информации по предмету;
- помочь студенту перейти к более углубленному изучению отдельных разделов предмета.

Тема 1. Предпринимательство как основа развития бизнеса в условиях рыночной экономики

1.1 Сущность предпринимательства

1.2 Функции и принципы предпринимательства

1.3 Классификация предпринимательства

1.1 Сущность предпринимательства

Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных,

переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления [ГК].

Законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность.

Признаки предпринимательства:

– предпринимательство – это самостоятельная деятельность дееспособных граждан и их объединений и инициативная деятельность, направленная на реализацию способностей граждан и удовлетворение тем самым потребностей других лиц и общества;

– предпринимательство – это деятельность рисковая (предприниматель рискует и преодолевает сопротивление среды, государство не берет на себя ответственность за возможные предпринимательские потери) и это не разовая сделка, а процесс, направленный на систематическое извлечение прибыли (дохода) законным путем;

– предпринимательство – это деятельность, осуществляемая физическими и юридическими лицами, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей или юридических лиц, и осуществляемая в соответствии с правовыми законодательными актами;

– основной мотив осуществления предпринимательской деятельности – получение прибыли (в законодательстве сформулированы способы получения прибыли: путем пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг).

Предпринимательская деятельность как процесс представляет собой систему последовательных действий, конечной целью которых является прохождение пути от поиска предпринимательской идеи до практического ее воплощения.

Основными стадиями предпринимательского процесса являются:

- поиск идеи и ее оценка;
- анализ рыночной информации;
- составление бизнес-плана (экспертная оценка идеи);
- поиск и приобретение необходимых ресурсов;
- управление предпринимательским процессом, контроль.

Субъекты предпринимательской деятельности – это лица, которым законодательством предоставлено право осуществления хозяйственной деятельности.

Признаки субъектов предпринимательства:

- легитимность деятельности;
- наличие обособленного имущества;
- возможность от своего имени приобретать права и нести обязательства в предпринимательском обороте;
- ответственность за свои действия в процессе предпринимательской деятельности.

Юридическое лицо – организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Виды юридических лиц:

- коммерческие организации, целью которых является извлечение прибыли от деятельности и ее распределение между участниками;
- некоммерческие организации, основные цели которых не связаны с получением прибыли.

1.2 Функции и принципы предпринимательства

Предпринимательство выполняет различные функции. Среди них:

- **общеэкономическая** функция определяет то, что предпринимательская деятельность направлена на производство товаров, выполнение работ, оказание услуг и реализацию их конкретным потребителям;
- **ресурсная** функция предполагает эффективное использование воспроизводимых и ограниченных ресурсов;
- **творческо-поисковая** функция или инновационная связана с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, с выработкой новых средств и факторов для достижения предпринимательских целей;
- **социальная** функция выражается в возможности дееспособного гражданина быть собственником дела, с наибольшей отдачей проявлять свои индивидуальные таланты;
- **организаторская** функция проявляется в принятии самостоятельного решения об организации собственного дела, во внедрении внутрифирменного предпринимательства, в формировании предпринимательского управления, в создании сложных предпринимательских структур, в изменении стратегии деятельности предпринимательской фирмы.

Основными принципами предпринимательства являются:

- принцип **дозволительной направленности**. Согласно этому принципу в правоотношениях устанавливаются строго и четко сформулированные запреты;
- принцип **равенства участников**. Принцип состоит в том, что все субъекты экономических отношений участвуют в гражданских правоотношениях как лица равноправные;
- принцип **неприкосновенности собственности**. Собственность, приобретенная законным способом, защищается государством;
- принцип **свободы договора**. В соответствии с этим принципом стороны сами решают вопрос, вступать или не вступать в договор, каковы должны быть условия договора, в какой вид договора целесообразно вступить;
- принцип **недопустимости произвольного вмешательства в частные дела**. Принцип предусматривает право каждого на защиту от незаконного вмешательства в его личную жизнь;
- принцип **судебной защиты нарушенных прав**. Защита осуществляется в судебном порядке.

1.3 Классификация предпринимательства

Предпринимательство можно классифицировать по различным признакам:

- по **форме собственности** (частное и государственное);
- по **признакам законности** (законное и незаконное (теневое));
- в зависимости от **количества участников или учредителей** (индивидуальное, коллективное);

- по **форме ответственности учредителей** (с полной ответственностью, с субсидиарной ответственностью);
- по **уровню прибыльности** (высокорентабельное, низкорентабельное);
- по **охвату территории** (местное, национальное, международное);
- по **количеству видов деятельности** (специализированное, узкоспециализированное, широкопрофильное);
- по **устойчивости производственного процесса** во времени (сезонное, несезонное);
- по **отраслевой принадлежности** (промышленности, сельского хозяйства, транспорта, связи, торговли, общественного питания, др.);
- по **участию иностранного капитала** (национальное, с иностранными инвестициями, зарубежное);
- по **размерам** (микро-, малое, среднее, крупное);
- по **организационно-правовым формам** (унитарное предприятие, предприятие-общество, производственный кооператив, др.);
- по **содержанию предпринимательской деятельности и ее связи с основными стадиями воспроизводства** (производственная, коммерческая, финансовая, посредническая, страховая, консультативная деятельности).

Предпринимательство в сфере радиоэлектроники

Отрасль приборостроения и электроники является высокотехнологичным и капиталоемким сектором, характеризующимся высоким инновационным и интеллектуальным потенциалом. Она охватывает производство вычислительной, электронной и оптической аппаратуры, а также производство электрооборудования.

По содержанию сюда относят:

- производство компьютеров, периферийного, электронного и оптического оборудования, компонентов для этого оборудования;
- производство электронной бытовой техники, приборов и инструментов для измерения, контроля, испытаний, навигации; производство часов, магнитных и оптических носителей информации;
- производство рентгеновского, электромедицинского и электротерапевтического оборудования;
- производство составляющих и запасных частей для данной продукции.

Тема 2. Особенности предпринимательской деятельности

Типология предпринимателя

2.1 Сущность управленческой деятельности

2.2 Принципы и методы управления

2.3 Функции управления

2.4 Портрет современного предпринимателя

2.1 Сущность управленческой деятельности

Процесс управления предполагает выполнение функций планирования, организации, мотивации, контроля, осуществляя которые менеджеры обеспечивают условия для производительного и эффективного труда занятых в организации работников и получение результатов, соответствующих целям.

Цель управления предприятием – обеспечение прибыльности и доходности предприятия путем рациональной организации производственного процесса и эффективного использования кадрового потенциала.

Задачи управления предприятием:

- организация производства товаров (работ, услуг) с учетом потребностей потребителей на основе имеющихся материальных ресурсов;
- стимулирование труда работников предприятия;
- согласование действий всех подразделений предприятия;
- контроль за деятельностью предприятия.

В управлении предприятием выделяют две основные **подсистемы:**

- управляющая или субъект управления (включает совокупность специальных отделов, служб, людей, которые осуществляют руководство предприятием);
- управляемая или объект управления (работники предприятия, трудовой коллектив, товар, услуга, работа, ресурсы, др., на которые направлен процесс управления).

В деятельности предприятия выделяют **три уровня управления:**

- высший уровень управления (top management) – это непосредственно руководитель и его заместители, на этом уровне решаются стратегические задачи и определяется «линия» развития предприятия;
- средний уровень управления – это руководители функциональных подразделений предприятия (начальники отделов);
- низший уровень (исполнительный) – отдельные специалисты, руководители низших звеньев управления (бригадиры, мастера).

2.2 Принципы и методы управления

Принципы управления – это основополагающие идеи и закономерности, которые используются при управлении предприятием.

Принципы управления делятся:

на общие:

- принцип применимости;
- принцип системности;
- принцип многофункциональности;
- принцип интеграции;
- принцип ориентации на ценности;

и на частные:

- принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении;
- принцип коллегиальности;
- принцип научной обоснованности управления;
- принцип плановости;
- принцип сочетания планов, обязанностей, ответственности;
- принцип частной автономии и свободы;
- принцип мотивации;
- принцип демократизации управления.

Методы управления предприятием – это приемы и способы воздействия руководителя на всех работников или отдельных работников для достижения целей предприятия.

Существуют три типовых метода управления:

- организационно-распорядительный или административно-командный;
- экономический (товарно-денежный);
- социально-психологический (затрагивающий духовные интересы).

Организационно-распорядительный или административный-командный метод основан на прямых указаниях. Данный метод обеспечивает четкость, дисциплинированность и порядок в работе персонала, закреплен в положениях структурных подразделений, инструкциях и функциональных обязанностях должностных лиц.

Экономический метод основан на экономических стимулах, обеспечивающих удовлетворение материальных потребностей при условии эффективной общей деятельности организации. Может быть выражен в премиальных разовых выплатах, льготных ценах и других стимулирующих выплатах.

Социально-психологический метод основан на мерах повышения социальной активности работников. Социальные методы управления учитывают социальные потребности и мотивы работников предприятия, психологические основы формирования рабочих групп персонала, а также мотивы личного и группового взаимодействия работников в трудовой деятельности. Основная причина применения данного метода – результаты труда во многом зависят от целого ряда психологических факторов.

Каждый из методов имеет свои преимущества и недостатки, используются в организации в совокупности, в зависимости от сложившейся ситуации во внутренней и внешней среде.

2.3 Функции управления

Функции управления организацией – составные части процесса управления, виды управленческой деятельности.

Общие (основные) функции управления:

- планирование (прогнозирование);
- организация, координация;
- стимулирование (активизация, мотивация);
- контроль (анализ, учет).

Планирование предполагает выбор целей и плана действий по их достижению. Планирование предполагает оценку предыдущего развития, анализ существующей ситуации и постановку реальных задач на будущее, а также позволяет скоординировать усилия исполнителей в направлении достижения целей организации.

Планирование в общем понимании – это постановка целей и разработка путей их достижения.

По содержанию плановых решений выделяют планирование:

- стратегическое;
- тактическое;
- оперативно-календарное;
- бизнес-планирование.

Организация обеспечивает распределение задач и ресурсов между отдельными подразделениями и сотрудниками, установление системы их взаимодействия, осуществление координации их действий для реализации планов и достижения целей организации.

Функция организации представляет собой совокупность действий персонала управления, направленных на создание организационных условий для наиболее эффективного достижения желаемых результатов.

Сущность координации заключается в обеспечении согласованности действий всех звеньев системы управления, сохранении, поддержании и совершенствовании установленного режима работы производственного механизма.

Мотивация – это целенаправленное побуждение сотрудников к осуществлению результативных действий по реализации планов и достижению целей организации.

Выделяют следующие **основные методы мотивации** персонала:

- целевой – постановка перед подчиненными новых интересных трудовых целей;
- экономический – денежное поощрение (премии) либо наказание (штрафы);
- расширение масштаба и обогащение работы.

Задача мотивации заключается в том, чтобы члены организации выполняли работу в соответствии с делегированными им обязанностями и соотносились с планом.

Контроль предусматривает сравнение реально достигнутых результатов с запланированными на основе информации о текущих итогах деятельности организации, ее подразделений и сотрудников с целью устранения выявленных отклонений. По результатам контроля осуществляется регулирование (обратная связь), включающее корректировку планов, хода их выполнения и механизма мотивации.

Главная задача контроля – количественная и качественная оценка результатов работы организации, ее подразделений и сотрудников с обязательным устранением выявленных отклонений.

2.4 Портрет современного предпринимателя

Предприниматель – это человек, который владеет определенным бизнесом и осуществляет свою деятельность в соответствии с возможным риском, стремясь при этом получить прибыль. Исходя из этого определения, человек, имеющий свое дело, должен быть самостоятелен и достаточно инициативен.

Основные характерные черты, свойственные современному предпринимателю.

1. **Уверенность в себе.** На людей, которые обладают этой чертой характера, не оказывают влияния неудачи и ошибки. Они, как правило, не нуждаются в чьей-то поддержке или одобрении.

2. **Уравновешенность.** Выражается в умении не поддаваться панике в тяжелых стрессовых ситуациях. Хороший предприниматель должен качественно оценивать любую ситуацию и уметь справляться с любыми возникающими проблемами.

3. **Энтузиазм.** Данная черта характера предпринимателя позволяет находить позитив даже в самой сложной ситуации, поддерживать свой коллектив в трудную минуту и не бояться перемен.

4. **Лидерство.** Успешный предприниматель – это лидер своего коллектива, который не боится брать на себя ответственность за других.

5. **Коммуникабельность.** Умение расположить к себе коллег и партнеров играет очень важную роль в предпринимательстве.

6. **Добросовестность.** Такой предприниматель стремится сделать все наилучшим образом, не упустить ни малейшей детали и вызывает уважение у партнеров и коллег по бизнесу.

7. **Практичность.** Он всегда должен оценивать конкретную обстановку и понимать, какое решение надо принимать в отдельно взятом случае.

8. **Креативность.** Именно они являются неким источником инновационных идей и предложений.

9. **Авантюризм.** Довольно часто в бизнесе надо принимать рискованные решения, без которых не добьешься позитивного результата.

10. **Целеустремленность.** Является очень важным фактором для достижения поставленных целей.

Кроме перечисленных черт характера, успешному бизнесмену необходимо обладать пытливым умом и наблюдательностью; аналитическим складом ума; развитой интуицией; здоровым недоверием; способностью к стратегическому планированию; умением к принятию быстрых и нестандартных решений.

Все эти качества можно приобретать и развивать.

Тема 3. Организационно-правовые формы предприятия

3.1 Формы основных предпринимательских формирований

3.2 Порядок создания и регистрации предпринимательских структур

3.3 Экономическая сущность банкротства. Содержание процедуры банкротства

3.4 Порядок ликвидации юридических лиц и прекращения деятельности индивидуальных предпринимателей

3.1 Формы основных предпринимательских формирований

Организационно-правовая форма предприятия – это форма юридической регистрации предприятия, которая создает этому предприятию определенный правовой статус. В соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь субъекты хозяйствования могут функционировать в следующих формах.

Хозяйственное товарищество – это форма предпринимательской деятельности, при которой имущество предприятия формируется за счет вкладов нескольких граждан и (или) юридических лиц, которые объединяются для совместной деятельности на основе договора между ними.

Бывает две формы хозяйственного товарищества: полное и коммандитное.

Полное товарищество – это товарищество, участники которого («полные товарищи») в соответствии с заключенным договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества [ГК].

Коммандитное товарищество – это товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность

и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом («полными товариществами»), имеется один или несколько участников-вкладчиков («коммандитов»), которые несут риск убытков товарищества в пределах сумм внесенных ими вкладов.

Коммандитное товарищество создается и действует на основании учредительного договора. Учредительный договор подписывается всеми «полными товарищами».

Хозяйственное общество – это юридическое лицо, созданное по соглашению юридическими лицами и (или) гражданами путем объединения их имущества с целью осуществления хозяйственной деятельности. Виды хозяйственных обществ следующие:

- с ограниченной ответственностью (ООО; уставный фонд разделен на доли);
- с дополнительной ответственностью (ОДО; рискуют не только вкладом, но и собственным имуществом);
- акционерные (ОАО, ЗАО; уставный фонд разделен на доли, есть акции).

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – это общество, созданное одним или несколькими лицами, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров.

Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов [ГК].

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) – это учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров.

Учредители ОДО несут совместную имущественную ответственность по долгам ОДО своим имуществом в ограниченном размере, предусмотренном уставом.

Размер дополнительной ответственности не может быть менее размера, установленного законодательными актами.

Участники общества с дополнительной ответственностью солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, установленных учредительными документами общества.

При банкротстве одного из участников общества его ответственность по обязательствам ОДО распределяется между участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества.

Акционерное общество – это коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права учредителей (акционеров) по отношению к акционерному обществу.

Уставный фонд акционерного общества составляет номинальную стоимость акций.

Уставный фонд ОАО и ЗАО должен быть не менее минимального размера, предусмотренного законодательством.

Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Открытое акционерное общество (ОАО) – общество, которое вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и осуществлять их свободную продажу с учетом требований законодательства.

Закрытое акционерное общество (ЗАО) – общество, акции которого размещаются только среди акционеров этого общества и определенного в соответствии с законодательством об акционерных обществах ограниченного круга лиц.

Правовые основы создания и управления акционерным обществом устанавливаются ГК Республики Беларусь и Законом Республики Беларусь «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью».

Производственный кооператив – это коммерческая организация, участники которой осуществляют предпринимательскую деятельность на началах объединения имущественных паевых взносов и личного трудового участия. Они несут субсидиарную ответственность по обязательствам кооператива в пределах, установленных Уставом, но не менее величины полученного годового дохода в кооперативе.

Унитарное предприятие – это коммерческая организация, учрежденная по решению собственника имущества (физического или юридического лица, уполномоченного государственного органа), которое принадлежит ей на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками.

Крестьянское (фермерское) хозяйство – самостоятельный хозяйственный комплекс, деятельность которого основана преимущественно на личном труде членов одной семьи, совместно ведущих товарное производство сельскохозяйственной продукции.

3.2 Порядок создания и регистрации предпринимательских структур

Порядок государственной регистрации предпринимательских структур осуществляется в соответствии с Положением о государственной регистрации субъектов хозяйствования, утвержденным Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования».

К **основным этапам** создания предприятия относят:

1. Инициатива создания и выбор организационно-правовой формы.
2. Подготовка учредительных документов:
 - разработка учредительных документов: устава и учредительного договора;
 - составление протокола собрания участников.
3. Согласование наименования юридического лица, его юридического адреса:
 - согласование наименования юридического лица;
 - выбор юридического адреса.

4. Формирование уставного фонда:
 - определение размера уставного фонда (для ЗАО – 100 базовых величин, для ОАО – 400 базовых величин);
 - формирование уставного фонда;
 - открытие временного счета в банке.
5. Государственная регистрация юридического лица.
Перечень документов:
 - заявление о государственной регистрации;
 - устав (учредительный договор) в двух экземплярах и его электронная версия;
 - копия документа, удостоверяющего личность предпринимателя;
 - оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.
6. Подготовка к началу ведения хозяйственной деятельности:
 - изготовление печати;
 - открытие расчетного счета.

Реорганизация представляет собой изменение организационно-правовой формы юридического лица.

Основные способы реорганизации фирмы следующие:

- слияние нескольких юридических лиц в одно новое;
- присоединение одного юридического лица к другому;
- разделение юридического лица на несколько новых организаций;
- выделение из состава организации юридических лиц, др.

От правовой формы реорганизуемого предприятия зависит порядок осуществления процедуры реорганизации (принятие решения, подготовка необходимой документации).

3.3 Экономическая сущность банкротства. Содержание процедуры банкротства

Процедура банкротства регламентируется Законом Республики Беларусь от 13.07.2012 г. № 415-З «Об экономической несостоятельности (банкротстве)».

Банкротство – неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением хозяйственного суда **о банкротстве с ликвидацией должника** – юридического лица, прекращением деятельности должника – индивидуального предпринимателя (решение об открытии ликвидационного производства) [Закон].

Экономическая несостоятельность – неплатежеспособность, имеющая или приобретающая устойчивый характер, признанная решением хозяйственного суда **об экономической несостоятельности с санацией должника** (решение о санации). При неспособности субъекта предпринимательства после наступления установленного срока выполнить свои денежные обязательства перед другими лицами, бюджетом, иначе как через восстановление его платежеспособности этот субъект (должник) признается несостоятельным (практическая неплатежеспособность)

В качестве показателей для оценки платежеспособности субъектов хозяйствования используются следующие коэффициенты:

– **коэффициент текущей ликвидности**, характеризующий общую обеспеченность субъекта хозяйствования собственными оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств;

– **коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами**, характеризующий наличие у субъекта хозяйствования собственных оборотных средств, необходимых для его финансовой устойчивости;

– **коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами**, характеризующий способность субъекта хозяйствования рассчитываться по своим финансовым обязательствам после реализации активов. Нормативные значения коэффициентов платежеспособности, дифференцированы по видам экономической деятельности.

Согласно указанным выше законодательным актам, критерием:

1) **признания субъекта хозяйствования платежеспособным** является наличие коэффициента текущей ликвидности и (или) коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на конец отчетного периода в зависимости от основного вида экономической деятельности, имеющих значения более приведенных в нормативных значениях коэффициентов или равные им;

2) **признания субъекта хозяйствования неплатежеспособным** является наличие одновременно коэффициента текущей ликвидности и коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами на конец отчетного периода в зависимости от основного вида экономической деятельности, имеющих значения менее приведенных в нормативных значениях коэффициентов;

3) **неплатежеспособности, приобретающей устойчивый характер**, является неплатежеспособность субъекта хозяйствования в течение четырех кварталов, предшествующих составлению последнего бухгалтерского баланса;

4) **неплатежеспособности, имеющей устойчивый характер**, является неплатежеспособность субъекта хозяйствования в течение четырех кварталов, предшествующих составлению последнего бухгалтерского баланса, и наличие на дату составления последнего бухгалтерского баланса значения коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами, превышающего нормативные значения коэффициентов.

Процедуры экономической несостоятельности (банкротства)

1. Защитный период – процедура экономической несостоятельности (банкротства), применяемая к должнику с момента принятия хозяйственным судом заявления об экономической несостоятельности (банкротстве) в целях завершения досудебного оздоровления, а также проверки наличия оснований для открытия конкурсного производства и обеспечения сохранности имущества должника.

2. Конкурсное производство – процедура экономической несостоятельности (банкротства), осуществляемая в целях максимально возможного удовлетворения требований кредиторов в соответствии с установленной очередностью, защиты прав и законных интересов должника, а также кредиторов и иных лиц в процедуре санации,

а при невозможности проведения санации или отсутствии оснований для ее проведения – в процедуре ликвидационного производства должника.

Ликвидационное производство – процедура конкурсного производства, применяемая к должнику, признанному банкротом, в целях ликвидации должника – юридического лица или прекращения деятельности должника – индивидуального предпринимателя, продажи имущества должника и удовлетворения требований кредиторов в соответствии с установленной очередностью.

Санация – процедура конкурсного производства, применяемая в целях обеспечения стабильной и эффективной хозяйственной (экономической) деятельности, восстановления платежеспособности должника.

Мировое соглашение в производстве по делу об экономической несостоятельности (банкротстве) – процедура экономической несостоятельности (банкротства) в виде соглашения между должником, конкурсными кредиторами, а также третьими лицами об уплате долгов, в котором предусматриваются освобождение должника от долгов, или уменьшение сумм долгов, или рассрочка (отсрочка) их уплаты, а также срок уплаты долгов и тому подобное, применяемого на любой стадии конкурсного производства в целях прекращения производства по делу об экономической несостоятельности (банкротстве) и утверждаемого хозяйственным судом, рассматривающим дело об экономической несостоятельности (банкротстве).

3.4 Порядок ликвидации юридических лиц и прекращения деятельности индивидуальных предпринимателей

Вопросы, связанные с ликвидацией (прекращением деятельности) субъектов хозяйствования, урегулированы Гражданским кодексом Республики Беларусь, Положением о ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования, утвержденным Декретом Президента Республики Беларусь от 16.01.2009 № 1.

Перечень оснований для ликвидации, предусмотрен в пункте 2 статьи 57 ГК, а также в Положении о ликвидации.

Существует два пути «выхода» из бизнеса:

- ликвидация, когда у предприятия достаточно денег, чтобы рассчитаться со всеми своими кредиторами (принимается решение ликвидироваться);
- банкротство, когда у предприятия недостаточно денег, чтобы рассчитаться со всеми своими кредиторами (дело о банкротстве; экономическая несостоятельность должников).

Ликвидация (банкротство) предприятия представляет собой последовательность действий, направленных на исключение предприятия (предпринимателя) из Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Юридическое лицо может быть ликвидировано:

- **по решению собственника имущества** (учредителей, участников) либо органа юридического лица, уполномоченного уставом (учредительным договором – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора), в том числе в связи с истечением срока, на который создано это юридическое лицо, достижением цели, ради которой оно создано, нарушением коммерческой организацией порядка

формирования уставного фонда, установленного законодательством, признанием судом, рассматривающим экономические дела, государственной регистрации юридического лица недействительной.

– **по решению суда** в случаях:

1) осуществления субъектом деятельности без надлежащего специального разрешения (лицензии) или запрещенной деятельности, или с неоднократными грубыми нарушениями;

2) признания судом государственной регистрации ЮЛ недействительной, аннулирования государственной регистрации ИП;

3) экономической несостоятельности (банкротства) субъекта;

4) уменьшения стоимости чистых активов ОАО, ЗАО ниже установленных минимальных размеров уставного фонда;

– **по решению регистрирующего органа** в случае неосуществления коммерческой организацией предпринимательской деятельности в течение двадцати четырех месяцев подряд.

Этапы ликвидации предприятия:

– принятие решения о ликвидации;

– публикация сведений о ликвидации предприятия;

– переоформление счетов в банке;

– уведомление заинтересованных лиц;

– проведение инвентаризаций;

– увольнение работников;

– сдача статистической отчетности в процедуре ликвидации;

– проведение проверок ликвидируемого предприятия;

– составление промежуточного ликвидационного баланса;

– перечень мероприятий для закрытия предприятия;

– сдача документов в архив по личному составу;

– подача документов в регистрирующий орган для исключения предприятия.

Тема 4. Правовое обеспечение бизнеса. Государственная поддержка бизнеса

4.1 Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве

4.2 Характеристика форм собственности в Беларуси

4.3 Правонарушение и юридическая ответственность предпринимателя

4.4 Понятие и виды сделок

4.5 Ремесленная деятельность и деятельность без регистрации юридического лица

4.1 Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве

Государственное регулирование деятельности субъектов предпринимательства – это целенаправленная деятельность государства в лице соответствующих законодательных, исполнительных и контролирующих органов, которые посредством системы функций, форм и методов создают условия для достижения поставленных целей и решения важнейших экономических и социальных задач.

Основной источник регулирования гражданско-правовых отношений – **Гражданский кодекс Республики Беларусь**.

Среди нормативно-правовых актов **основными в области развития предпринимательства** и определяющими для построения системы нормативно-правовых актов, детально регулирующих различные аспекты деятельности предпринимательства, являются:

Закон Республики Беларусь от 1 июня 2010 г. № 148-З «О поддержке малого и среднего предпринимательства»;

Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»;

Декрет Президента Республики Беларусь от 7 мая 2012 г. № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности»;

Государственная программа поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь;

Декрет Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства»;

Декрет Президента Республики Беларусь от 21 декабря 2017 г. № 8 «О развитии цифровой экономики»;

Указ Президента Республики Беларусь от 24 апреля 2020 г. № 143 «О поддержке экономики», др.

Роль субъектов предпринимательства в сфере радиоэлектроники заключается:

- в создании технологических инноваций на основе собственных исследований;
- в создании разработок в научных центрах корпораций и малых наукоемких фирм;
- в рыночном освоении инноваций.

4.2 Характеристика форм собственности в Беларуси

Статья 213 Гражданского кодекса Республики Беларусь предусматривают, что собственность может быть государственной и частной. Государство гарантирует равную защиту и равные условия для развития всех форм собственности. Права всех собственников защищаются равным образом.

Частной собственностью является имущество, принадлежащее человеку, физическому лицу. Частная собственность создается и приумножается за счет предпринимательской, трудовой деятельности, ведения собственного хозяйства, вкладов в кредитные учреждения, акции и другие ценные бумаги, приобретения имущества по наследству.

В частной собственности могут находиться: жилые дома, дачи, транспортные средства, денежные средства, акции, предметы личного потребления, средства производства для ведения хозяйственной деятельности, организации торговли и обслуживания, объекты культуры, произведенная продукция и полученные доходы.

Государственная собственность выступает в виде республиканской собственности (собственность Республики Беларусь) и коммунальной собственности (собственность административно-территориальных единиц). Республиканская собственность используется в интересах всего населения Республики Беларусь. Имущество республиканской собственности закреплено за предприятиями и учреждениями Республики Беларусь в соответствии с актами законодательства.

В собственности Республики Беларусь находятся земля, ее недра, воздушное пространство, внутренние водоемы, леса и другие природные ресурсы страны.

Также – имущество республиканских органов власти и управления, средства республиканского бюджета, предприятия и другие объекты, обеспечивающие суверенитет и хозяйственную самостоятельность республики.

Распоряжение имуществом республиканской собственности осуществляет Совет Министров Республики Беларусь или уполномоченные им органы.

Коммунальная государственная собственность принадлежит административно-территориальным образованиям: области, городу, району. В коммунальной собственности могут находиться имущество местных органов власти и управления, средства местного бюджета, жилищный фонд, предприятия и другие объекты, необходимые для экономического и социального развития соответствующей территории.

Распоряжение имуществом коммунальной собственности осуществляют местные Советы депутатов или уполномоченные ими органы.

Характеристика долевой собственности

Если имущество передается в собственность двух или нескольких лиц, возникает общая (долевая) собственность. В общей стоимости имущества определена доля каждого из участников. Собственники могут иметь права на управление коллективной собственностью, часть имущества и доходов, накопленных в результате хозяйственной деятельности.

4.3 Правонарушение и юридическая ответственность предпринимателя

Ответственность предпринимателей – это обязанность и необходимость совершить определенные действия, направленные на восстановление неисполненных установленных (договоренных) обязанностей (обязательств), нарушений прав хозяйствующих субъектов, клиентов, работников, государства. Соответственно, хозяйствующие партнеры, государственные органы несут ответственность перед предпринимателями при невыполнении договорных обязательств, принятии решений, нарушающих права предпринимателей.

Ответственность возникает из-за невыполнения установленных законами обязанностей и обязательств при неисполнении или ненадлежащем исполнении договоров, а именно:

- 1) за неисполнение обязательств перед бюджетом;
- 2) нарушение таможенных правил;
- 3) качество и безопасность товаров (работ, услуг);
- 4) нарушение правил постановки на учет и ведения денежной наличности;
- 5) правонарушения в области строительства;
- 6) нарушение законодательства об уплате обязательных платежей в государственные внебюджетные фонды.

Виды ответственности предпринимателей

Совершая противоправные деяния, предприниматель несет следующие виды ответственности:

- 1) уголовную;
- 2) административную;
- 3) налоговую;

- 4) гражданско-правовую;
- 5) дисциплинарную;
- 6) материальную.

4.4 Понятие и виды сделок

Сделка – это действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей.

Классификация сделок:

В зависимости от числа сторон сделки различают:

- односторонние сделки – когда в сделке выражена воля одной стороны и этого достаточно для наступления правовых последствий. К односторонним сделкам, например, можно отнести завещание, доверенность, объявление конкурса;
- двусторонние сделки – когда в сделке выражена встречная воля двух сторон (иначе – договор). Например, купля-продажа, перевозка, страхование;
- многосторонние сделки – в сделке выражена встречная воля более двух сторон. Например, договор о совместной деятельности.

В зависимости от того, в какой момент сделка считается совершенной можно выделить:

- консенсуальные сделки – сделки, которые считаются заключенными с момента, когда стороны договорились по всем существенным условиям и облекли их в требуемую законом форму (например, договор купли-продажи, поставки);
- реальные сделки – сделки, для заключения которых недостаточно соглашения сторон, требуется еще и передача вещи (договор займа, договор перевозки груза).

Форма сделок

Воля участников сделки может быть выражена словесно (устно или письменно), может быть путем совершения какого-либо действия (конклюдентная). Примером конклюдентной сделки является, к примеру, следующее действие: пробить талон в троллейбусе.

4.5 Ремесленная деятельность и деятельность без регистрации юридического лица

Ремесленная деятельность – это деятельность физических лиц по изготовлению и реализации товаров, выполнению работ, оказанию услуг с применением ручного труда и инструмента, в том числе электрического, осуществляемая самостоятельно, без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам и направленная на удовлетворение бытовых потребностей граждан.

Предпринимательская деятельность без образования юридического лица.

Индивидуальное предпринимательство

Под **индивидуальными предпринимателями** понимаются физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица под свою имущественную ответственность с целью получения прибыли.

На территории Республики Беларусь предпринимательской деятельностью могут заниматься все дееспособные граждане, а также иностранные граждане и лица без гражданства.

Запрещено заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица государственным служащим, работникам милиции, работникам органов Комитета государственной безопасности, военнослужащим, работникам налоговой службы, лицам, лишенным этого права решением суда.

Индивидуальная предпринимательская деятельность имеет следующие преимущества:

- упрощен порядок регистрации предпринимательской деятельности и ведения бухгалтерского учета и отчетности;
- при налогообложении доходы предпринимателя уменьшаются на количество произведенных расходов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
- применяется упрощенная схема налогообложения по выбору: выплата единого фиксированного налога, подоходного налога или налога на прибыль (доходы).

Индивидуальный предприниматель может **прекратить** свою деятельность добровольно, производя расчеты с работниками и подав заявление в регистрирующий орган, вызвав аудитора.

Ликвидация индивидуального предпринимателя может быть реализована в судебном порядке при признании его банкротом, а при недостаточности средств осуществляется продажа личного имущества предпринимателя.

Тема 5. Финансовые ресурсы и капитал коммерческих организаций

5.1 Источники формирования финансовых ресурсов. Капитал организации

5.2 Прибыль как основной финансовый ресурс

5.3 Активный и пассивный капитал

5.1 Источники формирования финансовых ресурсов

Финансовые ресурсы предприятий – это денежные доходы и поступления, находящиеся в распоряжении хозяйствующих субъектов и предназначенные для обеспечения их хозяйственной деятельности и выполнения обязательств перед финансово-кредитной системой.

Источники и виды финансовых ресурсов организации:

- собственные финансовые ресурсы (выручка от реализации, прибыль, амортизационные отчисления, иные собственные источники);
- заемные финансовые ресурсы (банковские кредиты, товарный кредит, лизинг, факторинг);
- привлеченные финансовые ресурсы (выручка от реализации акций, долевой взнос, пай и пр.);
- бюджетные финансовые ресурсы (бюджетные ассигнования, ссуды, субсидии и иные бюджетные средства).

Собственные финансовые ресурсы используются:

- для финансирования текущей деятельности предприятия и осуществления воспроизводственных процессов;

– для уплаты налогов, сборов и обязательных отчислений в бюджет, бюджетные и внебюджетные фонды государства.

Заемные финансовые ресурсы используются:

– для покрытия недостатка собственных средств организации и обеспечение непрерывного процесса производства;

– для обеспечения текущей и инвестиционной деятельности организации.

Привлеченные финансовые ресурсы используются:

– для финансирования инвестиционных проектов;

– для увеличения уставного капитала предприятия.

Бюджетные финансовые ресурсы используются:

– для финансирования государственных проектов, программ, заказов;

– в качестве государственной финансовой помощи.

5.2 Прибыль как основной финансовый ресурс

Прибыль – главный финансовый показатель хозяйственной деятельности коммерческих организаций. Прибыль определяет финансовую устойчивость организации.

Показатели прибыли рассчитываются путём сопоставления доходов и расходов по направлениям деятельности организации:

– текущая деятельность;

– инвестиционная деятельность;

– финансовая деятельность.

Текущая деятельность – основная приносящая доход деятельность организации и прочая деятельность, не относящаяся к финансовой и инвестиционной деятельности.

Доходами по текущей деятельности являются выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг, а также прочие доходы по текущей деятельности.

Расходы по текущей деятельности включают в себя затраты, формирующие:

– себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг;

– управленческие расходы;

– расходы на реализацию;

– прочие расходы по текущей деятельности.

Инвестиционная деятельность – это деятельность организации по приобретению и созданию, реализации и прочему выбытию основных средств, нематериальных активов, доходных вложений в материальные активы, вложений в долгосрочные активы, оборудования к установке, строительных материалов у заказчика, застройщика (инвестиционные активы).

Финансовая деятельность – деятельность организации, приводящая к изменениям величины и состава внесенного собственного капитала, обязательств по кредитам, займам и иных аналогичных обязательств, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике организации.

К показателям прибыли также относят **прибыль до налогообложения**, она определяется как сумма прибыли от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Чистая прибыль – это разница между прибылью до налогообложения и суммой налога на прибыль.

Чистая прибыль является основным источником формирования денежных накоплений организации, итогом ее деятельности за период, в котором эта прибыль была продемонстрирована.

5.3 Активный и пассивный капитал

Активный капитал

Капитал предприятия – общая стоимость средств в денежной, материальной и нематериальной формах, инвестированных в формирование его активов.

Структура капитала в денежной форме включает два основных раздела – долгосрочные активы и краткосрочные активы.

Долгосрочные активы

Основные средства – средства труда, которые многократно используются в хозяйственном процессе, при этом они сохраняют свою натурально-вещественную форму. Стоимость основных средств переносится на готовый продукт частями, по мере их износа в виде амортизации, и возвращается субъекту хозяйствования в процессе реализации.

Нематериальные активы представляют собой вложение финансовых ресурсов в нематериальные объекты, в том числе имущественные права на объекты интеллектуальной собственности; права пользования земельными участками, природными ресурсами и др. Особенности нематериальных активов являются отсутствие материально-вещественной структуры.

Краткосрочные активы

Оборотные средства обеспечивают бесперебойный процесс производства и реализации продукции, работ, услуг.

Оборотные средства меняют свою форму, совершая непрерывный кругооборот, переходя из сферы обращения в сферу производства и обратно.

Пассивный капитал

Структуру капитала организации можно определить как пропорцию, в которой оно использует собственный капитал и обязательства.

Собственный капитал – стоимость средств предприятия, принадлежащая ему на праве собственности и использованная им для формирования определенной части активов.

Заемный капитал характеризуется размером долгосрочных и краткосрочных обязательств организации.

Общие итоги по активу и пассиву баланса совпадают.

Тема 6. Инвестирование в предпринимательской деятельности

6.1 Сущность инвестиционной деятельности

6.2 Инвестиционные проекты

6.3 Бизнес-план

6.4 Оценка эффективности инвестиционных проектов

6.1 Сущность инвестиционной деятельности

Инвестиции – это любое имущество и иные объекты гражданских прав, принадлежащие инвестору на праве собственности, позволяющем ему распоряжаться такими объектами в целях получения прибыли, доходов либо в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним использованием.

Объектами инвестиционной деятельности являются вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды и оборотные средства, ценные бумаги (акции, облигации, банковские депозиты и др.), целевые денежные вклады, научно-техническая продукция, интеллектуальные ценности, другие объекты собственности, а также имущественные права.

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, которые принимают решения о вложении собственных, заемных и привлеченных имущественных и интеллектуальных ценностей. Ими могут быть граждане, юридические лица, государства, в том числе и иностранные представители. Инвесторы могут выступать в роли вкладчиков, кредиторов, покупателей, а также выполнять функции любого участника инвестиционной деятельности.

Различают три основные **формы инвестиций**:

- денежные средства и их эквиваленты (целевые банковские вклады, паи, драгоценные металлы, ценные бумаги);
- движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности);
- имущественные права.

Источниками инвестиций являются:

- собственные финансовые средства (прибыль, накопления, амортизационные отчисления, страховые суммы), а также иные виды активов (основные фонды, земельные участки и т. п.);
- привлеченные средства (средства от дополнительной эмиссии ценных бумаг), благотворительные и иные средства, выделяемые вышестоящими холдинговыми и акционерными компаниями;
- заемные средства (кредиты банков и других институциональных инвесторов, инвестиционных компаний, пенсионных фондов, страховых обществ, облигационные займы);
- бюджетные средства (средства государственного, регионального и местного бюджетов, средства министерств и ведомств, внебюджетных фондов, а также собственные средства государственных предприятий);
- иностранные инвестиции, предоставляемые в форме финансового или иного участия в уставном капитале совместных предприятий, а также в форме прямых вложений в денежной форме.

6.2 Инвестиционные проекты

Инвестиционный проект – обоснование экономической целесообразности, объемов и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций.

Разработка любого инвестиционного проекта – от первоначальной идеи до эксплуатации – может быть представлена в виде цикла, состоящего из трех этапов:

- прединвестиционный;
- инвестиционный;
- эксплуатационный.

Прединвестиционный этап

Проект изучается всесторонне, анализируются его возможности, проводятся предварительные методы оценки, оценка жизнеспособности проекта, обосновывается эффективность и целесообразность инвестиций в рассматриваемый проект при наличии альтернатив.

Затраты на данном этапе невелики, но зависят от масштаба проекта и наполнения данной фазы. В случае положительного результата и перехода к осуществлению проекта эти затраты капитализируются и входят в состав предпроизводственных затрат, а затем относятся на себестоимость продукции проекта.

Прединвестиционный этап включает следующие процессы:

- поиск концепции;
- анализ инвестиционных возможностей;
- технико-экономическое обоснование инвестиций;
- принятие окончательного решения о проекте.

Инвестиционный этап

Предпринимаются конкретные действия, требующие гораздо больших затрат и носящие необратимый характер, т. е. разрабатывается проектно-сметная документация, заказывается оборудование, заключаются контракты, осуществляется строительство, монтаж, пусконаладочные работы, проводится обучение персонала, рекламные мероприятия. На этой фазе формируются постоянные активы предприятия.

Эксплуатационный этап начинается с момента сдачи объекта и ввода его в эксплуатацию. В этой фазе осуществляется пуск в действие предприятия, выпуск готовой продукции или оказание услуг, возвращается банковский кредит. Этот этап характеризуется соответствующими поступлениями и текущими издержками.

6.3 Бизнес-план

Бизнес-планирование – это процесс подготовки экономических, финансовых и правовых решений по созданию, развитию или изменению содержания деятельности предприятия. Бизнес-план охватывает предприятие в целом либо его часть. Он составляется не на продолжение обычной текущей деятельности, а на что-либо новое, требующее дополнительных затрат.

Бизнес-план – это документ, описывающий все основные аспекты будущего фирмы или новой деятельности и содержащий анализ проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы их решения. Бизнес-план может быть разработан как для нового, только создающегося предприятия, так и для уже существующих организаций на очередном этапе их развития.

Потребность в подготовке бизнес-плана возникает при решении актуальных задач деятельности предпринимательства, таких как:

- подготовка заявок существующих и вновь создаваемых частных и акционерных фирм на получение кредитов;
- открытие нового дела и определение профиля будущей фирмы и основных направлений её коммерческой деятельности;
- реперофилитрование существующей фирмы и выбор новых направлений и способов осуществления ее деятельности;
- получение государственных дотаций;
- выход фирмы на внешний рынок и привлечение иностранных инвестиций.

Цель бизнес-планирования заключается в том, чтобы определить, оценить и обосновать необходимость или целесообразность осуществления мероприятий по совершенствованию продукции, технологии или организации производства на действующих предприятиях, создания и развития нового предприятия и его эффективности, разработать планы реализации инновационных решений.

Ядро бизнес-плана – концентрирование финансовых ресурсов для решения стратегических задач, т. е. он призван помочь предпринимателю решить следующие основные **задачи**, связанные с функционированием фирмы:

- определить конкретные направления деятельности, перспективные рынки сбыта и место фирмы на этих рынках;
- оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, соизмерить их с ценами, по которым будут продаваться товары, чтобы определить потенциальную прибыльность проекта;
- выявить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
- проанализировать материальное и финансовое положение фирмы и определить, соответствуют ли материальные и финансовые ресурсы достижению намеченных целей;
- просчитать риски и предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Структура и содержание бизнес-плана

1. Резюме.
2. Характеристика организации и стратегия ее развития.
3. Описание продукции.
4. Анализ рынков сбыта. Стратегия маркетинга.
5. Производственный план.
6. Организационный план.

7. План реализации проекта.
8. Инвестиционный план.
9. Прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности.
10. Показатели эффективности проекта.

6.4 Оценка эффективности инвестиционных проектов

Для оценки эффективности инвестиций применяют статические и динамические методы

Статические методы оценки инвестиций применимы к инвестиционным проектам, имеющим относительно короткий период функционирования или использующимся для сопоставления проектов, в которых затраты и результаты несущественно различаются по периодам времени.

Для оценки эффективности инвестиционного проекта статическим методом используют следующие показатели:

- эффективность (рентабельность) инвестиций

$$R = \frac{\Delta P}{I} , \quad (6.1)$$

где R – рентабельность инвестиций;

ΔP – прирост прибыли предприятия от внедрения инвестиционного проекта;

I – сумма инвестиций;

- срок окупаемости инвестиций:

$$R = \frac{I}{\Delta P} . \quad (6.2)$$

Динамические методы основаны на дисконтировании денежных поступлений (приведении экономических показателей разных лет к сопоставимому виду с учетом фактора времени).

Необходимость дисконтирования обусловлена тем, что ресурсы, потребляемые в более поздние моменты времени, имеют меньшую ценность по сравнению с такими же объемами ранее потребляемых ресурсов.

Дисконт – это коэффициент уменьшения стоимости, зависящей от процентной ставки по кредитам.

Общая накопленная величина дисконтированных доходов рассчитывается по формуле

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^n} , \quad (6.3)$$

где PV – величина дисконтированных доходов;

P_i – сумма денежных средств, ожидаемая к получению в будущем;

r – ставка дисконтирования;

n – порядковый номер года.

Сопоставление величин общей суммы дисконтированных денежных поступлений и суммы инвестиционных затрат называется **чистым дисконтированным доходом**. Фактически это современная величина инвестиционной прибыли. Расчёт производится по формуле

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^n} - I, \quad (6.4)$$

где NPV – чистый дисконтированный доход:

I – сумма инвестиций.

Если проект предполагает не разовую инвестицию, а последовательное инвестирование в течение нескольких лет, то капитальные затраты также должны быть дисконтированы, формула при этом приобретает следующий вид:

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^n} - \sum_{i=1}^n \frac{I_i}{(1+r)^n}. \quad (6.5)$$

Положительное значение NPV свидетельствует о целесообразности принятия решения о финансировании и реализации проекта, а при сравнении альтернативных вариантов вложений экономически выгодным считается вариант с наибольшей величиной чистого дисконтированного потока.

Индекс доходности определяется как относительный показатель, характеризующий соотношение дисконтированных денежных потоков и величины начальных инвестиций в проект:

$$PI = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^n} : I. \quad (6.6)$$

Правилом принятия решений об экономической привлекательности проекта является условие, что если $PI > 1$, то проект считается экономически выгодным. В противном случае, если $PI < 1$, проект следует отклонить.

Тема 7. Инновационное предпринимательство

7.1 Сущность инноваций

7.2 Инновационный процесс. Факторы, влияющие на инновационный процесс

7.3 Роль интеллектуальной собственности в развитии инновационного предпринимательства

7.4 Результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ и услуг

7.1 Сущность инноваций

Инновация – это результат научных исследований и разработок, направленных на качественные, прогрессивные изменения, которые приводят к усовершенствованию

или появлению нового продукта или технологии, к совершенствованию процесса производственной деятельности, к изменениям в экономических, правовых или социальных отношениях в области культуры, образования, в других сферах деятельности. Очевидно, что на основании этого заключения, можно констатировать, что непременным условием инновации является новизна.

Инновация – это конечный результат, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке или нового или усовершенствованного процесса, используемого в производственной деятельности, т. е. конечным результатом инновации является коммерциализация. Вследствие этого можно выделить второе обязательное условие инновации - промышленная применимость и обеспечение технического, экономического, социального или экологического эффекта.

Классификация инноваций

По содержанию и сфере реализации:

- социальные инновации (экономические, организационно-управленческие, правовые, педагогические, инновации человеческой деятельности)
- материально-технические инновации (продуктовые, процессные)

По типу новизны для рынка:

- новые для отрасли в мире;
- новые для отрасли в стране;
- новые для данного предприятия (группы предприятий).

По стимулу появления (источнику):

- инновации, вызванные развитием науки и техники;
- инновации, вызванные потребностями производства;
- инновации, вызванные потребностями рынка.

В зависимости от глубины вносимых изменений:

- радикальные (базисные) инновации, которые реализуют крупные изобретения и формируют новые направления в развитии техники;
- улучшающие инновации, которые реализуют мелкие изобретения и преобладают на фазах распространения и стабильного развития научно-технического цикла;
- модификационные (частные) инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии.

Функции инноваций

1. **Воспроизводственная функция** означает, что инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства.

2. **Инвестиционная функция** означает, что прибыль от инновации может быть использована для инвестирования по различным направлениям, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций.

7.2 Инновационный процесс. Факторы, влияющие на инновационный процесс

Инновационный процесс в общем виде означает последовательность перехода от идеи возможного нововведения до создания этого нововведения. Инновационный процесс делится на два основных этапа:

- **создание новации**, т. е. научная и научно-техническая деятельность, включающая три составляющие – фундаментальные научно-исследовательские работы (НИР), прикладные НИР и опытно-конструкторские работы;
- **коммерциализация новации**, т. е. процесс, включающий производство, маркетинг и продажу продукта на рынке.

Факторы, которые способны затормозить или ускорить инновационный процесс:

- экономические;
- технологические;
- политические и правовые;
- социально-психологические и культурные;
- организационно-управленческие.

7.3 Роль интеллектуальной собственности в развитии инновационного предпринимательства

Интеллектуальная собственность (ИС) – исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.

Исключительное право представляет собой право правомерного использования объектов интеллектуальной собственности по своему усмотрению и любым образом лицом, обладающим имущественными правами на объект интеллектуальной собственности.

Интеллектуальная деятельность – процесс умственной деятельности, направленный на создание объектов в творческой и технической сфере.

Экономическое содержание интеллектуальной собственности заключается в способности объектов ИС приносить экономическую выгоду, формировать конкурентные преимущества, увеличивать капитализацию организации.

Роль интеллектуальной собственности заключается в значимости её влияния на научно-техническое, промышленное, социально-экономическое и культурное развитие общества. Интеллектуальная собственность является основой наукоёмкого сектора экономики, определяющей конкурентоспособность на национальном и корпоративном уровнях.

Развитие института интеллектуальной собственности определяет уровень конкурентоспособности страны на мировом рынке, служит показателем экономической независимости, способствует ускорению темпов роста ВВП, повышает инновационную активность экономики, формирует рынок интеллектуальной собственности, способствует технологическому обмену и росту экономики.

7.4 Результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ и услуг

Таблица –

Характеристика объектов промышленной собственности		
Вид ОПС	Характеристика	Правовое регулирование
Результаты интеллектуальной деятельности		
Изобретение	Техническое решение, которое относится к продукту или способу, является новым, имеет изобретательский уровень и промышленно применимо	Закон Республики Беларусь от 16.12.2002 г. № 160-3 «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» (с изм. и доп.)
Полезная модель	Техническое решение, относящееся к устройству, являющееся новым и промышленно применимым	Закон Республики Беларусь от 16.12.2002 г. № 160-3 «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» (с изм. и доп.)
Промышленный образец	Художественное или художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид и являющееся новым и оригинальным	Закон Республики Беларусь от 16.12.2002 г. № 160-3 «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» (с изм. и доп.)
Сорт растения	Группа растений, которая определяется признаками, характеризующими данный генотип или комбинацию генотипов, и отличается от других групп растений того же ботанического таксона хотя бы одним признаком	Закон Республики Беларусь от 13.04.1995 г. № 3725-XII «О патентах на сорта растений» (с изм. и доп.)
Топология интегральной микросхемы	Зафиксированное на материальном носителе пространственно-геометрическое расположение совокупности элементов интегральной микросхемы и связей между ними	Закон Республики Беларусь от 07.12.1998 г. № 214-3 «О правовой охране топологий интегральных микросхем» (с изм. и доп.)
Секреты производства (ноу-хау)	Секретная информация, включающая сведения научного, технического, управленческого, финансово-экономического и коммерческого характера, которая защищается договором между сторонами	Закон Республики Беларусь от 05.01.2013 г. № 16-3 «О коммерческой тайне»

Средства индивидуализации		
Фирменное наименование	Специальное наименование, являющееся частью полного или сокращенного наименования юридического лица, используемое для отличия его от других коммерческих организаций	Гражданский Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. № 218-3 (с изм. и доп.) Раздел V. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности
Товарный знак (знак обслуживания)	Обозначение, способствующее отличию товаров или услуг одних юридических или физических лиц от однородных товаров или услуг других юридических или физических лиц	Закон Республики Беларусь от 05.02.1993 г. № 2181-XII «О товарных знаках и знаках обслуживания» (в редакции Закона РБ от 27.10.2000 г. № 447-3, с изм. и доп.)
Географическое указание	Обозначение, которое идентифицирует товар как происходящий с территории страны либо из региона или местности на этой территории, где определенные качество, репутация или другие характеристики товара в значительной степени связываются с его географическим происхождением	Закон Республики Беларусь от 17.07.2002 г. № 127-3 «О географических указаниях» (с изм. и доп.)

Тема 8. Показатели экономической эффективности организации

8.1 Обоснование экономических решений

8.2 Труд и эффективность его использования

8.3 Основные производственные фонды и эффективность их использования

8.4 Оборотные средства организации и эффективность их использования

8.1 Обоснование экономических решений

Основным критерием принятия и обоснования экономического решения являются показатели эффекта и эффективности.

Экономический эффект – абсолютный показатель, суммарная экономия ресурсов, общий результат экономической деятельности.

Экономическая эффективность – относительный показатель, соизмеряющий полученный результат с понесенными затратами или ресурсами, использованными для достижения этого результата.

Виды экономической эффективности

Общая (абсолютная) эффективность затрат и ресурсов может определяться на всех уровнях хозяйствования и характеризует общую величину экономического эффекта в сопоставлении с отдельными видами затрат ресурсов.

Сравнительная эффективность – сопоставление показателей эффективности по альтернативным вариантам для определения оптимального направления вложения ресурсов по критерию минимальных приведенных затрат (темп роста производительности труда; относительная экономия на единицу выпускаемой продукции основных фондов, оборотных средств, материальных затрат, фонда заработной платы и т. д.)

8.2 Труд и эффективность его использования

Производительность труда представляет собой экономическую категорию, характеризующую эффективность деятельности работников в сфере материального производства.

Различают натуральный, трудовой и стоимостной методы измерения производительности труда.

Натуральный метод измерения производительности труда характеризует выработку продукции в натуральной форме в единицу рабочего времени. Натуральными показателями производительности труда являются штуки, метры и т. д.

Трудовой метод измерения производительности труда основан на учете объема произведенной продукции в затратах рабочего времени (нормо-часах).

Стоимостной метод измерения производительности труда имеет широкое применение в промышленности, так как позволяет учесть и сравнить разнообразные виды работ и привести их к единому измерителю. В качестве основного показателя для планирования и учета производительности труда применяется выработка в стоимостном выражении на одного работника, занятого в производстве.

Выработка – количество продукции, произведенной в единицу времени или приходящейся на одного среднесписочного работника (рабочего) в час, день, месяц, квартал, год.

Повышение производительности труда проявляется в том, что доля живого труда в изготовляемой продукции уменьшается, а доля прошлого труда увеличивается, при этом абсолютная величина затрат живого и овеществленного труда на единицу продукции сокращается.

8.3 Основные производственные фонды и эффективность их использования

Показателями **использования основных фондов** являются:

– показатели эффективного использования основных фондов (фондоотдача, фондоемкость, рентабельность основных фондов);

– показатели, характеризующие движение основных фондов (коэффициент обновления, коэффициент ввода, коэффициент выбытия, коэффициент износа, коэффициент годности);

– показатели, характеризующие степень использования мощности основных фондов (коэффициент интенсивной загрузки основных производственных фондов, коэффициент экстенсивной загрузки ОПФ, коэффициент интегрального использования ОПФ, коэффициент сменности).

Обобщающим показателем, характеризующим использование основных фондов на предприятии, является **показатель фондоотдачи (Φ_o)**, который рассчитывается по формуле

$$\Phi_o = \frac{ВП}{\Phi_{CP}}, \quad (8.1)$$

где ВП – стоимость произведенной за год продукции в натуральном или стоимостном выражении;

Фсг – среднегодовая стоимость ОПФ.

Фондоотдача показывает, сколько рублей продукции произведено на 1 рубль основных производственных фондов (ОПФ).

Обратным показателем фондоотдачи является показатель **фондоёмкости** продукции (Φ_E):

$$\Phi_E = \frac{\Phi_{сг}}{ВП} . \quad (8.2)$$

Фондовооруженность труда (Φ_B) можно рассчитать по формуле

$$\Phi_B = \frac{\Phi_{ср}}{Ч_P} , \quad (8.3)$$

где $Ч_P$ – среднесписочная численность рабочих.

Показателем, характеризующим уровень использования ОПФ, является **рентабельность основных фондов** ($R_{оф}$):

$$R_{оф} = \frac{\text{Прибыль}}{ОФ} . \quad (8.4)$$

Для характеристики процессов, влияющих на структуру основных средств, используются следующие показатели:

– **коэффициент обновления** (K_o) отражает интенсивность обновления основных средств и исчисляется как отношение стоимости новых поступивших за отчетный период основных средств ($\Phi_{п}$) и их стоимости на конец этого же периода ($\Phi_{к}$):

$$K_o = \frac{ОФ_{п}}{ОФ_{к}} ; \quad (8.5)$$

– **коэффициент износа** ($K_{и}$) определяется как отношение суммы износа к первоначальной стоимости основных средств;

– **коэффициент годности** ($K_{г}$) – это отношение остаточной стоимости основных фондов (Φ_o) к первоначальной стоимости ($\Phi_{п}$).

Улучшение использования основных средств отражается в финансовых результатах работы предприятия за счет:

- увеличения выпуска продукции;
- снижения себестоимости;
- улучшения качества продукции;
- снижения налога на имущество;
- увеличения балансовой прибыли.

8.4 Оборотные средства организации и эффективность их использования

Оборотные средства обеспечивают бесперебойный процесс производства и реализации продукции, работ, услуг.

Эффективность использования оборотных средств характеризуют следующие взаимосвязанные показатели оборачиваемости:

- коэффициент оборачиваемости;
- длительность одного оборота, дн.;
- коэффициент (закрепления) загрузки оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств ($K_{об}$) характеризует скорость их оборота за рассматриваемый период:

$$K_{об} = \frac{РП}{Об_{ср}}, \quad (8.6)$$

где РП – объем реализуемой продукции за рассматриваемый период в отпускных ценах, руб.;

Об_{ср} – средний остаток всех оборотных средств за рассматриваемый период, руб.

Коэффициент оборачиваемости показывает количество оборотов совершаемых оборотными средствами за год. Средний остаток оборотных средств определяется по формуле средней хронологической величины.

Длительность одного оборота, дн. ($T_{об}$) показывает, за какой срок к предприятию возвращаются его оборотные средства в виде выручки от реализации продукции:

$$T_{об} = \frac{Д}{K_{об}}, \quad (8.7)$$

где Д – количество календарных дней в году.

Под **ускорением оборачиваемости** понимается сокращение длительности одного оборота. Организация при той же сумме оборотных средств может выпустить и реализовать больше продукции, и, следовательно, получить больше прибыли, повысить рентабельность.

Эффект ускорения оборачиваемости оборотных средств отражается в показателях их **высвобождения**.

Тема 9. Трудовое право Республики Беларусь

9.1 Понятие трудового права. Функции и принципы трудового права

9.2 Трудовые ресурсы, персонал, человеческие ресурсы

9.1 Понятие трудового права. Функции и принципы трудового права

Трудовые отношения в Республике Беларусь между нанимателем и работником имеют договорный характер и устанавливаются на основании Трудового кодекса Республики Беларусь.

Трудовое право – совокупность правоотношений, складывающихся в процессе функционирования рынка труда, организации и применения наемного труда.

Трудовые правоотношения возникают в связи с непосредственной деятельностью людей в процессе труда, в связи с применением живого труда и созданием материальных и духовных благ.

Для трудовых правоотношений характерно включение исполнителя работы в трудовую коллективную организацию с подчинением его внутреннему трудовому распорядку.

Трудовые правоотношения – возмездные отношения, т. е. работник имеет право на получение вознаграждения в виде заработной платы, которая выплачивается систематически.

Участвуя в трудовых правоотношениях работник выполняет определенные трудовые функции личным трудом.

Трудовое право выполняет общие для всего права функции:

1. Регулятивная – установление адресованным участникам общественных отношений правил поведения.

2. Охранительная – установление различных форм юридической ответственности для участников общественных отношений, нарушающих установленные правила поведения.

Специальные функции:

3. Социальная – в нормах по обеспечению занятости, безопасных условий труда.

4. Защитная – установление высокого уровня условий труда, надзор и контроль за соблюдением трудового законодательства.

5. Хозяйствующая – рациональное использование трудовых ресурсов, стимулирующих качество и производительность работ.

Основные принципы трудового права:

1. Свобода труда и запрещения всех форм принудительного и обязательного труда.

2. Обеспечение государственного права на труда, содействие в обеспечении занятости и в трудоустройстве.

3. Равные возможности при недопустимости дискриминации в области труда и занятости.

4. Обеспечение здоровых и безопасных условий труда.

5. Государственное нормирование рабочего времени и обеспечение права на отдых.

6. Обеспечение права на справедливое вознаграждение за труд в соответствии с трудовым вкладом и не ниже государственной минимальной оплаты.

7. Содействие профессиональному развитию работника на производстве, сочетание труда с обучением, повышение квалификации.

8. Единство и дифференциация условий труда.

9. Установление государственных гарантий защиты трудовых прав работника.

10. Обеспечение государственного надзора и контроля за соблюдением трудового законодательства и охраны труда.

11. Свободы объединений, включая право создания профессиональных союзов.

12. Социального партнерства: участие работников и их представителей в управлении производством, установлений условий труда, коллективных договоров и соглашений.

9.2 Трудовые ресурсы, персонал, человеческие ресурсы

Управление трудовыми ресурсами организации – это целенаправленная деятельность, которая предполагает определение основных направлений работы с персоналом, а также средств, форм и методов управления им.

Основная **цель** системы управления человеческими ресурсами – обеспечение качественного и рационального формирования, освоения и развития человеческих ресурсов для достижения экономической эффективности и конкурентоспособности организации.

Трудовой коллектив – это социальная общность работников, объединенных на основе общественно значимых целей, общих ценностных ориентаций и участвующих в деятельности организации на основе трудового договора. Основная форма осуществления полномочий трудового коллектива — общее собрание. Трудовой коллектив решает вопросы заключения коллективного договора с администрацией, самоуправления трудового коллектива, предоставления работникам предприятия социальных льгот из фонда трудового коллектива и т. д.

Трудовой ресурс – это население трудоспособного возраста (мужчины – 16–63, женщины – 16–58 лет), обладающее необходимым физическим развитием, знаниями и практическим опытом для работы в народном хозяйстве, а также занятое население старше и моложе трудоспособного возраста.

Трудовой потенциал – это совокупность личностных и профессиональных качеств, определяющих потенциальную возможность и границы участия работников в текущей и будущей трудовой деятельности, позволяющих обеспечить эффективность индивидуального и коллективного труда на основе использования новых технологий, рациональных форм организации производственных и трудовых процессов.

Персонал – это совокупность всех работников организации с учетом их личных особенностей, взаимодействующих в определенном пространственном и временном режимах.

Кадры – штатный состав работников организаций. Кадры характеризуются численностью, составом и профессиональной, квалификационной, должностной и половозрастной структурой.

Человеческий ресурс – это совокупность качеств работника, отражающая его психологическое, физическое состояние здоровья, уровень общего и специального образования, накопленный производственный опыт, общий культурный уровень развития, зависящий от всего комплекса жизненных условий и используемый в текущей деятельности.

Человеческий потенциал – это совокупность не только личностных и профессиональных, но и мотивационных, духовных и других качеств, определяющих потенциальную возможность и границы участия работника в трудовой деятельности, способность достигать в заданных условиях определенных результатов, а также совершенствоваться в процессе труда.

Человеческий капитал – это сформированный работником в результате инвестиций определенный уровень здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые приводят к росту его квалификации, целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства, содействуют повышению производительности и качества его труда и тем самым ведут к увеличению его заработков.

Тема 10. Организация собственного бизнеса

10.1 Организация предпринимательской структуры

10.2 Порядок государственной регистрации предприятия и индивидуального предпринимателя

10.3 Основные виды учредительных документов

10.1 Организация предпринимательской структуры

Создание собственного бизнеса включает несколько последовательных этапов.

1. Появление социально-психологических и экономических условий для открытия собственного дела, используя свой потенциал и возможности:

- появление предпосылок к открытию бизнеса;
- зарождение предпринимательской идеи;
- психологическая адаптация;
- принятие решения

2. Обоснование открытия бизнеса:

- постановка ближайших и стратегических целей;
- изучение предполагаемого рынка;
- определение источников образования финансово-имущественной базы;
- разработка обоснованного бизнес-плана.

3. Открытие бизнеса:

- формирование команды квалифицированных учредителей, коллектива, партнеров;
- подготовка учредительных документов;
- проведение организационных мероприятий по открытию бизнеса;
- государственная регистрация, постановка на учет.

4. Построение схемы жизнедеятельности организации, обеспечение безопасности деятельности своего бизнеса:

- высокий уровень управления организацией;
- управление рисками;
- создание экономического потенциала;
- обеспечение эффективной технологии производства.

10.2 Порядок государственной регистрации предприятия и индивидуального предпринимателя

В соответствии с п. 2 ст. 47 Гражданского кодекса Республики Беларусь юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь.

Государственная регистрация субъектов хозяйствования осуществляется в соответствии с Положением о государственной регистрации субъектов хозяйствования, утвержденным Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1.

Этапы создания предприятия

1. Согласование наименования организации.

Наименования, которые уже зарегистрированы (или зарезервированы) в базе данных Единого государственного регистра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ЕГР), не могут быть согласованы.

2. Определить предполагаемое местонахождение юридического лица (ЮЛ).

3. Принять решение о создании ЮЛ.

4. Подготовить устав юридического лица (учредительный договор).

5. Заполнить заявление о государственной регистрации.

Вместе с заявлением в регистрирующий орган представляются:

– устав (учредительный договор) в двух экземплярах без нотариального засвидетельствования, его электронная копия

– оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины (за исключение случаев ее уплаты посредством системы ЕРИП);

– документы, удостоверяющие личность, а также представляют документы, подтверждающие их полномочия, в случае, если они действуют от имени юридического или физического лица.

6. Получение документов о государственной регистрации:

– в день подачи документов, представленных для государственной регистрации, уполномоченный сотрудник регистрирующего органа ставит штамп на уставе (учредительном договоре) юридического лица;

– не позднее рабочего дня, следующего за днем подачи документов для государственной регистрации, выдается свидетельство о государственной регистрации;

– в течение пяти рабочих дней выдается документ, подтверждающий постановку на учет в налоговых органах, органах государственной статистики, органах Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, регистрацию в Белорусском республиканском унитарном страховом предприятии «Белгосстрах», т. е. извещение о постановке на учет.

Гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью **без образования юридического лица** с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя (ст. 22 Гражданского кодекса Республики Беларусь).

Государственная регистрация индивидуального предпринимателя производится по месту его жительства (п. 4 Положения о государственной регистрации субъектов хозяйствования, утвержденного Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 г. № 1 "О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования").

При этом с учетом требований законодательства для занятия предпринимательской деятельностью в качестве индивидуального предпринимателя гражданин вправе привлекать не более трех физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам.

Этапы регистрации индивидуального предпринимателя

1. Заполнить заявление о государственной регистрации.

Вместе с заявлением в регистрирующий орган представляются:

– фотография гражданина, обратившегося за государственной регистрацией;

– оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины (за исключением случаев ее уплаты посредством системы ЕРИП).

2. Получить в регистрирующем органе:

- в день регистрации – свидетельство о государственной регистрации;
- в течение пяти рабочих дней выдается документ, подтверждающий постановку на учет в налоговых органах, органах государственной статистики, органах Фонда Социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, регистрацию в Белорусском республиканском унитарном страховом предприятии «Белгосстрах», т. е. извещение о постановке на учет.

10.3 Основные виды учредительных документов

Учредительные документы юридического лица – юридические документы, которые наряду с законодательством являются правовой основой деятельности юридических лиц, их участия в гражданском обороте.

Учредительные документы приобретают юридическую силу с момента их государственной регистрации, а в случаях, установленных законом, – с момента уведомления органа, осуществляющего государственную регистрацию.

В качестве учредительных документов юридического лица могут выступать **устав, учредительный договор**, а в случаях, предусмотренных законом, – **общее положение об организациях** данного вида (только для некоммерческих организаций).

Кроме того, статьей 98 ГК РБ предусмотрена обязанность учредителей акционерного общества заключить между собой договор, определяющий порядок осуществления ими совместной деятельности по созданию общества, размер уставного фонда общества, категории выпускаемых акций и порядок размещения, а также иные условия, предусмотренные законодательством об акционерных обществах. Однако договор о совместной деятельности по созданию акционерного общества не является учредительным документом.

Состав учредительных документов для разных видов юридических лиц различен. Выделяется три категории таких лиц, действующих на основании:

- 1) устава (уставные юридические лица);
- 2) учредительного договора и устава (договорно-уставные юридические лица);
- 3) только учредительного договора (договорные юридические лица).

Уставные юридические лица: акционерные общества, производственные и потребительские кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия, общественные и религиозные организации (объединения), фонды.

К **договорно-уставным юридическим лицам** относятся общества с ограниченной и дополнительной ответственностью, ассоциации и союзы. Учредители (участники) некоммерческих партнерств и автономных некоммерческих организаций вправе заключить учредительный договор (устав для организаций данного вида обязателен).

На основании только **учредительного договора** действуют хозяйственные товарищества – полные товарищества и товарищества на вере.

Если юридическое лицо в соответствии с нормами ГК создается одним учредителем, то оно действует на основании устава, утвержденного этим учредителем.

Учредительный договор юридического лица заключается, а устав утверждается собственником имущества (учредителями, участниками).

Учредительный договор – договор, заключаемый между учредителями юридического лица при его создании, регламентирующий взаимоотношения учредителей юридического лица.

В учредительном договоре учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ему своего имущества и участия в его деятельности. Договором определяются также условия и порядок распределения между участниками прибыли и убытков, управления деятельностью юридического лица, выхода учредителей (участников) из его состава.

Устав предприятия – это основной закон его функционирования; это нормативный документ общества, утверждаемый при его регистрации, в котором устанавливаются главные нормы внутренних и внешних взаимоотношений общества.

Устав является статутным документом и предопределяет отношения юридического лица с государством и третьими лицами, а отсюда обязан иметь положения, относящиеся к правовому статусу организации. Устав юридического лица определяет наименование, местонахождение юридического лица, цели деятельности, порядок управления деятельностью юридического лица, а также содержит другие сведения, предусмотренные законодательством о юридических лицах соответствующего вида.

Тема 11. Система управления персоналом. Предпринимательское лидерство

11.1 Методологические основы управления персоналом

11.2 Роль руководителя в управлении персоналом

11.3 Управление конфликтами и стрессами в организации

11.4 Оценка эффективности системы управления персоналом

11.1 Методологические основы управления персоналом

Управление персоналом организации – это целенаправленная деятельность, которая предполагает определение основных направлений работы с персоналом, а также средств, форм и методов управления им.

Функции управления персоналом – это обособленные виды деятельности в рамках системы управления персоналом, обеспечивающие эффективное достижение ее целей. Все функции управления персоналом можно разделить на три комплексные:

- формирование персонала организации;
- использование персонала организации;
- развитие персонала организации.

Система управления персоналом включает в себя:

- формирование целей организации;
- определение ее задач и функций, средств их успешного осуществления, путей побуждения персонала принимать их в качестве императивно необходимых для его деятельности;
- построение организационной структуры управления кадрами, системы повышения их квалификации и переквалификации;
- выявление и конструирование вертикальных и горизонтальных функциональных взаимодействий руководителей и подчиненных в процессе выработки, принятия и реализации управленческих решений.

Технология управления персоналом предполагает умение применять приемы и способы активного воздействия на кадровый потенциал организации с целью выявления и мобилизации его трудовых ресурсов и ориентации их на достижение сформулированных целей, организовать маркетинг персонала, обеспечить социальное развитие организации и совершенствования ее деятельности.

Современные концепция управления персоналом базируются, с одной стороны, на принципах и методах административного управления, а с другой – на концепции всестороннего развития личности и теории человеческих отношений.

11.2 Роль руководителя в управлении персоналом

Совместная производственная деятельность персонала любого предприятия предполагает не только участие отдельных работников в ее осуществлении, но координацию и объединение труда всех исполнителей с целью достижения необходимых результатов.

В современном менеджменте принято различать два основных вида управленческого воздействия на работников: руководство и лидерство.

Руководство представляет собой регламентированный организационный процесс управления трудовой деятельностью, осуществляемый руководителем, и имеющий обязательный, нормативный характер взаимоотношения работодателя с работниками.

Лидерство – это способность влиять на людей, чтобы побудить их работать в направлении достижения целей.

Лидерство основывается на инициативных действиях, предпринимаемых самими работниками по их собственному почину, и является процессом внутренней социально-психологической самоорганизации и самоуправления взаимоотношениями работников за счет личной инициативы.

Лидер – лицо, эффективно осуществляющее формальное и неформальное руководство, совмещающее в себе:

- официальное признание руководства;
- неофициальное признание подчиненных.

Влияние – это психологическое (эмоциональное или рассудочное) воздействие, которое оказывается на людей с целью изменения их поведения.

Власть – это возможность и способность оказывать влияние на деятельность людей.

Формальной властью обладают все руководители, так как руководящая должность обязательно предполагает наличие властных полномочий.

Реальная власть определяется, с одной стороны, уровнем формальных полномочий руководителя, а с другой стороны – готовностью людей подчиняться.

Власть может принимать разнообразные **формы**.

1. **Власть, основанная на принуждении**. Она ассоциируется со страхом лишиться или не получить удовлетворение какой-то насущной потребности (уважения, работы, положения в обществе).

2. **Власть, основанная на вознаграждении**. Здесь имеет место положительное подкрепление воздействия вознаграждением, которое активизирует исполнительную деятельность подчиненного.

3. **Экспертная власть.** Подчиненный убежден, что влияющий обладает специальными знаниями, которые позволят удовлетворить потребность.

4. **Эталонная власть** (власть примера). Эта власть основана на личных свойствах руководителя и носит название харизма.

5. **Законная власть.** Все руководители имеют законную власть, т. к. им делегированы полномочия управлять другими людьми.

11.3 Управление конфликтами и стрессами в организации

Конфликт – это процесс, который начинается тогда, когда одна сторона начинает ощущать, что другая сторона оказывает на нее негативное воздействие.

Конфликт в организации можно рассматривать как в качестве позитивного, так и в качестве негативного явления.

К **позитивным последствиям конфликта** можно отнести: активизацию инновационных процессов, повышение качества принимаемых решений, уровня их обоснованности, улучшение количественных и качественных показателей работы. При этом нередко улучшается социально-психологический климат в коллективе и взаимопонимание его членов.

К **негативным последствиям** конфликта можно отнести: снижение уровня сплоченности членов группы, проблемы общения в коллективе, агрессивность либо, наоборот, отсутствие интереса к достижению высоких результатов работы.

К тому же конфликты могут сопровождаться дополнительными потерями рабочего времени, нарушениями дисциплины, ухудшением состояния здоровья работников, их уходом с предприятия.

Технология управления конфликтами

1. Прогнозирование конфликтов: наблюдение, социально-психологические измерения (анонимное анкетирование); постоянная обратная связь (беседы, собрания, совещания, встречи в подчиненными и т. п.);

2. Предупреждение конфликтов: разработка мероприятий по итогам социально-психологических исследований, эффективное управление.

3. Урегулирование конфликтов: признание его реальности; соглашение по соблюдению норм цивилизованного поведения в конфликтном взаимодействии; создание соответствующих органов, рабочих групп, приглашение арбитров по регулированию и разрешению конфликтов.

4. Разрешение конфликтов: административные методы (увольнение, перевод на другую работу, решение суда; ликвидация соответствующих структур и т. д.)

11.4 Оценка эффективности системы управления персоналом

В методике оценки эффективности системы управления человеческими ресурсами можно выделить два вида эффективности, обусловленные природой социально-экономических целей данной системы:

- экономическая эффективность;
- социальная эффективность.

При оценке **экономической эффективности** системы управления человеческими ресурсами используем две группы показателей.

1. Показатели, отражающие реальные затраты на персонал:

- общие издержки организации на персонал за период;
- доля издержек на персонал в объеме реализации;
- доля расходов на персонал в структуре общих расходов компании;
- процент, который составляет фонд оплаты труда от общего объема реализации;
- процент, который составляют затраты на оплату труда в структуре затрат предприятия;
- процент затрат на обучение от фонда оплаты труда;
- процент затрат на финансирование социальных программ от фонда оплаты труда;
- средняя зарплата в компании по основным категориям работников;
- процент расходов на корпоративные мероприятия от фонда оплаты труда;
- издержки организации на одного сотрудника.

2. Показатели, оценивающие отдачу от деятельности сотрудников организации:

- объем реализации на одного сотрудника;
- объем прибыли до уплаты налогов на одного сотрудника;
- производительность труда (как в денежных, так и в натуральных показателях);
- объем продаж или чистой продукции, приходящийся на одного работника (динамика);
- соотношение роста производительности труда и роста оплаты труда в организации.

Для оценки **социальной эффективности** системы управления человеческими ресурсами можно также использовать две группы показателей.

1. Показатели, характеризующие качество персонала:

- структура персонала по категориям (производственный, непроизводственный, административный персонал);
- доля административного персонала к общей численности работников;
- число производственных работников на одного непроизводственного или административного сотрудника;
- возрастная структура персонала;
- образовательная структура персонала;
- половая структура персонала;
- структура персонала по стажу (продолжительность работы в компании);
- коэффициент текучести персонала по категориям и по стажу работы в компании;
- индекс стабильности персонала как отношение увольнений сотрудников со сроком работы в организации более одного года к количеству сотрудников, принятых на работу за предшествующий год (в %);
- коэффициент внутренней мобильности – отношение числа сотрудников, сменивших должности в течение периода, к среднему числу сотрудников организации за период;
- показатель абсентеизма рассчитывается как отношение рабочего времени, пропущенного сотрудниками в течение периода, к общему балансу рабочего времени организации за этот период (год).

2. Показатели, характеризующие эффективность деятельности кадровой службы как одного из подразделений организации:

- расходы кадровой службы в процентах от общих расходов компании;
- динамика годового бюджета кадровой службы;

- соотношение численности персонала кадровой службы к общему числу сотрудников компании;
- расходы кадровой службы на одного сотрудника компании;
- время заполнения вакансии работника в организации;
- объем расходов по найму всего, в т. ч. на одного принятого сотрудника;
- процент вновь принятых сотрудников от общего числа работающих;
- уровень качества трудовой жизни – результат опроса работников по оценке удовлетворенности их потребностей, условиями труда, морального климата в коллективе, оплаты труда и т. д.;
- число уволенных из компании по инициативе работников;
- эффективность взаимодействия кадровой службы с другими подразделениями, сотрудниками (на основе опроса смежных подразделений и сотрудников организации);
- оценка программ обучения;
- расходы при проведении специальных программ и проектов в области кадрового менеджмента;
- своевременность и полнота решения поставленных целей в корпоративных программах и планах.

Тема 12. Сущность и структура маркетинговой деятельности

12.1 Маркетинг в системе управления предприятием

12.2 Содержание маркетинговой деятельности на предприятии

12.1 Маркетинг в системе управления предприятием

Маркетинг – комплексная система организации производства, сбыта продукции, ориентированная на исследование и прогнозирование конкретного рынка.

Главная задача маркетинговых служб фирмы – определить, в каком цикле находится товар на рынке и на основе этого – стратегию маркетинга.

Цель маркетинга – это создание системы опережающего оперативного отражения данным производством запросов рынка.

Функциями маркетинга являются:

- комплексное изучение рынка;
- планирование товарного ассортимента;
- политика цен;
- реклама и стимулирование сбыта;
- управление сбытом и послепродажным обслуживанием.

Все функции маркетинга выполняются специальной службой маркетинга на предприятии, которая может быть создана различными способами, в частности:

- по отдельным функциям маркетинга, если число товаров на рынке невелико и они выступают как однородные;
- по видам товаров, если число велико и они требуют специфических условий выпуска, сбыта, обслуживания;
- по рынкам, если отдельные товары имеют значительную специфику;
- по территориям, если имеются существенные различия по демографическому, культурному и другим признакам потребителей.

Эти функции определяют направленность маркетинговой деятельности, которая находится в прямой зависимости от масштаба производства, видов товара и рынков сбыта.

В зависимости от ситуации на рынке используют различные виды маркетинга:

- конверсионный – маркетинговая служба должна быть направлена на формирование спроса по причине отсутствия спроса на товар независимо от его качества;
- стимулирующий – маркетинговая деятельность должна быть направлена на создание спроса или условий для его появления, поскольку спрос на товар слабый;
- развивающий – маркетинговые усилия направляются на повышение качества товара, т. к. существует потенциальный спрос и необходимо сделать его реальным;
- ремаркетинг – служит для увеличения спроса путем придания товару дополнительной новизны или переориентации на другие рынки, при уменьшении спроса в результате насыщения рынка данным товаром;
- синхромаркетинг – используется при колебании спроса на товар в зависимости от сезона и конъюнктуры. При этом стабилизируется сбыт с учетом колебания спроса;
- поддерживающий маркетинг – необходим для поддержания сбыта в соответствии со спросом;
- демаркетинг – направлен на уменьшение спроса путем увеличения цен, прекращения рекламы и т. д., применяется, если спрос выше производственных возможностей предприятия;
- противодействующий – необходим при повышенном национальном спросе, который нужно свести к нулю;
- целевой – представляет собой разграничение сегментов рынка, выбор одного или нескольких из них и разработку товаров в соответствии с каждым выбранным сегментом;
- экспортный – комплексное изучение внешних рынков и разработка программ по экспорту продукции на средне- и долгосрочные периоды.

12.2 Содержание маркетинговой деятельности на предприятии

Суть маркетинговой деятельности – отражение объективной ситуации на рынке. Здесь ведущая роль отводится рыночным отношениям, которые представляют собой установленные связи между хозяйствующими субъектами, и потребителям.

Именно покупатели определяют, какой товар им нужен и в каком объеме, какими характеристиками он должен обладать и когда должен быть доставлен. Уже на основе этих запросов происходит распределение между фирмами-производителями, в связи с чем растет уровень конкуренции и борьба за целевую аудиторию – каждая компания хочет иметь больше клиентов, чем конкуренты. Подобные условия работы определяют необходимость производителей исследовать вкусы и потребности потребителей, запросы и ситуацию на рынке, поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности и выпускать качественный товар.

Чтобы это стало возможным, фирма должна:

- применять наиболее оптимальные управленческие модели;
- сочетать разные методы управления;
- учитывать максимум потребительских требований при разработке и выпуске нового товара;
- обеспечивать условия для реализации разработок научно-технического прогресса (НТП);
- оставаться и поддерживать конкурентоспособность;

– вырабатывать и принимать решения в сфере управления с применением программно-целевого подхода.

Для реализации этих мероприятий необходимо, чтобы все функции (маркетинговая, контрольная, организационная деятельность, руководство, планирование) эффективно взаимодействовали между собой вне зависимости от уровня управления. Некоторым направлениям работы уделяется особое внимание, потому что они нацелены на фиксацию обязанностей поставщиком. Речь идет о заключении договоров поставки, об активизации производства новых товаров и т. д.

Маркетинг отражает потребность всестороннего подхода к выпуску и реализации продукта. Важно не только ориентироваться на НТП и грамотно вести сбытовую политику, но и при налаживании производственного процесса учитывать, в первую очередь, рыночный спрос в конкретном сегменте, запросы определенных потребителей.

Реализуя краткосрочные и долгосрочные планы, компания должна учитывать запросы рынка, определять необходимый уровень качества, ассортимент товаров, способы достижения поставленных целей, источники ресурсов. Важно придерживаться плановых экономических показателей и использовать самую оптимальную структуру и управления, и производства.

Продукция, выпускаемая предприятием, должна быть надежной, эффективной, обладать наивысшей ценностью для покупателя. Такие требования определяются быстрой сменяемостью товаров на рынке. За несколько лет производство меняется кардинально, если фирма использует новые разработки, оборудование и другие результаты научно-технического прогресса. Без этого сложно сохранить конкурентоспособность и удовлетворить запросы покупателей, которые постоянно возрастают.

С учетом полученных данных компания составляет производственный план, в котором не только ставит цели по объемам и ассортименту, но и определяет, где необходимо расположить производство, какие технологии использовать, как повысить качество продукции. Всё это делается для того, чтобы закрепиться в рыночной нише, выдержать конкурентную борьбу и получить желаемую прибыль – достичь главной цели существования организации.

Все эти требования позволили сформировать и развить систему управления в сфере производства. В её основе лежит рыночная концепция, предполагающая изучение таких явлений, как спрос, запросы покупателей к характеристикам товара в плане эстетичного внешнего вида, доступной цены и технической новизны. Требования рынка обязательно должны учитываться при выборе производственного направления и формировании сбытовой политики. Компании нужно производить тот продукт, который при реализации обеспечит условия для рационального хозяйствования.

Спрос как одно из явлений, требующих изучения, определяется как процесс с обратными связями. В этом состоит особенность маркетинговой деятельности. Запросы потребителя меняются быстро, поэтому компании приходится использовать результаты научно-технического прогресса, чтобы создать сложный и наукоемкий продукт. Получается, что такие товары изначально ориентированы на конкретных потребителей.

Компания должна осуществлять работу по следующим направлениям:

– в полной мере учитывать требования потребителей. Они касаются уровня качества, характеристик, внешнего вида, новизны товара. Для реализации этой функции компания изучает рынок, проводит НИОКР;

– устанавливать самый оптимальный ассортимент товаров, придерживаться на-илучшей организационной структуры производства. Важно учесть некоторые экономические

показатели (себестоимость, обоснованность вложения денежных средств), ресурсы фирмы (сырье, разработки, рабочая сила, финансы). При таком подходе компания сможет извлечь прибыль, в любой ситуации принять обоснованное решение и увеличить эффективность своей работы;

– разработать стратегию сбыта продукции. Важно найти самый выгодный канал для продажи, выбрать подходящую модель товародвижения, организовать послепродажное обслуживание товаров, определиться со способами активизации сбыта, методами влияния на потребности покупателей.

Значение маркетинга заключается в выполнении функций, в рамках которых компания устанавливает обратную связь с участниками рынка. Благодаря такому взаимодействию она может корректировать расчеты, грамотно составлять текущие планы и принимать обоснованные решения и действовать вне зависимости от управленческого уровня.

Маркетинговая деятельность имеет управленческий характер. Она направлена на формирование производственной базы, создание товаров, соответствующих запросам потребителей. База маркетинга – рыночный спрос. Фирма изучает и учитывает ее при разработке и выполнении различных программ. Компания рассчитывает на то, что посредством обмена эти товары будут реализованы, а потребности клиентов – удовлетворены.

Тема 13. Жизненный цикл организации и управление в ситуации кризиса

13.1 Этапы жизненного цикла организации

13.2 Показатели эффективности хозяйственной деятельности организации

13.1 Этапы жизненного цикла организации

Жизненный цикл организации – этапы развития, через которые проходит организация за период своего существования.

1. Рождение. Создается функциональный организм, который получает на входе ресурсы и обеспечивает результат для определенного контингента. Организация находится на стадии становления, формируется жизненный цикл продукции. Цели являются еще нечеткими. Творческий процесс протекает свободно. При этом решаются две необходимые задачи – обеспечение доступа к необходимым ресурсам и овладение механизмом конкуренции. Ключевую роль здесь играет анализ ситуации, получение объективной информации.

2. Рост. Родившись, организация начинает изменяться. Развиваются инновационные процессы предыдущего этапа, формируется миссия организации. Организация все больше набирает силу, однако координация проводится ниже оптимального уровня. Более организованные процедуры постепенно заменяют рискованную страсть к успеху. Налаживается планирование, разработка бюджетов, прогнозов. Расширяется прием на работу новых специалистов, что вызывает трения с прежним кадровым составом. Основатели предприятия действуют уже не как предприниматели, скорее, как непосредственные руководители, проводя систематическое планирование, координацию, управление и контроль.

3. Зрелость. В этот период упор делается на эффективность инноваций и стабильность, увеличивается выпуск продукции и расширяется рынок оказания услуг, руководители выявляют новые возможности организационного развития. Все меры направлены на сохранение и обеспечение устойчивого положения на рынке. Структура организации стабилизируется, вводятся правила, определяются процедуры. На данном этапе важна периодическая корректировка структуры управления, заключающаяся в упразднении

органов, выполнивших свою задачу и ввода новых подразделений, временных целевых структурных единиц для решения определенных проблем. Органы по выработке и принятию решений становятся ведущими компонентами организации. Возрастает роль высшего руководящего звена организации, процесс принятия решения становится наиболее взвешенным, консервативным. По мере достижения компанией полной зрелости механизм принятия решений становится децентрализованным. Несмотря на то, что уровень доходов вполне приемлемый, темпы роста замедляются. Организация может отклоняться от своих первичных целей под влиянием внешней среды. Становятся очевидными слабости организации, которые нередко игнорируются руководством.

4. Старение (спад). Этот этап наступает, если руководство организации не осознает необходимость постоянного обновления. В результате жесткой конкуренции, сокращающегося рынка сбыта организация сталкивается с уменьшением спроса на ее продукцию или услуги. Не всегда обоснованная стратегия, неэффективная система мотиваций, громоздкая система контроля, закрытость к новым идеям – все это создает условия для «закупорки артерий». На этом этапе увеличивается потребность в работниках наиболее ценных специальностей. Число конфликтов нередко увеличивается. Нередко к руководству приходят новые люди, предпринимающие попытки сдержать тенденцию к упадку. В результате механизм выработки и принятий решений становится централизованным. Организация постепенно начинает распадаться, и если руководство не примет жесткую систему обновления, она либо погибнет как самостоятельная структура, либо поглотится доминирующей на рынке корпорацией.

13.2 Показатели эффективности хозяйственной деятельности организации

Эффективность деятельности организации – это результативность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, степень использования всех его ресурсов, определяемая соотношением результатов деятельности и затраченных на их достижение ресурсов.

Группа показателей эффективности представлена:

– относительными величинами интенсивности, рассчитываемыми как отношение выпуска продукции в натуральном или стоимостном выражении к отдельным видам затрат или ресурсов, или наоборот – затрат или ресурсов к выпуску продукции, а также как отношение финансового результата (прибыли) к затратам, его обеспечивающим. К ним, например, относятся: производительность труда и трудоемкость, фондоотдача и фондоемкость, коэффициент оборачиваемости и коэффициент закрепления средств в обороте, материалоотдача и материалоёмкость, рентабельность инвестиций и период окупаемости и т. д.;

– относительными величинами структуры, показывающими долю фактического результата или задействованного ресурса в максимально возможном объеме. Это, например, показатели рыночной доли предприятия, степени использования его производственной мощности, фонда рабочего времени, экстенсивной и интенсивной нагрузки оборудования и т. п.;

– показателями, характеризующими уровень конкурентоспособности продукции и предприятия, его финансовую устойчивость и уровень предпринимательских рисков, доходность инноваций и инвестиций (чистый приведенный доход и внутреннюю ставку доходности), экономию затрат и т. д.

В основе формирования интегральных показателей экономической эффективности управления предприятием лежит соотнесение конечного финансового результата деятельности с совокупной величиной затрат или ресурсов.

Традиционно к интегральным показателям эффективности можно отнести показатели рентабельности (продукции, продаж, капитала и т. д.).

Динамическая эффективность является ключевой характеристикой стратегического управления организацией.

Динамическая эффективность характеризуется относительными величинами динамики: коэффициентом (индексом) роста, темпом роста, темпом прироста.

По сути, к ним близки показатели, отражающие степень выполнения планового задания и соответствующих норм: коэффициент выполнения планового задания (нормы), процент выполнения плана (нормы), процент перевыполнения плана (нормы).

Сравнительная эффективность характеризуется относительными величинами сравнения или посредством балльной оценки. Интегральная экономическая эффективность характеризует действенность, результативность управления предприятием в целом и может рассматриваться как системная эффективность. Кроме нее, для комплексного анализа эффективности управления предприятием и выявления резервов ее повышения исследуется и оценивается эффективность управления отдельными направлениями деятельности предприятия, а также производственными и функциональными подразделениями, представляющая собой локальную эффективность. Эффективность совместной работы группы взаимосвязанных подразделений предприятия трактуется как комплексная эффективность.

Тема 14. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность)

14.1 Управление интеллектуальной собственностью

14.2 Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности

14.3 Рынки высоких технологий и их особенности

14.1 Интеллектуальная собственность: понятие, методы управления

Управление интеллектуальной собственностью – деятельность организующего, координирующего, аналитического характера, направленная на эффективное использование интеллектуальной собственности.

Уровни управления интеллектуальной собственностью

Международный – решается задача гармонизации национальных законодательств в сфере интеллектуальной собственности и осуществляется выполнение административных функций ряда международных договоров.

Управление осуществляет Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС).

Национальный (государственный) – осуществляется выработка и реализация государственной политики в сфере интеллектуальной собственности, которая является составной частью государственной социально-экономической, научно-технической и инновационной политики, а также формируется структура управления интеллектуальной собственностью.

Управление осуществляется Национальным центром интеллектуальной собственности (НЦИС).

Отраслевой (ведомственный) – основной задачей является более эффективное использование объектов интеллектуальной собственности в различных отраслях народного хозяйства с учётом их специфики.

Корпоративный – использование результатов интеллектуальной деятельности для получения наилучших коммерческих результатов, в связи с чем поставлены основные задачи:

- оптимизация структуры интеллектуальной собственности;
- обеспечение непрерывного процесса кругооборота ИС;
- обеспечение максимальной отдачи от использования интеллектуальной собственности при наименьших затратах.

Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности осуществляется на основе национального законодательства и международных соглашений.

14.2 Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности

Формы передачи прав на объекты ИС:

- лицензионные соглашения;
- инжиниринговые соглашения;
- кооперационные соглашения.

Основной формой передачи имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности является договор.

Лицензионное соглашение – договор, по которому одна сторона – владелец имущественных прав (лицензиар) предоставляет другой стороне (лицензиату) право (разрешение) на использование объекта интеллектуальной собственности на условиях, предусмотренных договором.

Экономический смысл лицензионного договора состоит в том, что в результате такой сделки передаётся (покупается) не только право пользования, но и само изобретение, ноу-хау или иное научно-техническое достижение, которое в силу высокой потребительской стоимости позволяет получить существенный экономический эффект.

Лицензия неисключительная (простая) предусматривает передачу имущественных прав на ОИС с сохранением за лицензиаром права использования объекта и права выдачи лицензий другим лицам.

Лицензия исключительная предусматривает передачу имущественных прав на ОИС лицензиату с сохранением за лицензиаром права использования объекта в части, не передаваемой лицензиату (в собственной хозяйственной деятельности), но без права выдачи лицензий другим лицам.

Договор уступки прав предусматривает полную передачу всех имущественных прав другому лицу – правопреемнику (происходит смена правообладателя).

Полная лицензия дает лицензиату все права на использование объекта лицензии без ограничения территории и срока действия (срока действия патента).

Сублицензия – право, предоставленное лицензиатом, на использование объекта лицензии третьими лицами (при согласии лицензиара).

Инжиниринг включает предоставление комплекса или отдельных видов услуг инженерно-технического характера: исследование, проектирование, строительство, разработка и освоение новых технологических процессов, усовершенствование существующих на предприятии производственных процессов, поставка комплектного оборудования, техники, выполнение монтажных работ, освоение и организация производства новых изделий.

Проектно-консультационные услуги – подготовка технико-экономического обоснования создания новых производств, реконструкции промышленных объектов, строительства различных сооружений.

Инженерно-технические услуги – разработка проектов, проведение расчетов, экспертиза проектов, испытание образцов, консультации по выбору поставщиков оборудования, осуществление контроля выполнения работ, приемка готовых объектов и другие виды работ.

Информационный инжиниринг – услуги по освоению вычислительной техники, подготовке пакетов программ и баз данных, разработке и освоению автоматизированных систем управления, созданию информационных сетей и др.

Управленческий инжиниринг – услуги по организации производственных структур и планированию производства, маркетингу, организации учета и отчетности, управлению качеством и др.

Договор подряда на оказание инжиниринговых услуг – комплекс услуг, включая консультативные, проектно-технологические и строительные.

Кооперационные соглашения – это форма коммерциализации технологий, при которой обеспечивается интенсивный технологический обмен.

Передача технологий в рамках **совместных предприятий** осуществляется тогда, когда заинтересованные партнеры из разных стран объединяют усилия, знания и опыт в производстве новой для данного рынка продукции с разделением совместного риска.

Производственная кооперация – одна из форм производственно-технических связей юридически независимых национальных или зарубежных фирм. Одной из форм кооперации служит передовая технология одного из партнёров, охраняемая патентами и содержащая ноу-хау, или приобретаемая у третьих лиц современная технология.

Франчайзинг – договор комплексной предпринимательской лицензии, в соответствии с которым одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение комплекс исключительных прав, включающий право использования фирменного наименования правообладателя и охраняемой коммерческой информации, а также других объектов исключительных прав (товарного знака, знака обслуживания и др.), предусмотренных договором, для предпринимательской деятельности пользователя.

14.3 Рынки высоких технологий и их особенности

Отрасли высоких технологий стали локомотивом экономического развития во второй половине XX в. Их отличительными чертами являются: использование современных научных знаний и технологий, высокий потенциал роста и ожидаемые высокие доходы, высокая инвестиционная привлекательность и высокий инвестиционный риск.

Высокотехнологичные отрасли экономики характеризуются высоким уровнем технологического развития и выпуском продукции, при производстве которой доля затрат на исследования и разработки превышает средний уровень по обрабатывающей промышленности, либо превышает уровень, определяемый пороговым. По классификации ОЭСР, к высокотехнологичным относятся отрасли, показатель наукоёмкости которых превышает 3,5 %.

Высокотехнологичный сектор – это совокупность предприятий и научно-исследовательских организаций, производящих по радикальным технологиям и реализующих сложную, информационно-насыщенную, конкурентоспособную на мировых рынках продукцию с высокой долей добавленной стоимости.

К отраслям **высоких технологий** в Беларуси отнесены:

- производство фармацевтической продукции;
- производство офисного оборудования и вычислительной техники;
- производство аппаратуры для радио, телевидения и связи;
- производство изделий медицинской техники, средств измерений, оптических приборов и аппаратуры, часов;
- производство авиационной техники, включая космическую.

К числу **среднетехнологичных отраслей высокого уровня** относятся:

- химическое производство;
- производство машин и оборудования, электрических машин и электрооборудования;
- производство автомобилей, прицепов и полуприцепов и прочих транспортных средств.

Среднетехнологичные отрасли низкого уровня:

- производство кокса и продуктов нефтепереработки, резиновых и пластмассовых изделий;
- металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, прочих неметаллических минеральных продуктов.

К **наукоёмким услугам** в Беларуси относятся:

- деятельность водного и воздушного транспорта;
- связь;
- финансовое посредничество и вспомогательная деятельность в сфере финансового посредничества;
- страхование и вспомогательная деятельность в сфере страхования;
- операции с недвижимым имуществом;
- аренда машин и оборудования без оператора и прокат бытовых изделий и предметов личного пользования;
- деятельность, связанная с вычислительной техникой;
- научные исследования и разработки;
- образование;
- здравоохранение и предоставление социальных услуг;
- деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта.

Тема 15. Реклама и связи с общественностью в бизнесе

15.1 Реклама в предпринимательской деятельности

15.2 Сущность и принципы PR-коммуникаций

15.3 Роль интегрированных коммуникаций (рекламы, PR, электронных коммуникаций) в предпринимательской деятельности

15.1 Реклама в предпринимательской деятельности

Реклама – это определенный вид маркетинговой деятельности, который направлен на распространение информации о товаре, услуге или субъекте предпринимательской деятельности для привлечения потребителей и увеличения объемов продаж.

Экономическая роль рекламы реализуется в том, что она обеспечивает налаживание и поддержание экономических связей между субъектами хозяйствования, между производителями и потребителями товаров.

Реклама является мощным инструментом конкурентной борьбы производителей (продавцов) в борьбе за внимание и деньги потребителей товара.

Поддерживая и обостряя конкуренцию между производителями и продавцами, реклама позволяет потребителям товаров расширить их выбор и сделать его более осознанным и обоснованным.

Реклама способствует росту деловой активности, повышению объемов капиталовложений и количества рабочих мест.

Важнейшая экономическая роль рекламы реализуется также в том, что она способствует увеличению рынков сбыта. Она участвует в выводе новых товаров на рынок и расширении географии реализации уже зарекомендовавших себя товаров. Ускоряя время продажи рекламируемых товаров, реклама стимулирует ускорение оборачиваемости средств. Этим она повышает общую эффективность функционирования национальных экономик и мировой экономики в целом.

Социальная роль рекламы заключается в регулярном и массированном воздействии на сознание абсолютного большинства людей. Реклама способствует формированию не только покупательских предпочтений, но и становится частью социальной информационной среды, которая участвует в становлении определенных стандартов мышления и социального поведения различных слоев населения и каждого индивида в отдельности.

Основные виды рекламы в зависимости от ее целей

Информативная реклама. Преобладает в основном на этапе выделения товара на рынок, когда нужно создать его первичный образ. Потенциальным потребителям необходимо рассказать о новинке или о новых возможных применениях уже существующего товара. Также информативная реклама дает знать покупателю об изменении цены, о новых оказываемых услугах.

Увещевательная реклама. Приобретает особую значимость на этапе роста. Стремится убедить потенциального покупателя совершить покупку. Увещевательная реклама активно использует прием сравнения, часто используется при рекламе мощных средств, особенно при рекламе стиральных порошков.

Напоминающая реклама. Чрезвычайно важна на этапе зрелости. Напоминает о товаре потребителям и не дает о нем забыть всяческими способами. Часто в такой

рекламе используют звезд эстрады, кино, спорта, которые восторгаются данным продуктом и его полезностью.

Подкрепляющая реклама. Стремится уверить нынешних покупателей в правильности сделанного ими выбора. В таких рекламах часто используются рядовые потребители, которые восторгаются продуктом. В данном случае реклама осуществляется в двух направлениях: 1) изменение или поддержание представлений потребителей о данном товаре или услуге; 2) изменение или поддержание поведения потребителей.

Основные цели рекламы:

- формирование у потребителя определенного уровня знаний о данном товаре, услуге;
- формирование у потребителя определенного образа фирмы;
- формирование потребности в данном товаре, услуге;
- формирование благожелательного отношения к фирме;
- побуждение потребителя обратиться именно к данной фирме;
- побуждение к приобретению именно данного товара у данной фирмы;
- стимулирование сбыта товаров и услуг;
- ускорение товарооборота;
- стремление сделать данного потребителя постоянным покупателем данного товара, постоянным клиентом фирмы;
- формирование у других фирм образа надежного партнера.

15.2 Сущность и принципы PR-коммуникаций

Связи с общественностью (PR) – особая сфера знаний и практических технологий, возникшая на стыке ряда наук: социология коммуникаций, социальная психология, социология общественного мнения, менеджмент. Главное назначение PR – создавать позитивное мнение целевых групп об организации, формировать благоприятную внешнюю и внутреннюю среду для деятельности компании.

Принципы PR-коммуникаций:

- превращение организации из формального объединения людей в союз единомышленников;
- использование эмоциональной символики и хорошо запоминающихся лозунгов для выделения организации среди конкурентов;
- опережение оппонентов в интерпретации событий;
- непрерывное воздействие на общественное мнение по любым доступным каналам межличностных и массовых коммуникаций;
- опора на объективные закономерности функционирования массового и общественного сознания;
- отказ от нажима и манипулирования мнением целевых групп;
- уважение индивидуальности, предоставление достоверной информации.

В современном обществе с высокой конкуренцией любая организация заинтересована не только в штате сотрудников, но в эффективных коммуникациях со своей внешней и внутренней общественностью. Этому способствуют следующие условия:

- рост влияния внеценной конкуренции на положение компании, необходимость формирования публичитного капитала;
- многообразие информационных потоков и технологий;
- формирование гражданского общества с широкой сетью общественных организаций.

15.3 Роль интегрированных коммуникаций (рекламы, PR, электронных коммуникаций) в предпринимательской деятельности

В настоящее время компаниям, которые занимаются производством продукции, необходимо привлекать к своему продукту как можно больше потребителей. Такое привлечение нередко происходит при применении некоторых инструментов, как, например, размещение информации о продукте, которая могла бы заинтересовать конечного потребителя и убедить его в том, что именно этот товар ему необходим. Такой метод помогает компаниям удерживаться на рынке и достигать хороших показателей эффективности как производства, так и продаж. Естественно, данный метод применяется в совокупности с оценкой качества самой продукции и поддержанием цены на необходимом и, что немало важно, приемлемом уровне.

Для того чтобы достичь в этом успеха, используются коммуникации, которые занимают ключевую позицию в маркетинговой политике всей компании.

1. Реклама – оповещение аудитории различными способами (баннеры, реклама на телевидении, радио и т. д.) для создания широкой известности товару или услуге, с целью привлечения потребителей и как следствие увеличения объемов продаж.

2. Формирование благоприятного общественного мнения о компании и производимой продукции, что также называется «public relations».

3. Директ-маркетинг – прямая коммуникация или личные контракты/продажи. Данный вид маркетинговой коммуникации осуществляется посредством личных встреч, переговоров и представления товаров или услуг конкретным группам лиц, которые являются потенциальными приобретателями представленного продукта.

4. Мероприятия, позволяющие проводить комплексное продвижение продукции и содействие продажам. Наиболее известными считаются ярмарки, выставки, обучение персонала, в частности, продавцов и т. д.

Данные мероприятия помогают не только продвигать товары и услуги на потребительский рынок, но и исследовать сам рынок, заключать двух и многосторонние договоры, продавать товар и т. д., что естественно помогает ведению предпринимательской деятельности в части маркетинга.

Формат маркетинговых коммуникаций напрямую зависит от продукта и потребностей, ожиданий целевой аудитории. Для продукта, нацеленного на массового потребителя, основными формами коммуникации являются реклама и стимулирование быта во всех его выражениях.

Интегрированные маркетинговые коммуникации – это, осмысленный разговор бренда с клиентом, применение всех тех ресурсов, благодаря которым сообщение компании будет услышано, а потребитель будет мотивирован совершить покупку.

Законодательные и нормативные акты

1. Конституция Республики Беларусь [Электронный ресурс] : Закон Республики. Беларусь, 15 марта 1994 г., № 2875-XII // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
2. Кодекс Республики [Электронный ресурс] : Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
3. Трудовой кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: 26 июля 1999 г., № 296-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.
4. О поддержке малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 1 июля 2010 г., № 148-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
5. О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 18 июня 2005 г., № 285 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
6. О хозяйственных обществах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 9 дек. 1992 г., № 2020-XII // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
7. О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 16 янв. 2009 г., № 1 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
8. Об авторском праве и смежных правах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 17 мая 2011 г., № 262-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
9. О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 9 янв. 2002 г., № 90-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
10. О рекламе [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
11. О проведении рекламных игр в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 30 янв. 2003 г., № 51 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.
12. О ценообразовании [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 1999 г., № 255-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
13. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2013 г., № 57-3 // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

Основная литература

14. Бахрамов, Ю.М. Финансовый менеджмент: учебник для вузов, 2-е изд. Ю. М. Бахрамов, В. В. Глухов – СПб : Питер, 2021. – 496 с.
15. Беляцкий, Н. П. Управление персоналом : учебник / Н.П. Беляцкий. – 2-е изд. – Минск : Современная школа, 2020. – 448 с.
16. Крутик, А.П. Теория и методика обучения предпринимательскому риску : учеб. пособие / А.П. Крутик. – М. : Академик, 2020. – 286 с.
17. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие / Т. Н. Беляцкая, [и др.]; под ред. Н. П. Беляцкого. – Минск : БГЭУ, 2022 – 290 с.
18. Менеджмент: метод. пособие для проведения практических занятий и деловых игр для студ. эконом. спец. БГУИР / сост. А. К. Феденя [и др.] – Минск : БГУИР, 2021.
19. Организация производства и управление предприятием : лаб. практикум / А. А. Горюшкин – Минск : БГУИР, 2023. – 145 с. : ил.
20. Бланк, И. А. Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк. – М. : издательство «Омега-Л»: ООО «Эльга», 2021. – 768 с.

Дополнительная литература

21. Догиль, Л. Ф. Предпринимательство и малый бизнес : учеб. пособие для учащ. средних спец. учеб. заведений экон. спец. / Л. Ф. Догиль, Б. Д. Семенов. – Минск : Вышэйшая школа, 2017. – 268 с.
22. Дурович, А. П. Маркетинг в предпринимательской деятельности : учеб.-практ. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Финансы, учет, аудит, 2017. – 463 с.
23. Горфинкель В. Я. Предпринимательство / В. Я. Горфинкель ; под ред. В. Я. Горфинкеля. – М. : ЮНИТИ, 2019. – 160 с.
24. Решетов, М.В. Экономика и предпринимательство в социально-культурной сфере и туризме / М. В. Решетов. – 2-е изд. – М. : ЦЕНТР-Академик, 2020. – 448 с.
25. Экономика предпринимательства : курс лекций / В. И. Кушлин [и др.] ; редкол. В. И. Кушлин. – М. : ВЛАДОС, 2019. – 240 с.
26. Якимахо, А.П. Управление интеллектуальной собственностью в Республике Беларусь / А. П. Якимахо, Г. Е. Ясников, И. А. Рудаков; под редакцией Г. Е. Ясникова. – Минск : Дикта, 2023. – 318, [2] с.

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
Тема 1. Предпринимательство как основа развития бизнеса в условиях рыночной экономики	3
1.1 Сущность предпринимательства	3
1.2 Функции и принципы предпринимательства	5
1.3 Классификация предпринимательства	5
Тема 2. Особенности предпринимательской деятельности	6
Типология предпринимателя	6
2.1 Сущность управленческой деятельности	6
2.2 Принципы и методы управления	7
2.3 Функции управления	8
2.4 Портрет современного предпринимателя	9
Тема 3. Организационно-правовые формы предприятия	10
3.1 Формы основных предпринимательских формирований	10
3.2 Порядок создания и регистрации предпринимательских структур	12
3.3 Экономическая сущность банкротства. Содержание процедуры банкротства	13
3.4 Порядок ликвидации юридических лиц и прекращения деятельности индивидуальных предпринимателей	15
Тема 4. Правовое обеспечение бизнеса. Государственная поддержка бизнеса	16
4.1 Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве	16
4.2 Характеристика форм собственности в Беларуси	17
4.3 Правонарушение и юридическая ответственность предпринимателя	18
4.4 Понятие и виды сделок	19
4.5 Ремесленная деятельность и деятельность без регистрации юридического лица	19
Тема 5. Финансовые ресурсы и капитал коммерческих организаций	20
5.1 Источники формирования финансовых ресурсов	20
5.2 Прибыль как основной финансовый ресурс	21
5.3 Активный и пассивный капитал	22
Тема 6. Инвестирование в предпринимательской деятельности	23
6.1 Сущность инвестиционной деятельности	23
6.2 Инвестиционные проекты	24
6.3 Бизнес-план	24
6.4 Оценка эффективности инвестиционных проектов	26
Тема 7. Инновационное предпринимательство	27
7.1 Сущность инноваций	27
7.2 Инновационный процесс. Факторы, влияющие на инновационный процесс	29
7.3 Роль интеллектуальной собственности в развитии инновационного предпринимательства	29

7.4 Результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ и услуг	30
Тема 8. Показатели экономической эффективности организации	31
8.1 Обоснование экономических решений	31
8.2 Труд и эффективность его использования	32
8.3 Основные производственные фонды и эффективность их использования	32
8.4 Оборотные средства организации и эффективность их использования	34
Тема 9. Трудовое право Республики Беларусь	35
9.1 Понятие трудового права. Функции и принципы трудового права	35
9.2 Трудовые ресурсы, персонал, человеческие ресурсы	36
Тема 10. Организация собственного бизнеса	37
10.1 Организация предпринимательской структуры	37
10.2 Порядок государственной регистрации предприятия и индивидуального предпринимателя	37
10.3 Основные виды учредительных документов	39
Тема 11. Система управления персоналом. Предпринимательское лидерство	40
11.1 Методологические основы управления персоналом	40
11.2 Роль руководителя в управлении персоналом	41
11.3 Управление конфликтами и стрессами в организации	42
11.4 Оценка эффективности системы управления персоналом	42
Тема 12. Сущность и структура маркетинговой деятельности	44
12.1 Маркетинг в системе управления предприятием	44
12.2 Содержание маркетинговой деятельности на предприятии	45
Тема 13. Жизненный цикл организации и управление в ситуации кризиса	47
13.1 Этапы жизненного цикла организации	47
13.2 Показатели эффективности хозяйственной деятельности организации	48
Тема 14. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальная собственность)	49
14.1 Интеллектуальная собственность: понятие, методы управления	49
14.2 Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности	50
14.3 Рынки высоких технологий и их особенности	52
Тема 15. Реклама и связи с общественностью в бизнесе	53
15.2 Сущность и принципы PR-коммуникаций	54
15.3 Роль интегрированных коммуникаций (рекламы, PR, электронных коммуникаций) в предпринимательской деятельности	55
Законодательные и нормативные акты	Ошибка! Закладка не определена.
Основная литература	Ошибка! Закладка не определена.
Дополнительная литература	Ошибка! Закладка не определена.

УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ

Составители:

Ермакова Элеонора Эриховна

Хвисевич Наталья Юрьевна

ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПРАВА В СФЕРЕ РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Краткий курс лекций

Ответственный за выпуск: Ермакова Э. Э.

Редактор: Винник Н. С.

Компьютерная вёрстка: Горбач А. А.

Корректор: Дударук С. А.

Подписано в печать 18.06.2024 г. Формат 60x84 ¹/₁₆. Бумага «Performer».
Гарнитура «Arial». Усл. печ. л. 3,49. Уч. изд. л. 3,75. Заказ № 573. Тираж 30 экз.
Отпечатано на ризографе учреждения образования «Брестский государственный
технический университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.