

Учреждение образования  
БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Экономический факультет

Кафедра «Экономической теории и логистики»

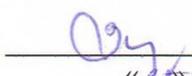
СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой  
«Экономической теории и  
логистики»

  
Г.Б. Медведева  
«25» 11 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан  
экономического факультета

  
В.В. Зазерская  
«27» 11 2024 г.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС  
по учебной дисциплине  
ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

для специальностей:

6-05-0412-03 Логистика

6-05-0412-04 Маркетинг

6-05-0411-02 Финансы и кредит

6-05-0311-02 Экономика и управление

6-05-0411-01 Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Составитель: Ермакова Э.Э.

Рассмотрено и утверждено  
на заседании

Научно-методического совета БрГТУ

«27» 12 2024 г. протокол № 2

рег. в Учен 24128-14

## ПЕРЕЧЕНЬ МАТЕРИАЛОВ В КОМПЛЕКСЕ

Электронный учебно-методический комплекс содержит:

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ .....	4
1.1 КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА».....	4
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	38
2.1 МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА».....	38
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ .....	54
3.1 ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	54
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА».....	54
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ .....	54
4.1 УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ .....	56
«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА».....	56

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Основы предпринимательства» создан в соответствии с требованиями Постановления Министерства образования Республики Беларусь от 26 июля 2011 г. № 167 «Об утверждении положений об учебно-методических комплексах по уровням основного образования и предназначен для студентов экономических специальностей.

Содержание разделов ЭУМК соответствует образовательным стандартам данной специальности, структуре и тематике учебной программы по дисциплине «Основы предпринимательства».

Цели ЭУМК:

- повышение эффективности образовательного процесса;
- внедрение перспективных технологий хранения и передачи информации в электронном виде;
- обеспечение открытости и доступности образовательных ресурсов путем размещения ЭУМК в локальной сети университета.

Весь материал курса «Основы предпринимательства» основан на законодательных и нормативных актах, действующих в Республике Беларусь. Предметное содержание представлено в форме определений основных понятий, конспектом лекций.

Структура ЭУМК включает:

1. Теоретический раздел, состоящий из краткого конспекта лекций по дисциплине «Основы предпринимательства» по темам курса
2. Практический раздел, в котором представлены материалы для практических занятий
3. Контроль знаний, представлен тестами и вопросами для подготовки к зачету
4. Вспомогательный раздел ЭУМК представлен в виде учебной программы по дисциплине «Основы предпринимательства» и перечень изданий, рекомендуемых для изучения

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1 КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

<b>ТЕМА 1</b> ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ЦЕЛИ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ .....	5
<b>ТЕМА 2</b> ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КАПИТАЛ И СЛАГАЕМЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УСПЕХА.....	23
<b>ТЕМА 3</b> МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ .	36
<b>ТЕМА 4</b> БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. КОНКУРЕНЦИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ .....	48
<b>ТЕМА 5</b> ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА И ОХРАНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БИЗНЕСА.....	61
<b>ТЕМА 6</b> МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА.....	

## **Тема 1. Особенности предпринимательской деятельности, предпринимательские цели и их реализация**

### **1.1 Сущность и признаки современного 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).

## **Тема 2. Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха**

### **2.1 Источники формирования финансовых ресурсов. Капитал организации**

#### **2.2 Прибыль как основной финансовый ресурс**

#### **2.3 Активный и пассивный капитал**

### **2.1 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

## 2.2 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.

## 2.3 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 ИС; 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 и 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 3. Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности**

### **3.1 Маркетинг в системе управления предприятием**

### **3.2 Содержание маркетинговой деятельности на предприятии**

### **3.3 Реклама в предпринимательской деятельности**

### **3.4 Сущность и принципы PR-коммуникаций**

### **3.5 Роль интегрированных коммуникаций (рекламы, PR, электронных коммуникаций) в предпринимательской деятельности**

### **3.1 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.

### **3.2 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 особой 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.

### **3.3 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.

**Увещательная реклама.** Приобретает особую значимость на этапе роста. Стремится убедить потенциального покупателя совершить покупку. Увещательная реклама активно использует прием сравнения, часто используется при рекламе моющих 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

### **3.4 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 внеценовой конкуренции на положение компании, необходимость формирования публицитного капитала;
- многообразие информационных потоков и технологий;
- формирование гражданского общества с широкой сетью общественных организаций.

### **3.5 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 немаловажно, 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 брэнда с клиентом, применение всех тех ресурсов, благодаря которым сообщение компании будет услышано, а потребитель будет мотивирован совершить покупку.

## **Тема 4. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве**

### **4.1 Сущность инвестиционной деятельности**

### **4.2 Инвестиционные проекты**

### **4.3 Бизнес-план**

### **4.4 Оценка эффективности инвестиционных проектов**

### **4.1 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.

## **4.2 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:

- предынвестиционный,
- инвестиционный,
- эксплуатационный.

**Предынвестиционный 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.

Предынвестиционный 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.

### 4.3 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;
- репрофилирование 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

## **4.4 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 используемым 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

$$R = \frac{\Delta P}{I} \quad (4.1)$$

где R – рентабельность инвестиций;

$\Delta P$  – прирост прибыли предприятия от внедрения инвестиционного проекта;

I – сумма инвестиций

– срок окупаемости инвестиций:

$$R = \frac{I}{\Delta P} \quad (4.2)$$

**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:

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{F^i}{(1+r)^n} \quad (4.3)$$

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:

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^n} - I \quad (4.4)$$

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:

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^n} - \sum_{i=1}^n \frac{I_i}{(1+r)^n} \quad (4.5)$$

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:

$$PI = \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{(1+r)^i} \cdot I \quad (4.6)$$

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 5. Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса**

### **5.1 Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве**

#### **5.2 Характеристика форм собственности в Беларуси**

#### **5.3 Формы основных предпринимательских формирований**

#### **5.4 Порядок создания и регистрации предпринимательских структур**

#### **5.5 Экономическая сущность банкротства. Содержание процедуры банкротства**

#### **5.6 Порядок ликвидации юридических лиц и прекращения деятельности индивидуальных предпринимателей**

### **5.1 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.

## **5.2 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.

### **5.3 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 составляется из номинальной стоимости 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 РБ и Законом РБ «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.

#### **5.4 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).

## 5.5 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).

## **5.6 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 6. Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса**

### **6.1 Организация предпринимательской структуры**

### **6.2 Порядок государственной регистрации предприятия и индивидуального предпринимателя**

### **6.3 Основные виды учредительных документов**

#### **6.1 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.

## **6.2 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.

### **6.3 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 РФ 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.

## **2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

### **2.1 МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

#### **ТЕМА 1 ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ЦЕЛИ И ИХ РЕАЛИЗАЦИЯ**

##### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:**

1. Основные этапы формирования и развития предпринимательства
2. Как основные признаки предпринимательства отражаются на успешном ведении бизнеса
3. Экономическая среда предпринимательской деятельности. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности

##### **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:**

1. Исторические аспекты развития бизнеса и предпринимательства (предпосылки, характеристика этапов, факторы)
2. Социально-экономические аспекты развития бизнеса и предпринимательства (условия для развития, этапы, оценка показателей)
3. Особенности осуществления хозяйственной деятельности субъектами малого предпринимательства в Республике Беларусь
4. Основные проблемы развития малого и среднего бизнеса Беларуси
5. Истории преуспевающих предпринимателей

##### **Задание:**

На основе статистических данных, дать оценку экономическим показателям деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь за последние 5-10 лет.

**ТЕСТ:**

1. Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для:

- а) производства продукции, выполнения работ и оказания услуг;
- б) удовлетворения общественных потребностей;
- в) получения прибыли;
- г) производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли

2. При индивидуальной форме предпринимательства предприниматель:

- а) действует на свой страх и риск;
- б) делит ответственность с партнерами;
- в) передаёт предпринимательские риски страховой компании;
- г) работает в среде с минимальным уровнем риска

3. На каком предприятии происходит расширение производства и понижение цены продукта до уровня, соответствующего издержкам производства?

- а) на предприятии-монополисте;
- б) на конкурентном предприятии;
- в) на государственном предприятии;
- г) на иностранном предприятии

4. Что можно отнести к важнейшим чертам предпринимательства?

- а) самостоятельность и независимость;
- б) технологичность и наукоёмкость;
- в) отсутствие хозяйственного риска и ответственности;
- г) предсказуемость и очевидность

5. Инновация в бизнесе – это:

а) продукт или услуга, произведенные по новым технологиям с достижением коммерческого или научно-технического эффекта;

б) использование лучших управленческих и технических решений, показавших высокие результаты в ретроспективе;

в) реализация новых мероприятий, направленных на развитие корпоративной культуры предприятия;

г) новые креативные сотрудники предприятия

6. Коммерческо-торговое предпринимательство отличается от производственного тем, что в коммерческо-торговом предпринимательстве:

- а) товар не производится, а дорабатывается;
- б) коммерсант соединяет интересы производителя и конечного покупателя, и получает от этого прибыль;
- в) предприниматель занимается лишь реализацией произведенной продукции;
- г) предприниматель получает доход по операциям с ценными бумагами

7. Выберите суждение, соответствующее определению понятия «бизнес»

- а) система взаимоотношений между людьми, создающая взаимные обязательства;
- б) система взаимоотношений между людьми по поводу обмена благами на взаимовыгодной основе;
- в) система взаимоотношений между людьми по поводу обмена благами, в которой соблюдаются интересы сильнейшей стороны;
- г) искусственно созданная государством система взаимоотношений между людьми для привлечения финансовых ресурсов;
- д) производное от экономики явление, целью которого выступает поддержка равновесия между общественными и эгоистическими стремлениями человека

8. Предприниматель распределяет ресурсы по направлениям деятельности фирмы, исходя из:

- а) перспективности этих направлений;
- б) равенства финансирования каждого направления;
- в) требований кредиторов и инвесторов;
- г) заранее определенных приоритетов;
- д) своих личных интересов

9. Выберите суждение, соответствующее определению термина «блага»

- а) все, в чем нуждается человек для удовлетворения своих потребностей;
- б) материальные объекты, используемые человеком для конечного потребления;
- в) все, что не служит объектом купли-продажи;
- г) объекты, используемые предприятиями для производства продукции

10. Предприниматель вступает в рискованную сделку в следующем случае:

- а) если он не осведомлен о риске;
- б) если есть возможность нейтрализовать риск;
- в) если он полностью уверен, что сделка совершится успешно;
- г) если сделка несет какую-либо выгоду;

д) если ожидаемая выгода от сделки оправдывает этот риск

### **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:**

1. В чём заключается сущность понятий «предпринимательство» и «бизнес»?
2. Что включает в себя признаки предпринимательства?
3. Каковы последовательные этапы предпринимательского процесса?
4. Какие функции свойственны предпринимательской деятельности?
5. В чём сущность инновационной функции предпринимательства?
6. Какая из функций предпринимательской деятельности обеспечивает технологическое конкурентное превосходство на рынке?
7. В чём заключается деятельность по управлению предпринимательской деятельностью?
8. Какие виды предпринимательской деятельности выделяют по форме собственности?
9. Какие особенности характерны для производственной предпринимательской деятельности?
10. Основные характеристики финансовой и страховой предпринимательской деятельности.

## **ТЕМА 2 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КАПИТАЛ И СЛАГАЕМЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УСПЕХА**

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:**

1. Финансовые ресурсы предприятия, источники их формирования
2. Прибыль предприятия, как основной финансовый ресурс

### **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:**

1. Качества предпринимателя
2. Мотивация в предпринимательской деятельности
3. Развитие личности предпринимателя в процессе становления и расширения бизнеса
4. Культура предпринимательской деятельности
5. Социальная ответственность бизнесмена

### **ЗАДАНИЕ:**

На основе отчета предприятия о прибылях и убытках, дать оценку финансовым показателям деятельности предприятия за 3 года

### **ТЕСТ:**

1. Как называется прибыль, которая определяется как разница между выручкой от реализации и себестоимостью реализованной продукции:
  - а) чистая прибыль;

- б) прибыль от реализации продукции;
- в) льготированная прибыль;
- г) инвестиционная прибыль

2. Как называются любые имущество и имущественные права, вкладываемые в объекты инвестиционной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного результата

- а) инвестиции;
- б) инновации;
- в) финансовые вложения;
- г) основные средства

3. Что относится к собственным источникам инвестиций:

- а) бюджетные ассигнования;
- б) кредиты банков;
- в) амортизационные отчисления;
- г) лизинговые поступления

4. Что можно отнести к собственному капиталу предприятия:

- а) уставный фонд, прибыль
- б) заемные денежные средства
- в) обязательства перед акционерами
- г) кредиты банков

5. Налоги, уплачиваемые предприятиями идут на формирование доходов:

- а) уставного фонда предприятия;
- б) инвестиционного фонда предприятия;
- в) страхового фонда предприятия;
- г) государственного бюджета

6. Доходами от текущей деятельности предприятия являются:

- а) финансы, мобилизуемые на финансовом рынке;
- б) дивиденды и проценты по ценным бумагам;
- в) выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг;
- г) заемные средства предприятия

7. Внешние источники финансирования инвестиций:

- а) амортизационный фонд
- б) банковский кредит
- в) долевое участие в строительстве (вклад в уставный капитал других предприятий)
- г) валовая прибыль предприятия

8. Источниками инвестиций являются:

- а) собственные, привлеченные и заемные средства;
- б) балансовые, нормированные и формализованные средства;
- в) дисконтированные, инновационные и рискованные средства;
- г) предпроектные, проектные и эксплуатационные средства

9. Направления деятельности предприятия, формирующие прибыль;

- а) доходная, расходная, рыночная;
- б) текущая, инвестиционная, финансовая;
- в) затратная, окупаемая, балансовая;
- г) производственная, промышленная, прочая

10. Выручка представляет собой

- а) разницу между доходами и расходами организации;
- б) произведение цены и количества реализованной продукции;
- в) произведение прибыли и себестоимости;
- г) отношение затрат к цене продукции.

### Задача 1

Отпускная цена товара с НДС – 15,00 руб. Полная себестоимость производства 10,50 руб. Ставка НДС – 20%. Рассчитать прибыль и рентабельность продукции

### Задача 2

Рассчитать прибыль от реализации продукции в отчетном и плановом периодах и темпы ее роста

Базисный год			Плановый год		
			Темп роста, %		
Объем производства продукции, ед.	Цена единицы продукции, руб.	Себестоимость единицы продукции, руб.	Объем производства продукции	Цена единицы продукции	Себестоимость единицы продукции
1200	180	146	104	100	96,6

### Задача 3

Определить сумму налога на добавленную стоимость и сумму прибыли от реализации продукции. Выручка от реализации продукции составила 40 000 руб., себестоимость продукции – 26 000 руб. Ставка НДС – 20 %

### Задача 4

Объем реализованной продукции – 500 ед.  
Цена единицы продукции – 40 руб.  
Себестоимость единицы продукции – 30 руб.

Предприятие добилось снижения себестоимости продукции на 5%, при этом цены на изделия увеличились на 2 %

Определить, как изменилась величина прибыли от реализации по сравнению с планируемым показателем

#### **Задача 5**

Доходы по текущей деятельности предприятия составили 39 800 руб., расходы по текущей деятельности – 28 200 руб.

Доходы по финансовой деятельности предприятия – 5 890 руб., расходы по финансовой деятельности 2 340 руб.

Определить сумму налога на прибыль и чистую прибыль предприятия

#### **Задача 6**

Определить сумму прибыли и провести расчет отпускной цены продукта, если известны следующие данные: себестоимость продукции 83 руб., планируемая рентабельность 25%, ставка НДС 20%

#### **Задача 7**

Рассчитать рентабельность продаж по следующим данным: выручка 1200 руб., затраты 1000 руб.

#### **Задача 8**

Рассчитайте сумму НДС, если известно, что отпускная цена составляет 1000 руб.

Ставка налога на добавленную стоимость составляет 20%

#### **Задача 9**

Себестоимость единицы продукции составляет 100 руб. Отпускная цена предприятия-изготовителя – 130 руб.

В результате проведения ряда оргтехмероприятий себестоимость единицы продукции снизилась на 9%.

Определить рентабельностью продукции до и после проведения оргтехмероприятий.

#### **Задача 10**

Выручка от реализации продукции – 40 000 руб. Себестоимость продукции – 26000 руб. Определить сумму прибыли от реализации продукции, чистую прибыль и рентабельность продукции. Ставка налога на прибыль – 20%.

### **ТЕМА 3 МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:**

1. Важнейшие функции маркетинга предприятия
2. Реклама в предпринимательской деятельности

### **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:**

1. Социальная ответственность предпринимателя
2. Предпринимательство в социальном секторе экономики
3. Маркетинговая деятельность на предприятии (на примере конкретного предприятия)
4. Особенности видов рекламы продукции
5. Роль интегрированных коммуникаций в предпринимательской деятельности

### **ЗАДАНИЕ:**

Ознакомиться с рекламными материалами различных видов, применяемых в Республике Беларусь

### **ТЕСТ:**

1. Главной задачей любой предпринимательской деятельности является:
  - а) максимизация доходов;
  - б) удовлетворение потребностей клиентов;
  - в) минимизация расходов и максимизация доходов;
  - г) минимизация издержек;
  - д) сохранение и усиление конкурентоспособности
2. Обеспечение позитивного имиджа компании достигается следующим образом:
  - а) только специальным воздействием на общественное мнение;
  - б) специальным воздействием на общественное мнение в сочетании с соблюдением моральных и этических норм в ведении дел;
  - в) только за счет устойчивой финансовой репутации;
  - г) только за счет соблюдения моральных и этических норм в работе;
  - д) за счет активной благотворительной деятельности
3. Постоянное укрепление конкурентоспособности предприятия необходимо для:
  - а) выживания организации в долгосрочной перспективе;
  - б) выживания организации в краткосрочном периоде;
  - в) вытеснения конкурентов с рынка;
  - г) максимального удовлетворения потребностей общества;
  - д) максимизации прибыли
4. В своей работе предприниматель, прежде всего, руководствуется:

- а) идеей удовлетворения общественных потребностей;
- б) стремлением удовлетворять общественные потребности и при этом получать максимально возможную прибыль;
- в) идеей выпуска максимально качественной продукции и ее продажи по наиболее высокой цене;
- г) стремлением к максимизации прибыли;
- д) стремлением к лидерству на рынке

5. Не относится к коммерческим организациям:

- а) хозяйственные общества;
- б) хозяйственные товарищества;
- в) благотворительные фонды;
- г) унитарные организации;
- д) производственные кооперативы

6. В соответствии с формами собственности организации делятся:

- а) на организации, основанные на государственной, частной и коллективной собственности;
- б) промышленные и сельскохозяйственные организации;
- в) организации материального производства и сферы услуг;
- г) организации, основанные на правах хозяйственного ведения и оперативного управления;
- д) нет правильного ответа

7. По отраслевой принадлежности организации бывают:

- а) промышленные, сельскохозяйственные, транспортные, организации торговли;
- б) материалоемкие и трудоемкие;
- в) с прерывным и непрерывным производством;
- г) сезонные и несезонные;
- д) нет правильного ответа

8. Организация, использующая стратегическое управление, планирует свою деятельность исходя из того, что:

- а) окружение не будет изменяться;
- б) в окружении не будет происходить качественных изменений;
- в) в окружении постоянно будут происходить изменения;
- г) изменения произойдут во внутренней среде предприятия

9. Норма управляемости определяется по следующему закону:

- а) чем ниже уровень иерархии, тем больше норма;
- б) чем больше норма, тем экономически выгоднее система управления;
- в) не для каждого уровня иерархии следует рассчитывать свою норму;

г) чем больше уровней иерархии, тем разнообразнее норма

10. Вознаграждение принято делить на:

- а) внутреннее и внешнее;
- б) официальное и неофициально;
- в) текущее и ожидаемое;
- г) материальное и моральное

### **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:**

1. Какие требования предъявляют к рекламной деятельности для успешного бизнеса?
2. Какие особенности характеризуют стимулирующий маркетинг?
3. Какие условия на рынке необходимы для применения конверсионного маркетинга?
4. Преимущества и недостатки ремаркетинга
5. Какие требования предъявляются к качеству маркетинговой деятельности на предприятии?
6. Что включает в себя содержание маркетинговой деятельности?
7. Какова сущность PR-коммуникаций?
8. Что включают мероприятия проведения комплексного продвижения продукции?
9. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового исследования рынка
10. Особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций

## **ТЕМА 4 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. КОНКУРЕНЦИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ**

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:**

1. Роль конкуренции в создании условий для предпринимательской деятельности
2. Требования к качеству бизнес-планирования

### **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:**

1. Предпринимательская деятельность на уровне г. Минска (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)
2. Предпринимательская деятельность в Минской области (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)

3. Предпринимательская деятельность в Витебской области (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)

4. Предпринимательская деятельность в Брестской области (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)

5. Предпринимательская деятельность в Гродненской области (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)

6. Предпринимательская деятельность в Гомельской области (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)

7. Предпринимательская деятельность в Могилевской области (основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства за последние 5 лет, анализ, оценка, сопоставление со среднереспубликанскими показателями и выявление проблем развития)

### **ТЕСТ:**

1. Как называются любые имущество и имущественные права, вкладываемые в объекты инвестиционной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного результата

- а) инвестиции;
- б) инновации;
- в) финансовые вложения;
- г) основные средства

2. Инвестиционные средства характеризуются:

- а) риском
- б) платностью
- в) возможностью неограниченного использования
- г) полезностью

3. Проект можно принять, если чистый дисконтированный доход по проекту:

- а) положительный;
- б) отрицательный;
- в) больше единицы;
- г) меньше единицы

4. Дисконтирование дохода:

- а) метод капитализации прибыли
- б) приведение дохода к сопоставимому по времени виду
- в) целевое выравнивание дохода
- г) форма коммерциализации технологий

5. Инвестиция представляет собой:

- а) расход ресурсов для достижения цели
- б) расход ресурсов для создания актива с целью извлечения дохода
- в) машины, оборудование, кредиты, имущество и иные ценности, направляемые в объекты предпринимательской деятельности в целях получения дохода
- г) чистую прибыль

6. Показатели результатов инвестиций:

- а) прирост основных средств за определенный период
- б) коэффициент выбытия основных фондов
- в) дисконтированный доход
- г) рентабельность собственных средств

7. Инвестиции – любое вложение денежных средств и их эквивалентов с целью:

- а) получения прибыли (дохода)
- б) сохранения от инфляции
- в) достижения положительного социального эффекта
- г) обеспечение экологической безопасности

8. Инвестор это:

- а) лицо, принимающее решения по реализации проекта
- б) исполнитель работ, обусловленных инвестиционным проектом
- в) лицо, для которого создается объект инвестиционной деятельности
- г) лицо, финансирующее инвестиционный проект

9. Показатели, характеризующие эффективность инвестиционного проекта

- а) выручка от реализации продукции;
- б) оборачиваемость собственного капитала;
- в) срок окупаемости проекта;
- г) амортизация основных фондов

10. Оценка эффективности инвестиций осуществляется с использованием методов:

- а) балансовый и нормативный;
- б) доходный и затратный;
- в) рыночный и договорной;
- г) статический и динамический

### **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ:**

1. Назовите источники и формы инвестиций
2. Объекты и субъекты инвестиционной деятельности
3. Этапы реализации инвестиционного проекта
4. Сущность бизнес-планирования, виды бизнес-планов
5. Подготовительные работы к разработке бизнес-плана
6. Цель и задачи бизнес-планирования
7. Структура и содержание бизнес-плана
8. Оценка эффективности инвестиционных проектов

## **ТЕМА 5 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА И ОХРАНА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БИЗНЕСА**

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:**

1. Роль государственной поддержки предпринимательской деятельности
2. Правовое регулирование бизнеса в Республике Беларусь

### **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:**

1. Предпринимательская среда в Республике Беларусь, внешние и внутренние факторы развития
2. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве
3. Система государственной поддержки предпринимательства
4. Государственное регулирование цен и тарифов. Ответственность предпринимателя за нарушение законодательства о ценообразовании
5. Налоговые льготы и особые режимы налогообложения

### **ТЕСТ:**

1. Процессом формирования у работника необходимых стимулов к труду является функция;
  - а) планирования;
  - б) организации;
  - в) мотивации;
  - г) контроля
  
2. Способность к общению – это:
  - а) организованность;
  - б) управление;

- в) коммуникативность;
- г) деловое общение

3. Что из себя представляет акционерное общество:

- а) это объединение капиталов;
- б) финансовая организация, торгующая ценными бумагами;
- в) группа предприятий, выполняющих общую работу;
- г) группа предприятий, производящих одинаковую продукцию;
- д) общество, имеющее уставный фонд, разделенный на акции равной

номинальной стоимости

4. По организационно-правовым формам организации подразделяются на:

- а) организации материального производства и сферы услуг;
- б) организации-товарищества, организации-общества, производственные кооперативы, унитарные организации;
- в) производственные и непроизводственные;
- г) коммерческие и некоммерческие;
- д) нет правильного ответа

5. Целью управления организацией является:

- а) удовлетворение потребностей рынка;
- б) изучение потребительской корзины;
- в) совершенствование производственного процесса;
- г) возможность конкуренции на рынке

6. Основная функция управления организацией:

- а) прогнозирование;
- б) предсказание;
- в) координирование;
- г) планирование

7. Инструментом стратегического планирования является:

- а) стратегическое планирование;
- б) тактическое планирование;
- в) целеполагание;
- г) миссия предприятия

8. Принятие решений – это:

- а) часть работы руководителя;
- б) функция, выполняемая руководителем;
- в) связующий процесс в управлении организацией;
- г) принцип децентрализации управления

9. Основными составляющими цикла управления организацией являются следующие функции, за исключением:

- а) планирование;
- б) организация;
- в) централизация;
- г) мотивация;
- д) контроль

10. Годовой план производства – это:

- а) оперативный план;
- б) перспективный план;
- в) тактический план;
- г) стратегический план;
- д) среднесрочный план

## **ТЕМА 6 МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА**

### **ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:**

1. Порядок государственной регистрации предприятия и индивидуального предпринимателя
2. Основные виды учредительных документов юридического лица

### **ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:**

1. Руководитель и подчиненный в предпринимательской деятельности
2. Репутация фирмы: формы работы по повышению привлекательности фирмы
3. Формы и методы обеспечения безопасности бизнеса
4. Пути и этапы создания своего бизнеса
5. Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства

### **ТЕСТ:**

1. Вероятные результаты сделки отличаются от реальных тем, что:
  - а) вероятный результат сделки – это та выгода, которую ожидает получить участник; она всегда выше реальной;
  - б) вероятный результат – наиболее желаемый, а реальный – наиболее возможный;
  - в) вероятные результаты – это то, что на самом деле получает участник сделки, а реальные – то, что он ожидал получить;
  - г) вероятный результат сделки – это та выгода, которую ожидает получить участник; она всегда ниже реальной;

д) вероятные результаты – это то, что участник ожидает получить от сделки, а реальные – это то, что он в итоге получает

2. Превышение расходов над доходами предприятия называется:

- а) прибыль;
- б) рентабельность;
- в) убыток;
- г) задолженность

3. Что относится к основным средствам организации:

- а) готовая продукция;
- б) сырье и материалы;
- в) деньги предприятия;
- г) здания и оборудование

4. Инновационный процесс включает следующие этапы:

- а) анализ и инвестиции;
- б) создание новации и коммерциализации новации;
- в) планирование и контроль;
- г) мотивацию и стимулирование

5. По содержанию и сфере реализации выделяют следующие виды инноваций:

- а) прибыльные и убыточные;
- б) материально-технические и социальные;
- в) затратные и доходные;
- г) радикальные и модификационные

6. Главной задачей любой предпринимательской деятельности является:

- а) максимизация доходов;
- б) удовлетворение потребностей клиентов;
- в) минимизация расходов и максимизация доходов;
- г) минимизация издержек;
- д) сохранение и усиление конкурентоспособности

7. Экономическая несостоятельность организации, признанная судом предусматривает:

- а) реорганизацию субъекта хозяйствования;
- б) ликвидацию субъекта хозяйствования;
- в) санацию субъекта хозяйствования;
- г) слияние субъекта хозяйствования с платежеспособной организацией

8. Производственная                      предпринимательская                      деятельность  
предусматривает:

- а) обеспечение посреднических услуг;
- б) обеспечение страховых услуг;
- в) создание товаров, услуг и иных ценностей;
- г) предоставление консультационных услуг

9. Объектом управления выступают:

- а) работники предприятия;
- б) руководство предприятия;
- в) внешняя среда предприятия;
- г) инфраструктура рынка

10. Субъект хозяйствования признается банкротом:

- а) по решению предпринимателя;
- б) по решению суда;
- в) по решению кредиторов;
- г) по решению регистрирующего органа

### **3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

#### **3.1 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

1. Сущность, признаки современного предпринимательства, эволюция концепций бизнес-деятельности.

2. Современное состояние предпринимательства в Республике Беларусь.

3. Источники формирования предпринимательского капитала.

4. Понятие организационных структур предпринимательства.

5. Коммерческие и некоммерческие организации.

6. Сущность стартапов. Интеграционная концепция бизнес-среды.

7. Необходимость исследования рынка согласно СМК серии ИСО 9000.

8. Основные направления маркетинговых исследований.

9. Процесс маркетингового исследования.

10. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.

11. Опросы и их роль при проведении маркетинговых исследований.

12. Разработка аналитических форм (SWOT-анализ, «рыночное досье») для обработки результатов маркетинговых исследований.

13. Формы и принципы планирования предпринимательской деятельности, уровни планирования.

14. Менеджмент предпринимательской деятельности.

15. Цели и заинтересованные лица в бизнес-планировании.

16. Структура и порядок разработки бизнес-плана.

17. Антимонопольное регулирование деятельности предпринимателей.

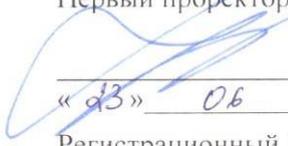
18. Методы формирования информационно-статистической базы конкурентоспособности фирмы.
19. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции.
20. Бенчмаркетинг.
21. Предпринимательские риски.
22. Сущность предпринимательского риска.
23. Система государственной поддержки предпринимательства.
24. Государственная поддержка и организации, осуществляющие поддержку малого бизнеса.
25. Финансирование и кредитование малого бизнеса.
26. Франчайзинговая система ведения малого бизнеса.
27. Страхование предпринимательства.
28. Инновационное предпринимательство.
29. Характеристика экономической деятельности малого и среднего предприятия.
30. Количественные и качественные критерии определения состояния малого бизнеса.
31. Место малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь.
32. Отраслевые и региональные особенности малого бизнеса.
33. Предпринимательство в целях самозанятости. Регистрирующие органы.
34. Порядок государственной регистрации и постановка на учет юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
35. Проблемы ликвидации и диверсификации в сфере малого бизнеса.

**4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ**  
**4.1 УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

К-1 2023

Учреждение образования  
«Брестский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор БрГТУ

  
М.В. Нерода  
« 23 » 06 2023 г.

Регистрационный № УД: 23-1-092/уч.

Основы предпринимательства

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальностей:

- 6-05-0412-03 Логистика
- 6-05-0412-04 Маркетинг
- 6-05-0411-02 Финансы и кредит
- 6-05-0311-02 Экономика и управление

2023 г.

Учебная программа составлена на основе учебных планов УО БрГТУ для специальностей «Логистика» 6-05-0412-03, «Финансы и кредит» 6-05-0411-02, «Маркетинг» 6-05-0412-04, «Экономика и управление» 6-05-0311-02, «Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна» 1-70 04 02 и учебной программы «Организация предпринимательской деятельности» УО «Белорусский государственный экономический университет» УД 4055-19/уч. от 28.06.2019

СОСТАВИТЕЛИ:

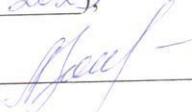
И.М. Лазарчук старший преподаватель кафедры экономической теории и логистики БрГТУ, м.э.н.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой Экономической теории и логистики  
(название кафедры-разработчика программы)  
(протокол № 11 от 23.06.2023);

Заведующий кафедрой  Г.Б. Медведева

Методической  
комиссией экономического факультета  
(название факультета)  
(протокол № 5 от 19.06.2023);

Председатель  Л.А. Захарченко

Научно-методическим советом БрГТУ (протокол № 6 от 23.06.2023);

*Список людей по ОУП Торговой юнк *

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Знание теоретических и методических основ, практических подходов к организации предпринимательской деятельности согласуется с профессиональными требованиями к современным специалистам. Учебная программа «Основы предпринимательства» предназначена для организации изучения основных категорий и положений теории и практики предпринимательской деятельности, принципов и подходов к управлению малым бизнесом и инновационным предпринимательством на внутреннем и внешнем ранке.

Целью преподавания учебной дисциплины является приобретение студентами необходимых знаний, умений и навыков по обеспечению самозанятости и эффективной профессиональной деятельности в составе подразделений современных предприятий в условиях динамично меняющейся рыночной среды.

В рамках дисциплины особое внимание уделяется вопросам поэтапной организации предпринимательской деятельности: создание фирмы, составление бизнес-плана, выбор приемов инвестирования, прогнозирование, правовые основы, маркетинг, контроллинг.

Задачи изучения дисциплины является формирование профессиональной компетенции в области:

- усвоение теоретических основ предпринимательства;
- знание принципов функционирования предприятий в рыночной среде;
- освоение путей повышения эффективности хозяйственной деятельности предприятий в условиях изменчивой конкурентной среды;
- развитие навыков комплексного анализа информации, используемой в управлении предпринимательской деятельностью.

В ходе освоения программы учебной дисциплины «Основы предпринимательства» согласно образовательному стандарту ОСВО 1- 26 02 05 – 2013 у студентов должны быть сформированы академические компетенции, соответствующие следующим требованиям:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.

Изучение учебной дисциплины будет способствовать и формированию социально-личностных компетенций, соответствующих следующим требованиям:

- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.
- СЛК-6. Уметь работать в команде.

Содержание учебной дисциплины содействует приобретению профессиональных компетенций специалиста, который должен быть способен:

- ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.
- ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям.
- ПК-9. Собирать и анализировать исходную информацию для проведения проектной деятельности, оценивать потребность в инвестициях для реализации предпринимательской идеи.
- ПК-10. Описывать и анализировать существующие бизнес-процессы и разрабатывать модели перспективных для организаций.
- ПК-15. Принимать участие в планировании производства продукции.
- ПК-16. Разрабатывать и обосновывать мероприятия по сокращению производственного цикла и оптимизации затрат на производство.
- ПК-23. Проводить исследования различных функциональных областей профессиональной деятельности и характеризовать инфраструктуру и динамику рыночной среды.
- ПК-25. Использовать глобальные информационные ресурсы для решения бизнес-задач.
- ПК-26. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

*знать:*

- теоретико-методологические основы и экономическую сущность современной предпринимательской деятельности;
- правовые основы предпринимательской деятельности;
- особенности организации и планирования работы предприятия в предпринимательской среде;
- факторы и пути повышения эффективности закупочно-производственно-сбытовой деятельности субъекта хозяйствования в условиях конкурентной среды;

*уметь:*

- использовать приемы организации исследований рыночной среды, проводить анализ собранной информации;
- моделировать и прогнозировать достижение стратегических целей фирмы на основе анализа поведения потребителей, поставщиков и конкурентов, используя приемы бизнес-планирования;
- владеть современными средствами SWOT-анализа; принимать управленческие решения в нестандартных ситуациях, возникающих в ходе трансформаций инфраструктуры и конъюнктуры рынка;
- пользоваться нормативами и Интернет-ресурсами в вопросах поэтапной организации предпринимательской деятельности: создание фирмы и последующих.

**План учебной дисциплины  
для дневной формы получения высшего образования**

Код специальности (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0412-03 6-05-0412-04 6-05-0411-02 6-05-0311-02	«Логистика» «Маркетинг» «Финансы и кредит» «Экономика и управление»	1	1	108	3	48	32	-	16	-	-	экзамен
1-25 01 08	«Бухгалтерский учет, анализ и аудит»	3	5	108	3	48	32	-	16	-	-	зачет

**План учебной дисциплины  
для заочной формы получения высшего образования**

Код специальности (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0311-02	«Экономика и управление»	1	1	102	2	12	8	-	4	-	-	экзамен

План учебной дисциплины  
для заочной сокращенной формы получения высшего образования

Код специальности (направления специальности)	Наименование специальности (направления специальности)	Курс	Семестр	Всего учебных часов	Количество зачетных единиц	Аудиторных часов (в соответствии с учебным планом УВО)					Академических часов на курсовой проект (работу)	Форма текущей аттестации
						Всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары		
6-05-0412-03	«Логистика»	1	1	108	3	12	8	-	4	-	-	экзамен

## 1. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### 1.1. ЛЕКЦИОННЫЕ ЗАНЯТИЯ И ИХ СОДЕРЖАНИЕ

1.1.1. Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.

Сущность, признаки современного предпринимательства, эволюция концепций бизнес-деятельности. Современное состояние предпринимательства в Республике Беларусь. Принципы, субъекты и объекты предпринимательства. Факторы, обуславливающие развитие предпринимательства. Типы и виды современного предпринимательства.

Деятельность предпринимательства по отбору, анализу и реализации предпринимательских идей. Определение будущего предпринимательского дела в целях самозанятости.

1.1.2. Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.

Формирование первоначального предпринимательского капитала. Источники формирования предпринимательского капитала. Понятие организационных структур предпринимательства. Коммерческие и некоммерческие организации. Предпринимательство в информационной среде.

Общее понятие о предпринимательском договоре. Формы сотрудничества субъектов предпринимательства в сфере производства, в сфере товарообмена, в сфере финансовых отношений. Сущность стартапов. Интеграционная концепция бизнес-среды.

1.1.3. Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.

Необходимость исследования рынка согласно МСК серии ИСО 9000. Основные направления маркетинговых исследований: исследование

рыночной конъюнктуры, сегментирование потребителей. Изучение конкурентов. Изучение и выбор поставщиков сырья и материалов.

Выбор методов проведения маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Опросы и их роль при проведении маркетинговых исследований.

Организация проведения маркетинговых исследований – стандарты и методология. Определение проблемы и формулирование гипотезы. Разработка аналитических форм (SWOT-анализ, «рыночное досье») для обработки результатов маркетинговых исследований и составление отчета.

1.1.4. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве.

Планирование как условие предпринимательской активности. Формы и принципы планирования предпринимательской деятельности, уровни планирования. Менеджмент предпринимательской деятельности. Цели и заинтересованные лица в бизнес-планировании. Принципы бизнес-планирования. Структура и порядок разработки бизнес-плана, правила его составления.

Содержание и виды конкуренции. Антимонопольное регулирование деятельности предпринимателей и противодействие недобросовестной конкуренции. Методы формирования информационно-статистической базы конкурентоспособности фирмы. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции – бенчмаркетинг, «графические профили» конкурентов.

1.1.5. Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.

Предпринимательские риски. Сущность предпринимательского риска. Классификация рисков. Посредническая предпринимательская деятельность. Основные способы минимизации предпринимательских рисков. Система государственной поддержки предпринимательства. Государственная поддержка и организации, осуществляющие поддержку малого бизнеса. Финансирование и кредитование малого бизнеса. Франчайзинговая система ведения малого бизнеса.

Защита прав потребителей. Страхование предпринимательства. Инновационное предпринимательство. Изобретение, рационализаторское предложение, промышленный образец, товарный знак, сертификация продукции, ноу-хау. Брендинг.

1.1.6. Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.

Значение и задачи малого и среднего бизнеса в экономике. Характеристика экономической деятельности малого и среднего предприятия. Количественные и качественные критерии определения состояния малого бизнеса. Достоинства и недостатки малого бизнеса. Место малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь. Отраслевые и региональные особенности малого бизнеса.

Этапы создания предпринимательских структур в малом бизнесе. Регистрирующие органы. Порядок государственной регистрации и постановка на учет юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Регулирование малого бизнеса. Проблемы ликвидации и диверсификации в сфере малого бизнеса.

## 1.2. ПРАКТИЧЕСКИЕ (СЕМИНАРСКИЕ), ЗАНЯТИЯ ИХ СОДЕРЖАНИЕ

1.2.1. Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.

Современное состояние предпринимательства в Республике Беларусь. Принципы, субъекты и объекты предпринимательства. Факторы, обуславливающие развитие предпринимательства. Типы и виды современного предпринимательства.

1.2.2. Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.

Формы сотрудничества субъектов предпринимательства в сфере производства, в сфере товарообмена, в сфере финансовых отношений. Сущность старт-апов. Интеграционная концепция бизнес-среды.

1.2.3. Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности. Исследование рыночной конъюнктуры, сегментирование потребителей. Изучение конкурентов. Изучение и выбор поставщиков сырья и материалов. Выбор методов проведения маркетинговых исследований.

1.2.4. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве.

Планирование как условие предпринимательской активности. Формы и принципы планирования предпринимательской деятельности, уровни планирования. Менеджмент предпринимательской деятельности. Цели и заинтересованные лица в бизнес-планировании. Принципы бизнес-планирования. Структура и порядок разработки бизнес-плана, правила его составления.

1.2.5. Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.

Основные способы минимизации предпринимательских рисков. Система государственной поддержки предпринимательства. Государственная поддержка и организации, осуществляющие поддержку малого бизнеса. Финансирование и кредитование малого бизнеса.

1.2.6. Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.

Характеристика экономической деятельности малого и среднего предприятия. Количественные и качественные критерии определения состояния малого бизнеса. Достоинства и недостатки малого бизнеса. Место малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь. Отраслевые и региональные особенности малого бизнеса.

### 1.3. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ, ИХ НАЗВАНИЕ

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К КУРСОВОМУ ПРОЕКТУ (РАБОТЕ)

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

### 3.1. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ для дневной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1.	Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.	8		2		8	Устный опрос, решение ситуационных заданий
2.	Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.	6		4		10	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3.	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	6		4		10	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4.	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	4		2		10	Устный опрос, решение заданий

5.	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	4		2		10	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6.	Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.	4		2		12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
	Всего	32		16		60	

### 3.2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ для заочной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.	0,5			0,5	14	Устный опрос, решение ситуационных заданий
2	Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.	0,5			0,5	14	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	1			0,5	14	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	2			0,5	16	Устный опрос, решение заданий
5	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	2			1	16	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6	Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития.	2			1	16	Устный опрос, решение ситуационных заданий

	Организация собственного бизнеса.					
	Всего	8			4	90

### 3.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ для заочной сокращенной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.	1			0,5	14	Устный опрос, решение ситуационных заданий
2	Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.	1			0,5	16	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	1			0,5	16	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	1			0,5	16	Устный опрос, решение заданий
5	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	2			1	16	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6	Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.	2			1	18	Устный опрос, решение ситуационных заданий
	Всего	8			4	96	

## 4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### 4.1 Перечень литературы.

#### Законодательные и нормативные акты.

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь : с изм. и доп., по состоянию на 3.01. 2023 г. – Мн. : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2023. – 655 с.

2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2025 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Я.М. Александрович [и др.]. Минск, Юнипак, 2020.- 112 с.

3. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 30 мая 2001 г; одобрен Советом Республики 8 июня 2001 г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. - 2020. - № 2/780.

4. О предпринимательстве в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 28.05.1991 г. № 813-ХИ // ЭТАЛОН: Беларусь [Электрон, ресурс] / Нац.центр правовой информ. Республики Беларусь. - Минск, 2022.

5. Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть) от 29.12.2009 г.; (ред. от 29.12.2020).

6. Трудовой кодекс Республики Беларусь: Принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.03.2023 г.); // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. - 2023. - № 2/70.

7. О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования. Декрет Президента Республики Беларусь №1 от 16.01.2009 г.

8. О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь: Директива Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2010 г. № 4 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», НЦПИ Респ. Беларусь. — Минск, 2020.

#### Основная литература

9. Акулич И.Л. Основы маркетинга / И. Л. Акулич, Е.В. Демченко. – М.: Высшая школа, 2019. – 511 с.

10. Беляцкий Н.П. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / Н.П. Беляцкий и [и др.]; / под ред. Н.П. Беляцкого – Минск: БГЭУ, 2020. – 214 с.

11. Быков, А. А. Экономический рост и развитие : учеб. пособие / А. А. Быков. – Минск : Вышэйшая школа, 2021. – 303 с. : ил. – Библиогр.: с. 290–299 (158 назв.). – Гриф Министерства образования Республики Беларусь. – 200 экз. – ISBN 978-985-06-3366-8.

12. Высоцкий О.А., Гарчук И.М., Данилова Н.С. Основы устойчивого развития производственной организации / О.А. Высоцкий, И.М. Гарчук, Н.С. Данилова; под науч. Ред. В.Ф. Медведева; Брестский государственный технический университет. – Мн.: ИООО «Право и экономика», 2015. – 258 с. – (Серия «Высшая школа бизнеса»).

13. Гончарова, Е. П. Основы научных исследований и инновационной деятельности : пособие для студ. спец. 1-08 01 01 "Профессиональное обучение (по направлениям)" / Е. П. Гончарова ; Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский инновационный технический университет, Кафедра "Профессиональное обучение и педагогика". – Минск : БНТУ, 2019. – 112 с. – Библиогр.: с. 110–112 (40 назв.). – 100 экз. – Рекомендовано УМО РБ. – ISBN 978-985-550-787-2.

14. Котлер Ф., Основы маркетинга. Спб.: Изд-во Питер, 2018. – 342 с.

#### Дополнительная литература

15. Елиферов В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 319 с.

16. Небелюк В.В. Оптимизация бизнес-процессов в текущем управлении организации – выявление информационных фильтров в цепях поставок // Инновации: от теории к практике: коллективная монография; под научн. ред. : А. М. Омелянюка [и др.]. – Брест: Издательство БрГТУ, 2019. – С. 219-223

17. Небелюк В.В. Технологии виртуальной логистики в практике популяризации проектов малого бизнеса в Беларуси. // Логистический аудит транспорта и цепей поставок: Материалы международной научно-практической конференции (26 апреля 2018 г.) / отв. редактор О. Ю. Смирнова. – Тюмень: ТИУ, 2018. – С. 96 – 104.

18. Яшева, Г.А. Конкурентоспособность экономических систем в контексте сетизации социально-экономического пространства: теория, методология, практика : монография / Г.А. Яшева ; под ред. Г.А. Яшевой. – Витебск, 2018. – 303 с

4.2. Перечень компьютерных программ, наглядных и других пособий, методических указаний и материалов, технических средств обучения, оборудования для выполнения лабораторных работ.

Лабораторные работы не предусмотрены.

4.3. Перечень средств диагностики результатов учебной деятельности

Для диагностики результатов учебной деятельности используются:

1. Устный опрос.
2. Решение ситуационных заданий.

3. Тестирование в ходе внутрисеместровой аттестации.

3. Письменный экзамен.

4.4. Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Самостоятельная работа предусматривает изучение вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение, конспектирование учебной литературы; изучение дополнительной литературы и интернет-источников; подготовку докладов и презентаций.

При выполнении самостоятельной работы обучающимся рекомендуется использовать кроме основной и дополнительной литературы: методические указания В.В. Небелюк Основы предпринимательства для студентов неэкономических специальностей дневной и заочной форм обучения. – Брест: УО «БрГТУ», 2015. – 32 с.; газету «Рынок и белорусы» (<http://www.belmarket.by>), а также официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь (<http://www.belstat.gov.by>).

Перечень вопросов, вынесенных на самостоятельное изучение по темам дисциплины

Тема 1: Особенности предпринимательской деятельности.  
Предпринимательские цели и их реализация.

1. Современное состояние предпринимательства в Республике Беларусь.

2. Типы и виды современного предпринимательства.

Литература [1-7, 9, 11, 17]

Тема 2: Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.

1. Понятие организационных структур предпринимательства.

2. Коммерческие и некоммерческие организации.

3. Формы сотрудничества субъектов предпринимательства в сфере производства, в сфере товарообмена, в сфере финансовых отношений.

Литература [1, 3-9, 11, 17, 18, 19, 20]

Тема 3. Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.

1. Необходимость исследования рынка согласно МСК серии ИСО 9000.

2. Изучение и выбор поставщиков сырья и материалов.

3. Опросы и их роль при проведении маркетинговых исследований.

Литература [10, 11, 12, 14-16, 17, 21, 22]

Тема 4. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности.  
Конкуренция в предпринимательстве

1. Структура и порядок разработки бизнес-плана, правила его составления.

2. Антимонопольное регулирование деятельности предпринимателей.

3. Бенчмаркетинг.

Литература [1-9, 11-14, 17]

Тема 5. Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.

1. Государственная поддержка и организации, осуществляющие поддержку малого бизнеса.

2. Финансирование и кредитование малого бизнеса.

3. Защита прав потребителей. Страхование предпринимательства.

Литература [1-9, 11-14, 17, 20, 22]

Тема 6. Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.

1. Количественные и качественные критерии определения состояния малого бизнеса.

2. Отраслевые и региональные особенности малого бизнеса в Беларуси.

3. Проблемы ликвидации и диверсификации в сфере малого бизнеса.

Литература [1-3, 8, 9, 11, 17, 20-22]

Перечень вопросов к экзамену

1. Сущность, признаки современного предпринимательства, эволюция концепций бизнес-деятельности.

2. Современное состояние предпринимательства в Республике Беларусь.

3. Источники формирования предпринимательского капитала.

4. Понятие организационных структур предпринимательства.

5. Коммерческие и некоммерческие организации.

6. Сущность стартапов. Интеграционная концепция бизнес-среды.

7. Необходимость исследования рынка согласно СМК серии ИСО 9000.

8. Основные направления маркетинговых исследований.

9. Процесс маркетингового исследования.

10. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.

11. Опросы и их роль при проведении маркетинговых исследований.

12. Разработка аналитических форм (SWOT-анализ, «рыночное досье») для обработки результатов маркетинговых исследований.

13. Формы и принципы планирования предпринимательской деятельности, уровни планирования.

14. Менеджмент предпринимательской деятельности.

15. Цели и заинтересованные лица в бизнес-планировании.

16. Структура и порядок разработки бизнес-плана.

17. Антимонопольное регулирование деятельности предпринимателей.

18. Методы формирования информационно-статистической базы конкурентоспособности фирмы.

19. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции.

20. Бенчмаркетинг.

21. Предпринимательские риски.

22. Сущность предпринимательского риска.

23. Система государственной поддержки предпринимательства.
24. Государственная поддержка и организации, осуществляющие поддержку малого бизнеса.
25. Финансирование и кредитование малого бизнеса.
26. Франчайзинговая система ведения малого бизнеса.
27. Страхование предпринимательства.
28. Инновационное предпринимательство.
29. Характеристика экономической деятельности малого и среднего предприятия.
30. Количественные и качественные критерии определения состояния малого бизнеса.
31. Место малого и среднего бизнеса в экономике Республики Беларусь.
32. Отраслевые и региональные особенности малого бизнеса.
33. Предпринимательство в целях самозанятости. Регистрирующие органы.
34. Порядок государственной регистрации и постановка на учет юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
35. Проблемы ликвидации и диверсификации в сфере малого бизнеса.

#### ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название Кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Экономическая теория	ЭТЛ		

Содержание учебной программы  
Согласовано с выпускающей кафедрой

Заведующий выпускающей кафедрой,  
Кандидат экономических наук, доцент \_\_\_\_\_ Г.Б. Медведева