

Учреждение образования
БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Экономический факультет

Кафедра «Экономической теории и логистики»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

«Экономической теории и
логистики»


 Г.Б.Медведева

«26» 12 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Декан

экономического факультета

 В.В.Зазерская

«28» 12 2022 г.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

по учебной дисциплине

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1 – 26 02 05 Логистика

1 – 26 02 03 Маркетинг

1 – 25 01 04 Финансы и кредит

1 – 25 01 07 Экономика и управление на предприятии

1-70 04 02 Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна

Составитель: Лазарчук И.М.

Рассмотрено и утверждено

на заседании

Научно-методического совета университета

«29» 12 2022 г. протокол № 3

рег. № УМК 22/23 - 67

ПЕРЕЧЕНЬ МАТЕРИАЛОВ В КОМПЛЕКСЕ

Электронный учебно-методический комплекс содержит:

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	4
1.1 Конспект лекций «Основы предпринимательства»	4
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	45
2.1 Материалы для практических занятий по дисциплине «Основы предпринимательства»	45
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	51
3.1 Вопросы к экзамену (зачету) по дисциплине «Основы предпринимательства» для студентов дневной и заочной форм обучения. ...	51
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	53
4.1 Учебная программа дисциплины «Основы предпринимательства»	53

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 УМК соответствует образовательным стандартам данных специальностей, структуре и тематике учебной программы по дисциплине «Экономическая теория».

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.

Структура УМК включает:

1. Теоретический раздел, состоящий из конспекта лекций по экономической теории по основным темам курса.
2. Практический раздел, в котором представлены материалы для практических занятий студентов.
3. Контроль знаний, представлен вопросами для подготовки к экзамену, тестами для студентов дневной и заочной формы обучения.
4. Вспомогательный раздел УМК, представленный в виде учебной программы по учебной дисциплине «Основы предпринимательства» и перечень изданий, рекомендуемых для изучения.

Рекомендации по организации работы с ЭУМК:

Необходим IBM PC-совместимый ПК стандартной конфигурации.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1 КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Тема 1. Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.....	5
Тема 2. Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.....	20
Тема 3. Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности	26
Тема 4. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве.....	30
Тема 5. Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.....	34
Тема 6. Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.....	38

Тема 1. Особенности предпринимательской деятельности.

Предпринимательские цели и их реализация

1. Содержание предпринимательской деятельности.
2. Предпринимательская среда.
3. Организационно-правовые формы предприятий
4. Сущность управленческой деятельности

1. Содержание предпринимательской деятельности

Сущность предпринимательства. Предпринимательство представляет собой экономическое хозяйствование в различных сферах деятельности, кроме запрещенных законодательством, осуществляемое субъектами рыночных отношений с целью удовлетворения потребностей потребителей и общества в товарах, работах, услугах и получения прибыли или дохода, необходимых для саморазвития собственного дела и обеспечения финансовых обязательств перед бюджетами и другими субъектами хозяйствования. Предпринимательство – это тип хозяйствования, базирующийся на инновационном поведении собственников предприятия, на их умении находить идеи, воплощать их в конкретные предпринимательские проекты. В. И. Даль в «Толковом словаре живого русского языка» определил, что «предпринимать» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступить к совершению чего-либо значительного», а «предприниматель – предпринявший что-либо». С. И. Ожегов в «Словаре русского языка» определил, что «предприниматель – владелец предприятия... Предприимчивый – умеющий предпринять что-нибудь в нужный момент, находчивый, изобретательный». Термин «предприниматель» произошел от французского слова «entrepreneur-посредник», которое употреблялось в середине XVI века по отношению к организаторам балов. В XVII веке предпринимателем называлось лицо, заключившее с государством контракт и несущее ответственность за его выполнение. Затем содержание понятия «предпринимательство» изменялось в соответствии с социально-экономическими, политическими изменениями в укладе жизни общества.

Законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность. Особенности предпринимательства является то, что:

– 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).

Процесс предпринимательства. Предпринимательство – 1) это особая форма экономической активности; 2) это процесс создания товаров, работ, услуг, обладающих ценностью для потребителей; 3) это процесс удовлетворения постоянно растущих потребностей. Предпринимательство начинается с идеи, преследующей возможность получения предпринимательского дохода и затем принимающей материальную форму. Таким образом, 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 (зарождение идеи) и ее оценка; составление бизнес-плана (экспертная оценка идеи); поиск и приобретение необходимых ресурсов; получение рыночной информации; управление предпринимательским процессом, контроль.

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 (материальные и нематериальные условия и факторы производства); 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; принцип равенства участников; принцип неприкосновенности собственности; принцип свободы договора; принцип недопустимости произвольного вмешательства в частные дела; принцип беспрепятственного осуществления гражданских прав; принцип восстановления нарушенных прав; принцип судебной защиты нарушенных

прав.

Субъекты предпринимательской деятельности – это лица, которым законодательством предоставлено право осуществления хозяйственной деятельности. Признаки субъектов предпринимательства следующие: легитимность деятельности; наличие обособленного имущества; возможность от своего имени приобретать права и нести обязанности в предпринимательском обороте; ответственность за свои действия в процессе предпринимательской деятельности.

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.);
- другое.

Виды предпринимательской деятельности. В зависимости от содержания предпринимательской деятельности и ее связи с основными стадиями воспроизводства (производство, распределение, обмен, потребление) различают различные виды предпринимательской деятельности. Производственная предпринимательская деятельность – это деятельность, в которой осуществляется производство товаров, услуг, информации, духовных ценностей; это деятельность, направленная на создание какой-либо ценности (получение заказа и выдача продукта). Коммерческая предпринимательская деятельность – это деятельность, когда предприниматель продает покупателю готовые товары, которые он приобретает у других лиц; это торговая деятельность, предполагающая участие предпринимателя в продаже товаров и услуг. Финансовая (финансово-кредитная) предпринимательская деятельность – это деятельность, когда предприниматель в качестве предмета купли-продажи использует деньги, иностранную валюту и ценные бумаги, продавая их

покупателю или предоставляя в кредит. Посредническая предпринимательская деятельность – это деятельность, при которой предприниматель не производит и не продает товар, а связывает две заинтересованные стороны во взаимной сделке (производителя и потребителя; цель такой деятельности – ускорить и облегчить обращение сырья, материалов, готовой продукции). Страховая предпринимательская деятельность – это деятельность, когда предприниматель выступает гарантом страхователю имущества. Страховая предпринимательская деятельность связана со страхованием имущества, ценностей, жизни. Консультативная предпринимательская деятельность – это деятельность, связанная с оказанием платной консультации по вопросам управления (консультации маркетологов, советы в области налогообложения, изменению организационной структуры, информационных технологий, др.).

2. Предпринимательская среда

Сущность предпринимательской среды. Предприятие (предприниматель) функционирует в определенной среде. «Среда» происходит от слова «середина-середина» и означает – «окружение», т. е. все, что находится вокруг середины («вокруг меня»). В этом значении «среда» употребляется с уточнением (какая среда?). Выделяют следующие виды сред: окружающая среда; среда (архитектура); среда обитания; среда (в теории систем); среда передачи (в теории связи); сплошная среда (в физике); воздушная среда; питательная среда; микросреда; макросреда; социальная среда; экономическая среда; географическая среда; межгалактическая среда; межзвездная среда; меж-планетная среда; нелинейная среда; др. Конкретная среда рассматривается как часть среды, которая взаимодействует с данным живым организмом (человеком, предприятием, др.), включая объекты живой и неживой природы.

Каждое действие предприятия (бизнес-процессы) возможно только при взаимодействии со средой. Предприятие стремится быть конкурентоспособным в предпринимательской среде, уделяя внимание методическим вопросам управления предпринимательской деятельностью. Предпринимательство (предприниматель) может развиваться только при благоприятном влиянии различных факторов и условий (внутренних и внешних; объективных и субъективных), т.е. при формировании благоприятной предпринимательской среды. Предпринимательская среда – это сложившиеся в стране социально-экономические, политические и гражданско-правовые условия, которые воздействуют на функционирование предприятия и в целом обеспечивают экономическую свободу гражданам для занятия предпринимательской деятельностью, направленной на получение прибыли (дохода) и удовлетворение потребностей всех субъектов рынка. Также предпринимательская среда – это совокупность субъектов хозяйствования, их взаимосвязи, взаимосвязи инфраструктурных звеньев и условий их деятельности. К основным характеристикам предпринимательской среды относят: взаимосвязанность факторов;

сложность среды; подвижность среды (динамичность, скорость изменений); неопределенность в среде (недоверие информации).

В теории предпринимательства выделяют три подхода к определению сущности предпринимательской среды: **общеуправленческий** (ориентированность предпринимателя на управление предприятием, на стратегические цели развития предприятия); **маркетинговый** (ориентированность предпринимателя на потребителя, на стратегию продвижения товара на рынок); **предпринимательский** (ориентированность предпринимателя на рынок сбыта). Организационная среда (синоним «предпринимательской среде») – это совокупность факторов и условий, окружающих организацию. Она включает факторы, которые могут препятствовать или облегчать доступ организации к ресурсам, т. е. эти факторы могут как предлагать возможности для предприятия, так и представлять угрозы. Факторы, заключенные в концепции организационной среды, включают: конкуренцию между предприятиями за удержание клиентов; быстрые изменения в технологиях, рост цен на сырье.

Предпринимательская среда может быть подразделена на: внешнюю (независимую от предпринимателей, но влияющую на их работу); внутреннюю (формируется непосредственно предпринимателями).

Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Внешняя предпринимательская среда – это совокупность внешних факторов и условий («то, что остается снаружи»), возникающих независимо от деятельности конкретного предприятия (предпринимателя), прямо или косвенно влияющие на становление и развитие бизнеса, способность производить товары, оказывать услуги, выполнять работы. Также внешняя предпринимательская среда – это совокупность институтов-правил (нормативно-правовое обеспечение и обычаи делового оборота предпринимательской деятельности) и институтов-организаций. К основным факторам внешней среды функционирования организации относят: факторы прямого воздействия (потребители, государство (правовые акты), поставщики, конкуренты, общественные организации); факторы косвенного воздействия (экономическая среда, политическая среда, научно-техническая среда, социально-культурная среда, демографическая среда, природно-климатические и географические условия). Факторы прямого воздействия оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятия (предпринимателя). К факторам прямого воздействия относят деятельность, интересы, мотивы деятельности владельцев (собственников), клиентов, поставщиков, конкурентов, сотрудников и профсоюзов сотрудников. Факторы косвенного воздействия оказывают вторичное и более отдаленное влияние на деятельность предприятия (предпринимателя).

Внешняя среда также подразделяется на: макросреду; медиасреду; микросреду. Макросреда включает: правовые условия (законы, регулирующие предпринимательство; соблюдение договорных обязательств; обеспечение правопорядка); экономические условия (условия конкуренции, покупательная способность населения, доступность кредитования, инфляция,

безработица, соотношение спроса и предложения); технологические условия (автоматизация; уровень научно-технического процесса); географические условия (климат, наличие и доступность сырья, дороги); политические условия (политический курс); демографические условия (численность населения по половозрастным группам); социальные и культурно-психологические условия (нравственные и этические нормы общества, религиозные нормы, образовательный и профессиональный уровень населения, наличие учебных заведений). Медиасреда представляет собой факторы, оказывающие воздействие на предпринимательскую деятельность на региональном уровне. Она включает перечисленные выше факторы, которые формируются под влиянием макросреды, но с учетом объективных особенностей регионов и политики областных органов управления. Микросреда включает в себя поставщиков ресурсов, потребителей продукции, конкурентов, посредников предпринимателя.

Внутренняя предпринимательская среда – это совокупность условий и системы взаимосвязей между подразделениями субъекта хозяйствования (подсистемами управления предприятием), позволяющее ему эффективно реализовывать цели своей деятельности. Также внутренняя предпринимательская среда – это совокупность факторов, непосредственно зависящих от деятельности самого предприятия. К элементам внутренней среды относят: организационная структура предприятия; ресурсно-технологическая структура предприятия; структура обмена услугами; структура функциональных обязанностей; информационная структура; структура работников предприятия; организационная культура. Внутренняя среда оказывает постоянное и прямое влияние на то, как работает предприятие.

Адаптивность – это свойство внутренней среды предприятия, предполагающее возможность быстрой реорганизации системы управления в результате определенных изменений во внутренней или внешней среде. Адаптации подлежит внутренняя жизнь предприятия, состоящая из большого количества различных действий и процессов. Можно выделить пять основных групп функциональных процессов: производство (разработка продукта и управление дизайном, выбор технологического процесса, расстановка персонала и оборудования, др.); маркетинг (исследование рынка, реклама, цены, системы продаж, распространение произведенной продукции, др.); финансы (бюджетирование, финансовый план, формирование фондов денежных средств, распределение денежных средств по направлениям деятельности, оценка финансового потенциала, др.); управление персоналом; бухгалтерский учет (учет, анализ хозяйственной деятельности).

Анализ внутренней предпринимательской среды – это процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем. Анализ внутренней предпринимательской среды предусматривает построение диаграммы SWOT.

Анализ внутренней предпринимательской среды является второй

частью SWOT-анализа, связанной с выявлением сильных и слабых сторон деятельности предприятия. SWOT-анализ – это метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: strengths (сильные стороны); weaknesses (слабые стороны); opportunities (возможности); threats (угрозы). Сильные и слабые стороны являются факторами внутренней предпринимательской среды, возможности и угрозы являются факторами внешней среды.

Информационное обеспечение деятельности предприятия. Бизнес-процессы предприятия связаны не только организационно, но и информационно. Информационное обеспечение деятельности предприятия – это связь информации с подсистемами управления предприятием и управленческим процессом в целом. Оно может рассматриваться в целом, охватывая все функции управления, также по отдельным функциональным управленческим работам (например, прогнозированию и планированию, учету и анализу). Информационное обеспечение деятельности предприятия способствует: экономии расходов предприятия за счет снижения фонда заработной платы, расходов на почту, расходов на оформление договоров, расходов на перераспределение сырья, устранению расходов в будущем (избежание будущего роста численности персонала, уменьшение требований к обработке данных, снижение стоимости обслуживания), нематериальным выгодам (улучшение качества информации, повышение производительности).

Информационное обеспечение деятельности предприятия имеет ряд особенностей: большие объемы информации должны обрабатываться в жестко ограниченные сроки; исходная информация подвергается неоднократной обработке с различных производственных точек зрения и с учетом требований потребителей; исходные данные и результаты расчетов хранятся длительное время.

3. Организационно-правовые формы предприятий

Формы основных предпринимательских формирований.

Организационно-правовая форма предприятия – это форма юридической регистрации предприятия, которая создает этому предприятию определенный правовой статус. По правовому статусу (организационно-правовым формам) предприятия можно разделить на хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственные кооперативы, унитарные предприятия, др. Все предприятия также делятся на: коммерческие (организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели деятельности) и некоммерческие (организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве такой цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками). Организационно-правовая форма предприятия определяется следующими признаками: порядком формирования уставного фонда; степенью ответственности по обязательствам предприятия. Уставной фонд – это сумма средств, которую вносят учредители/ собственники для

обеспечения функционирования предприятия. После того как предприятие прошло регистрацию, в его учредительных документах фиксируется уставный фонд. Определяют размеры уставного фонда сами предприятия.

Минимальный размер уставного фонда в Беларуси указан только для ЗАО и ОАО. Минимальная сумма для таких организаций устанавливается в белорусских рублях и зависит от базовой величины. Одним из способов увеличения средств уставного фонда являются внесение дополнительного вклада участниками в уставный фонд и затем предоставление участниками (участником) займа обществу.

Увеличение уставного фонда не требует наличия каких-либо специальных оснований и может быть осуществлено по решению общего собрания в любой момент. При увеличении вклада увеличивается доля соответствующего участника. Закон Республики Беларусь «О хозяйственных обществах» дает возможность предусмотреть в уставе предприятия размер доли, непропорциональный размеру вклада, что позволяет увеличить уставный фонд, при этом сохранив исходную структуру владения. Исходя из назначения уставного фонда его величина не может быть отрицательной либо равняться нулю. В соответствии с законодательством, в случае уменьшения стоимости активов предприятия по результатам финансового года ниже минимального уставного фонда, предприятие подлежит ликвидации.

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. В «Словаре русского языка» С. И. Ожегов «товарищество – это близость, основанная на товарищеских отношениях («чувство товарищества»)). Хозяйственное товарищество – это объединение не только капитала, но и личного участия «товарищей». В них нет органов управления. У каждого «товарища» свои функции. Бывает две формы хозяйственного товарищества: полное (состоит из «полных товарищей») и коммандитное (есть «коммандиты»). Простое товарищество (договор о совместной деятельности) – это товарищество, образованное по договору о совместной деятельности двумя или несколькими лицами («товарищами») на основе соединения своих вкладов и совместного действия без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной, не противоречащей закону цели. Простое товарищество создается по договору для осуществления предпринимательской деятельности между сторонами, которыми могут быть только индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Договор простого товарищества прекращается вследствие: признания кого-либо из товарищей безвестно отсутствующим, недееспособным или ограниченно дееспособным; объявления кого-либо из товарищей экономически несостоятельным (банкротом); смерти товарища (объявления его умершим) или ликвидации либо реорганизации юридического лица; отказа кого-либо из товарищей от дальнейшего участия;

др. Полное товарищество – это товарищество, участники которого («полные товарищи») в соответствии с заключенным договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом. Лицо может быть участником только одного полного товарищества. Полное товарищество создается и действует на основе учредительного договора, который подписывается всеми его участниками («полными товарищами»). Фирменное наименование полного товарищества должно содержать имена (наименования) всех его участников. Товарищество на вере («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 («коммандистов»), которые несут риск убытков товарищества в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении предпринимательской деятельности. 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: 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).

Учредительным документом хозяйственного общества является устав хозяйственного общества. Устав хозяйственного общества должен определять: наименование хозяйственного общества; место его нахождения; цели деятельности; размер уставного фонда; права и обязанности участников; структуру, порядок избрания или образования, состав и компетенцию его органов; порядок управления деятельностью хозяйственного общества; орган управления хозяйственного общества; порядок принятия органами управления решений; условия и порядок распределения прибыли и убытков; перечень представительств и филиалов; ответственность общества, его участников; порядок утверждения бухгалтерской (финансовой) отчетности хозяйственного общества; порядок и объем предоставления участникам информации о хозяйственном обществе; иные сведения.

Общество с ограниченной ответственностью учреждается и функционирует в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь и Законом Республики Беларусь «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью». Общество с ограниченной ответственностью – это общество, созданное одним или несколькими лицами хозяйственное

общество, 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.

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

Правовые основы создания и управления акционерным обществом устанавливаются Гражданским кодексом Республики Беларусь и Законом Республики Беларусь «Об акционерных обществах, обществах с ограниченной ответственностью и обществах с дополнительной ответственностью». Акционерное общество – это коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права учредителей (акционеров) по отношению к акционерному обществу. 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.

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. Законом установлена сфера деятельности производственных кооперативов: производство, переработка, сбыт промышленной и иной продукции, торговля, строительство, бытовое и иные виды обслуживания, добыча полезных ископаемых, других природных ресурсов, сбор и переработка вторичного сырья, проведение научно-исследовательских, проект-но-конструкторских работ, а также оказание медицинских, правовых, маркетинговых и других не запрещенных законом видов услуг.

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. Имущество унитарного предприятия принадлежит единому собственнику, в качестве которого могут выступать: республиканские органы власти – республиканские унитарные предприятия (РУП), местные государственные органы управления – коммунальные унитарные предприятия (КУП) и частные физические или юридические лица – частные унитарные предприятия (ЧУП).

Государственные объединения (концерны, производственные и научно-производственные объединения, др.) создаются по решению республиканского или местного органа государственного управления по отраслевому, территориальному или иному принципу в целях осуществления общего руководства и управления деятельностью входящих в объединение коммерческих и некоммерческих организаций, координации их деятельности и представления интересов участников перед другими хозяйствующими субъектами и органами государственного управления. Могут быть коммерческие и некоммерческие.

Среди них выделяют кластеры. Кластер состоит из предприятий, специализированных в определенном секторе производства и локализованных географически. «Кластер» указывает на отраслевую и географическую концентрацию предприятий, которые производят и продают ряд связанных или взаимодополняемых товаров (работ, услуг) совместными усилиями.

Государственное предприятие – это организация любой организационно-правовой формы, основные средства которой находятся в государственной собственности, а руководители назначаются или нанимаются по контракту государственными органами. Государственные предприятия образуются по инициативе государственных органов на основе государственной собственности. В таком случае собственность бывает: республиканская собственность (управление имуществом осуществляет Министерство экономики Республики Беларусь); собственность административно-территориальных единиц.

Частное предприятие – это предприятие, принадлежащее физическому лицу или членам его семьи, а также негосударственному юридическому лицу.

К основным этапам создания предприятия относят: определение состава учредителей и разработка учредительных документов; заключение учредителями договора о создании и деятельности предприятия; утверждение устава предприятия; открытие временного счета в банке; регистрация предприятия; передача сведений о предприятии для включения в государственный реестр; внесение участниками предприятия своих вкладов в банк; открытие постоянного расчетного счета в банке; регистрация предприятия в отделении налоговой инспекции; получение разрешения и изготовление печати и углового штампа.

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. 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.

Реорганизация представляет собой изменение организационно-правовой формы юридического лица. Способы реорганизации:

- 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).

4. Сущность управленческой деятельности

Понятие управления предприятием. Понятие «управление предприятием» происходит от латинского слова «рука» и означает «управление человеческой деятельностью». Управление – это функция организованных систем различной природы (биологических, социальных, технических), обеспечивающая сохранение их определенной структуры, поддержание режима деятельности, реализацию программы и цели деятельности. Управление бывает: научное управление; социальное управление; государственное управление; управление производством; другое.

Управление предприятием – 1) это наука, теория и практика управления производством на предприятии, цель которого – повышение эффективности производства и увеличение прибыли на предприятии; 2) это комплексное понятие, которое включает в себя вопросы организации производства и задачи по управлению трудовым коллективом. Управление предприятием включает в себя: подготовку производства; организацию деятельности подразделений; материально-техническое обеспечение деятельности; организацию (упорядочивание) труда; другое. Управление предприятием заключается в: организации социальной и материальной

стороны предпринимательской деятельности; повышении работоспособности персонала предприятия; обеспечение взаимодействия каждого работника с деятельностью предприятия; контроль за ходом выполнения работы и за ее соответствием поставленным целям и задачам предприятия. Объект управления предприятием – деятельность предприятия в условиях рыночной экономики. Предмет управления предприятием – изучение процесса управления производством и отношений людей в ходе производственного процесса. Цель управления предприятием – обеспечение прибыльности и доходности предприятия путем рациональной организации производственного процесса и эффективного использования кадрового потенциала. Задачи управления предприятием: организация производства товаров (работ, услуг) с учетом потребностей потребителей на основе имеющихся материальных ресурсов; стимулирование труда работников предприятия; согласование действий всех подразделений предприятия; контроль за деятельностью предприятия.

Основным звеном в управлении предприятием являются экономические законы, которые выражают причинно-следственные связи в производственных отношениях, позволяя определять зависимости между отдельными хозяйственными процессами и явлениями. Необходимость управления предприятием обусловлена фактом разделения труда в группах людей, в производственных коллективах, в масштабе всего государства и необходимостью его координации. Управленческий труд – это умственный труд, состоящий из следующих видов деятельности: организационно-административной деятельности; воспитательной деятельности; аналитической и конструктивной деятельности; информационно-технической деятельности.

Субъект и объект управления. Управление предприятием представляет собой сложную систему. Система (греч. «systema» – составленное из частей) – это некоторая целостность, состоящая из взаимозависимых и взаимодействующих элементов, каждый из которых составляет единство целого. В управлении предприятием выделяют две основные подсистемы: управляющая или субъект управления (включает совокупность специальных отделов, служб, людей, которые осуществляют руководство предприятием); управляемая или объект управления (работники предприятия, трудовой коллектив, товар, услуга, работа, ресурсы, др., на которые направлен процесс управления).

В деятельности предприятия выделяют три уровня управления: высший уровень управления («top management») – это непосредственно руководитель и его заместители, на этом уровне решаются стратегические задачи и определяется «линия» развития предприятия; функциональный менеджмент (второй уровень) – это руководители функциональных подразделений предприятия (начальники отделов); низший уровень (исполнительный) – отдельные специалисты, руководители низших звеньев управления (бригадиры, мастера). Пример: начальник отдела сбыта – второй уровень; его специалисты – третий уровень.

Принципы и методы управления. Принципы управления – это основополагающие идеи и закономерности, которые используются при управлении предприятием. Принципы управления делятся на: общие (принцип применимости; принцип системности; принцип многофункциональности; принцип интеграции; принцип ориентации на ценности) и частные (принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в управлении; принцип коллегиальности; принцип научной обоснованности управления; принцип плановости; принцип сочетания планов, обязанностей, ответственности; принцип частной автономии и свободы; принцип мотивации; принцип демократизации управления). Основные принципы управления были разработаны ученым Гаррингтон Эмерсон и представлены в его работе «Двенадцать принципов производительности» (1911). На основе этих принципов ученым разработаны основные положения теории управления предприятием, используемые и сегодня. Среди них основными являются следующие принципы: лидерский потенциал как ресурс (эффективное управление человеческими ресурсами во многом определяется степенью реализации лидерского потенциала руководителя); расширение сетевых организаций управления (активный процесс развития интеллектуальных технологий; технологии, опирающиеся не на материальные, а на информационные и коммуникационные ресурсы); соотношение управления и самоуправления (сочетание управления и самоуправления отражает стиль поведения отдельных работников и их групп, индивидуальный стиль руководства).

Методы управления предприятием – это, приемы и способы воздействия руководителя на всех работников или отдельных работников для достижения целей предприятия. Реализация принципов управления предприятием осуществляется путем применения различных методов. Они отвечают на вопросы: что необходимо сделать? Как воздействовать на работника, чтобы он работал с полной отдачей? Методы управления предприятием делятся на: прямого воздействия; косвенного воздействия. Методы управления предприятием также делятся на: по масштабам применения (общие (распространяющиеся на всю деятельность предприятия) и частные (применяемые к отдельным составным частям предпринимательской деятельности или к внешней среде (потребители, посредники, др.)); по отраслям и сферам применения (в торговле, в промышленности, в образовании, др.); по роли на различных этапах жизнедеятельности организации (методы вывода из кризиса; стабилизирующие методы; развивающие методы). Методы управления предприятием могут быть применены к отдельным областям деятельности: методы управления финансами; методы управления информацией; методы управления персоналом; методы логистики и управления перевозками; методы организационного управления; методы маркетинга и управления продажами; методы производства и управления производственным процессом; методы лидерства и общения; др.

Методы управления предприятием также бывают: организационно-

распорядительные или административные (основанные на прямых указаниях; они обеспечивают четкость, дисциплинированность и порядок в работе персонала; они закреплены в положениях структурных подразделений, инструкциях и функциональных обязанностях должностных лиц); экономические (основаны на экономических стимулах: заработная плата, премия, прибыль, налоги, льготные цены и др.); социально-психологические (основаны на мерах повышения социальной активности работников; основная причина применения данных методов – результаты труда во многом зависят от целого ряда психологических факторов).

Функции управления: планирование, организация, мотивация и контроль. Функция управления – 1) это структурно обособленная, объективно необходимая управленческая деятельность, которая представлена как самостоятельный, особый ее вид; 2) это конкретный вид управленческой деятельности, который осуществляется специальными приемами и способами. Функции управления делятся на: общие или универсальные (в соответствии с этапами процесса управления предприятием; не зависят от специфики объекта управления); специальные (в соответствии со сферами деятельности организации; они учитывают особенности объекта); конкретные (применяются в соответствии с управляемым ресурсом). В своей последовательности функции управления составляют технологию управления.

Функции управления являются составными частями любого процесса управления и не зависят от специфики объекта управления, его размера, др. Основные функции управления – планирование, организация, руководство, мотивация, контроль.

Вспомогательные функции помогают принять управленческое решение. Они присущи конкретным элементам подсистемы управления и зависят от ее особенностей. Вспомогательные функции – учет, принятие решения, прогнозирование, регулирование, координация, пиар.

Организация – 1) это процесс взаимодействия людей для достижения поставленных целей (целевое объединение ресурсов); 2) это установление постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями предприятия, а также определение условий и порядка функционирования предприятия. Необходимость организационной деятельности определена тем, что для достижения целей персоналу необходима координация усилий. Деятельность будет эффективна, если для каждого работника будет определено, что он должен делать. Организация включает в себя: создание структуры предприятия; подбор работников; распределение задач и работы для исполнителей; группировка задач; распределение ресурсов; создание условий для работы. Определение норм управляемости – это определение количества людей, которыми эффективно может управлять руководитель. Например, для руководителей организаций и их первых заместителей установлены нормы управляемости в 10-12 человек (подразделений); для функциональных отделов – 7-10 человек; для функциональных групп – 4-6 человек; для технологических отделов – 15-20 человек. Заместители

руководителей структурных подразделений вводятся, как правило, при превышении нормы управляемости в 1,5 раза.

Мотивация – это побуждение себя и других к деятельности для достижения поставленных целей. Основные типы мотивов работников: внутренняя осознанная потребность (интерес); неосознанная потребность; намерение, побуждающее поведение; др. Стимулирование – это совокупность действий руководителя к подчиненным, побуждающие выполнять необходимую работу. Стимулами могут быть отдельные предметы, действия других людей, вознаграждение, повышение по службе, страх. Руководителю необходимо знать мотивы работников. Руководитель должен воздействовать на работника через мотивы. Все мотивы работников имеют определенную иерархию (например, совокупность мотивов представляют в виде «пирамиды А. Маслоу»). Мотивационный процесс включает этапы: возникновение потребностей; поиск путей устранения потребностей (удовлетворение, подавление); определение целей (направления) действия (что необходимо сделать, чтобы удовлетворить потребность); осуществление действия; получение вознаграждения за осуществление действия; устранение потребности (либо прекращение деятельности до возникновения новой потребности, либо продолжение поиска возможностей).

Контроль – это процесс по установлению отклонений от запланированного хода действий и выявлению причин, которые вызвали отклонение. При контроле собирают информацию о текущем состоянии деятельности предприятия, сравнивают с запланированной и определяют, что необходимо изменить в деятельности предприятия. Цель контроля – это создание условий, при которых нарушения и отклонения будут исключены. Контроль бывает: предварительный; текущий; заключительный. Контроль подразумевает: надзор (регулярные проверки выполнения каких-либо правил, законов, приказов), наблюдение (постоянные или периодические измерения каких-либо свойств объекта) и финансовый контроль. Системы контроля и учета – это программно-технические комплексы, позволяющие организовать контроль с применением физических средств, которые управляются централизованно через программное обеспечение с фиксацией истории событий.

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

1. Предпринимательский капитал
2. Слагаемые предпринимательского успеха

1. Предпринимательский капитал

Капитал как фактор производства выступает в виде совокупности средств и предметов труда. Это инструменты, машины, помещения, средства связи.

Под предпринимательским капиталом понимается вложение инвестиционных ресурсов в создание новых или реконструкцию действующих предприятий в целях получения прибыли или иного полезного эффекта.

Выделяют прямые (физические) и портфельные инвестиции.

Прямые (физические) инвестиции - вложения денежных ресурсов в основные средства предприятий (технологическое оборудование, машины, механизмы и т. д.) и другие факторы производства. Физические инвестиции или прямые зарубежные инвестиции – это, долгосрочные зарубежные вложения, в результате которых экспортером капитала организуется или ведется производственный процесс на территории другой страны.

Портфельные инвестиции - вложения средств в ценные бумаги (акции, облигации) предприятий. Прямые и портфельные инвестиции имеют ряд особенностей в отношении целей, путей и методов их достижения, а также форм дохода. Одной из форм портфельных инвестиций является участие иностранного капитала в совместных предприятиях, в которых контрольный пакет акций остается у национальных государственных или частных фирм. Иностранный капитал, в свою очередь, получает часть причитающейся прибыли, которая вывозится из страны или используется для дальнейших инвестиционных вложений на месте. Основные причины вывоза капитала: - наиболее благоприятные условия размещения капитала в другой стране (дешевая рабочая сила, низкий уровень налоговых изъятий, доступность природных ресурсов и др.); - достаточно низкая доходность капитала в какой-либо отрасли национальной экономики; - увеличение финансовых возможностей при осуществлении сложных дорогостоящих проектов, разделение финансового риска; - расширение объемов сбыта продукции предприятий.

Капитал может существовать в материализованной и ментальной форме (здания, навыки, умения, способности, патенты, ноу-хау и т. п.). Под капиталом понимаются материальные, финансовые и интеллектуальные ценности, служащие средством извлечения прибыли.

Предпринимательский капитал – это, средства, используемые для извлечения предпринимательской прибыли.

В состав предпринимательского капитала могут входить: 1) технические средства производства (здания, сооружения, оборудование, станки, транспорт, инструменты и пр.), используемые предпринимателем на законном основании. Они могут быть как собственными, так и арендованными, находящимися во временном пользовании или лизинге; 2) материальные элементы оборотного капитала (сырье, материалы, приспособления, инструменты разового или кратковременного пользования, квалификационный уровень рабочей силы); 3) денежные элементы оборотного капитала (фонд заработной платы, средства на приобретение сырья, необходимые для организации производства на нормальном уровне); 4) интеллектуальная собственность - это предпринимательская идея, способ производства, способ придания новых свойств, товару, новый способ

производства, т. е. все то, что включает в себя понятие «инновация».

Первоначальным называется капитал, пускаемый в оборот в момент начала реализации предпринимательского проекта. Его размер определяется в результате предпринимательских расчетов по конкретному проекту.

Для реализации предпринимательского проекта важно четко представлять возможные источники формирования предпринимательского капитала. Их можно разделить на три основные группы:

1. Финансовые итоги предыдущей предпринимательской деятельности.
2. Личные сбережения (в денежной или товарной форме).
3. Заемные средства (средства, взятые в долг под какие-либо обязательства).

2. Слагаемые предпринимательского успеха

В зависимости от характера, условий осуществления и направлений деятельности предприятия (согласно Инструкции № 102) выделяют: доходы и расходы по текущей деятельности; доходы и расходы по инвестиционной деятельности; доходы и расходы по финансовой деятельности. Текущая деятельность – это основная приносящая доход деятельность предприятия. Инвестиционная деятельность – это деятельность предприятия по приобретению и созданию, реализации основных средств, нематериальных активов, доходных вложений в материальные активы, оборудования к установке, строительных материалов у заказчика, застройщика, осуществлению и реализации финансовых вложений, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике предприятия. Финансовая деятельность – это деятельность предприятия, приводящая к изменениям величины и состава собственного капитала, обязательств по кредитам, займам, если указанная деятельность не относится к текущей деятельности согласно учетной политике предприятия.

Расходы предприятия по текущей деятельности включают: себестоимость реализованной продукции; управленческие расходы; расходы на реализацию; прочие расходы по текущей деятельности. Доходы по текущей деятельности – это выручка от реализации продукции, прочие доходы по текущей деятельности. Выручка от реализации – это денежные средства, поступающие на расчетный счет предприятия за реализованную продукцию. Выручка от реализации принимается в расчет без налога на добавленную стоимость и акцизов. Из выручки также вычитается сумма наценок (скидок), поступающая торговым и снабженческо-сбытовым предприятиям, участвующим в сбыте продукции. Предприятие самостоятельно распоряжается своим имуществом. Оно вправе: списывать, продавать, ликвидировать, передавать в уставные фонды других предприятий здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другие основные фонды, материальные ценности, полученные в процессе сноса и разборки зданий, сооружений, продавать отдельные объекты, товарно-материальные ценности и другие виды имущества. Доходы от инвестиционной деятельности имеют место только при: продаже

перечисленных видов имущества; в некоторых случаях, при прочем выбытии недоамортизированных объектов. Доходы по финансовой деятельности – это доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений, доходы от сдачи имущества в аренду. Они учитываются в составе доходов от финансовой деятельности, если сдача имущества в аренду не является основной деятельностью предприятия. Финансовые вложения означают такое размещение собственных средств предприятия в деятельность других предприятий, которое дает возможность получить доходы. Под долгосрочными финансовыми вложениями понимаются затраты предприятия по: вкладу средств в уставный капитал других предприятий; приобретению акций и других ценных бумаг; предоставлению средств займа на срок более года. К форме краткосрочных финансовых вложений относятся: приобретение облигаций и других ценных бумаг; предоставление средств займа на срок менее года.

Эффект, или конечный результат, хозяйственной деятельности предприятия характеризуется различными стоимостными и натуральными показателями: объемом производства продукции; прибылью; экономией по отдельным элементам затрат; общей экономией от снижения себестоимости продукции; другое. Прибыль – это конечный финансовый результат предпринимательской деятельности. Учет прибыли позволяет установить, насколько эффективно ведется хозяйственная деятельность. Предприятие получает прибыль, если доходы превышают расходы предприятия. Если доходы равны расходам предприятия, то удастся лишь возместить затраты на производство и реализацию продукции и прибыль отсутствует. Если расходы превышают доходы, то предприятие получает убыток, т.е. отрицательный финансовый результат. При формировании прибыли учитываются все стороны хозяйственной деятельности предприятия: уровень использования основного капитала; уровень использования машин, оборудования; уровень использования технологий; организация производства и труда, др.

Существует три основных источника получения прибыли. Первый источник образуется за счет монопольного положения предприятия по выпуску той или иной продукции или (и) за счет уникальности продукта. Второй источник получения прибыли связан непосредственно с производственной и предпринимательской деятельностью. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения адаптировать развитие производства под постоянно меняющуюся рыночную конъюнктуру. Третий источник вытекает из инновационной деятельности предприятия, его использование предполагает постоянное обновление выпускаемой продукции, обеспечение ее конкурентоспособности, рост объемов реализации продукции.

Основными видами прибыли являются следующие. Прибыль от текущей деятельности предприятия – это прибыль от всех видов экономической деятельности, указанных в уставе, но не связанных с финансовой и инвестиционной деятельностью. Прибыль от инвестиционной деятельности – это прибыль от приобретения и реализации основных

средств, нематериальных активов и других внеоборотных активов. Прибыль от финансовой деятельности включает поступления от выпуска акций, облигаций, представления другим организациям займов, погашение заемных средств. Общая прибыль отчетного периода включает прибыль от всех видов деятельности. Валовая прибыль исчисляется вычитаем из выручки от реализации продукции НДС и производственной стоимости реализованной продукции. Прибыль от реализации продукции исчисляется вычитанием из валовой прибыли управленческих расходов и расходов на реализацию продукции. Чистая прибыль – это прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, после уплаты всех обязательных налогов и платежей из прибыли.

На предприятии распределению подлежит чистая прибыль, т.е. прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия, после уплаты налогов и других обязательных платежей. Прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия, распределяется: на страховой запас или резервный фонд, формируемый на случай непредусмотренных сбоев в производственном процессе; в фонд развития производства, который включает амортизационный фонд и часть чистой прибыли (авансирование мероприятий по расширению, реконструкции и совершенствованию производства, приобретение нового оборудования, внедрение прогрессивной технологии); в фонд социального развития производства (строительство и ремонт зданий и сооружений, находящихся на балансе предприятий, детских учреждений, поликлиник, объектов культурного и медицинского назначения и др.); в фонд материального поощрения (материальное стимулирование работников предприятия); на проценты банковского кредита, которые отчисляются от прибыли для погашения ссуд банков, полученных предприятием на временное восполнение недостатка собственных оборотных средств, осуществление мероприятий по освоению и выпуску новой продукции и др.

Форму представляют коммерческие организации (кроме банков, небанковских кредитно-финансовых организаций, «Банк развития Республики Беларусь», страховых организаций, крестьянских (фермерских) хозяйств) и некоммерческие организации (кроме бюджетных организаций), осуществляющие производство продукции, выполнение работ, оказание услуг для реализации, со средней численностью работников за календарный год 16 человек и более. Отчет составляется на основании данных регистров бухгалтерского учета и первичных учетных документов нарастающим итогом с начала года.

Объект налогообложения налогом на прибыль – это валовая прибыль, а также дивиденды (доход, начисленный предприятием собственнику его имущества). Юридические лица, резиденты Республики Беларусь, уплачивают 18 % от валовой прибыли. Научно-технологические парки, центры трансфера технологий, резиденты научно-технологических парков уплачивают 10 % от валовой прибыли. Налог, уплачиваемый от прибыли, полученной от реализации товаров собственного производства, включенных

в перечень высокотехнологичных товаров – 5 %. Банки и страховые организации уплачивают налог на прибыль в размере 25 %.

Факторы, влияющие на величину прибыли подразделяются на внешние и внутренние. Внешние факторы – это конъюнктура рынка, уровень цен на потребляемые материально-сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, нормы амортизационных отчислений, природные условия, государственное регулирование цен, тарифов, процентных ставок, налоговых ставок и льгот, штрафных санкций и др. Эти факторы не зависят от деятельности предприятия, но оказывают значительное влияние на величину прибыли. К внутренним факторам относятся: уровень хозяйствования; компетентность руководства и менеджеров; конкурентоспособность продукции; уровень организации производства и труда; производительность труда; состояние и эффективность производственного и финансового планирования, др. (экстенсивные факторы воздействуют на процесс получения прибыли через количественные изменения; интенсивные факторы воздействуют на процесс получения прибыли через «качественные» изменения).

Рентабельность показывает сумму получаемой прибыли предприятия на рубль затрат. Показатели рентабельности тесно связаны с показателями прибыли, но в отличие от показателей прибыли является относительными, позволяющими оценить эффективность использования экономических ресурсов. Основными показателями рентабельности являются следующие: рентабельность продаж (показывает долю прибыли в каждом заработанном рубле; является индикатором ценовой политики и рассчитывается делением прибыли от реализации продукции на выручку предприятия); рентабельность продукции (можно рассчитать по всей реализованной продукции и по отдельным ее видам; дает представление об эффективности текущих затрат предприятия и доходности реализуемой продукции; она рассчитывается отношением прибыли от реализации продукции к себестоимости реализованной продукции); рентабельность производства (соизмеряет величину полученной прибыли с размерами основных и оборотных средств, с помощью которых она получена; она рассчитывается делением чистой прибыли предприятия на среднегодовую стоимость основных и оборотных средств); рентабельность активов (отражает эффективность использования всего инвестированного капитала; она рассчитывается делением чистой прибыли предприятия на среднегодовую величину активов предприятия). Данные для расчетов таких показателей берутся из Отчета о финансовых результатах. Для данных показателей нормативных значений не установлено. Их положительное значение говорит о прибыльности деятельности предприятия, достигнутой вследствие роста объемов продаж, а также снижения затрат.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности осуществляется с целью выработки решений о направлениях дальнейшей деятельности предприятия. В основе такого анализа – Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности (№ 140/206). Источник информации для

проведения анализа – бухгалтерская отчетность. Анализ финансово-хозяйственной деятельности основывается на сравнении текущих значений расчетных показателей с нормативными, прошлогодними или плановыми. В ходе анализа изучается влияние различных факторов (внешних и внутренних) на показатели деятельности предприятия. Для наглядности изменение значений показателей представляется графически. В рамках анализа финансово-хозяйственной деятельности проводится анализ: динамики значений коэффициентов платежеспособности: текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами и обеспеченности обязательств активами; структуры и ликвидности активов и причины их изменения; причин финансовой неустойчивости; финансовых результатов деятельности организации; деловой активности (оборачиваемости); источников финансирования.

Тема 3. Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности

1. Содержание маркетинговой деятельности на предприятии
2. Роль интегрированных коммуникаций (рекламы, PR, электронных коммуникаций) в предпринимательской деятельности.

1. Содержание маркетинговой деятельности на предприятии

Суть маркетинговой деятельности есть не что иное, как 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 (далее – 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. Для того чтобы эффективность управления фирмой постоянно возрастала, следует прибегать к планированию, ставить цели, определять задачи как для подразделения, так и для предприятия.

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.

Современный маркетинг, в первую очередь, ориентируется на производство, управленческую структуру фирмы, спрос. Он основывается на многовариантности расчетов. Маркетинговая деятельность нацелена на создание необходимых условий, в которых фирма будет функционировать наиболее эффективно.

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 наилучшей 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.

2. 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 тд.) 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 тд., 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.

Эффективная коммуникация с потребителем возможна только в том случае, когда вы внимательно его слушаете. Чем внимательнее компания слушает своего клиента, тем более точным и побуждающим к покупке будет сообщение. Для более точного и правильного понимания запросов своих клиентов, многие фирмы используют систему постоянного отслеживания и анализа обращений клиентов с жалобами и предложениями. Постоянное исследование, анализ статистических данных и его использование необходимы для того, чтобы установить прочную связь между потребителем и брэндом, тогда потребитель будет готов заплатить деньги за действительно нужный ему продукт.

Интегрированные маркетинговые коммуникации позволяют компании принимать во внимание мнение потребителя, что в дальнейшем позволяет наиболее качественно выстроить коммуникацию с клиентом и наладить все

процессы производства и реализации товара или услуги, удовлетворив при этом потребности и ожидания потребителя. В таком случае бренд, торговая марка становятся значительно сильнее.

Тема 4. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности.

Конкуренция в предпринимательстве

1. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности.
2. Конкуренция в предпринимательстве.

1. Бизнес-планирование предпринимательской деятельности

Планирование – это, разработка и корректировка плана, включающие предвидение, обоснование, конкретизацию и описание деятельности хозяйственного объекта на ближайшую и отдаленную перспективу.

Планирование направлено на определение цели и путей ее достижения. Цель планирования – создать модель деятельности организации на тот или иной промежуток времени (модель выражается количественными параметрами). Планирование бывает: стратегическим (общим); операционным (детальным); перспективным (5 и более лет); текущим (1 и более лет); оперативным (неделя, сутки). Процесс планирования включает: формирование миссии предприятия; прогноз развития; постановка цели; формирование задач; подготовка мероприятий; разработка программ и планов; расчет сметы затрат. Планы подразделяются: по степени охвата (общие (охватывающее всю сферу деятельности предприятия) и частные (охватывающее определенные сферы деятельности)); по содержанию планирования (стратегические (поиск новых возможностей), тактические (создание определенных предпосылок) и оперативные (реализация возможностей)); по предмету планирования (целевые (определение целей), планирования средств (материальные и трудовые ресурсы, финансы), программные (планирование программ производства и сбыта), планирования действий (специальные продажи, многоуровневый маркетинг)); по сферам функционирования (планирование производства, планирование сбыта, планирование работы (подбора) персонала, расширенное планирование); по срокам (краткосрочные (полугодовое, квартальное, месячное, недельное), среднесрочные (на срок от 1 до 5 лет), долгосрочные (на срок от 5 и более лет)). Полнота планирования – это необходимость учета всех событий и ситуаций, значимых для деятельности предприятия. Точность планирования – это необходимость при составлении планов использовать современные методы и средства для повышения точности прогнозов. Непрерывность планирования – это необходимость непрерывного постоянно повторяющегося планирования (как процесса) с внесением определенных корректировок). Экономичность планирования – это необходимость сокращения расходов на планирование.

Основные функции планирования:

- инициирование – активизация, стимулирование и мотивация

намечаемых действий, проектов и сделок;

- прогнозирование – предвидение и обоснование желаемого состояния фирмы в процессе анализа и учёта совокупности факторов;

- оптимизация – обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической сфере;

- безопасность и управление – обеспечение информацией о возможных рисках для своевременного принятия упреждающих мер по уменьшению или предотвращению отрицательных последствий;

- упорядочение – создание единого общего порядка для успешной работы и ответственности;

- контроль – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявления ошибок и возможной его корректировки;

- воспитание и обучение – благоприятное воздействие образцов рационально спланированных действий на поведение работников и возможность обучения их;

- документирование – представление действий в документарной форме, что может быть доказательством успешных или ошибочных действий менеджеров фирмы.

Бизнес-план это:

- один из составных документов, определяющих стратегию развития предприятия, степень его жизнеспособности и будущей устойчивости;

- изложение системы доказательств, убеждающих инвестора в выгоды проекта;

- предвидение рисков предпринимательской деятельности;

- постоянный документ, он систематически обновляется;

- развитие перспективного (стратегического) взгляда на компанию и ее рабочую среду путем получения ценного опыта планирования.

Составляющие бизнес-плана:

- титульный лист и оглавление;

- резюме;

- описание отрасли, фирмы, характеристика предприятия;

- описание продукции (услуг) - детальное описание будущего товара;

- оценку конкурентов - описание внешней среды фирмы и определение степени ее привлекательности;

- план производства - все главные компоненты производственной системы, план маркетинга - план должен охватывать все вопросы, связанные с рынком;

- организационный план;

- финансовый план - расчет потребности в финансовых ресурсах и обоснование основных направлений их вложения и использования;

- анализ рисков - оценить и обосновать степень неопределенности достижения поставленной цели, выяснить время и место наступления нежелательных последствий, а также проанализировать основные виды рисков, их источники и разработать мероприятия по снижению денежных

потерь от возможного риска;

- приложения.

Ключевые моменты бизнес-планирования – это, оценка инициаторами проекта:

- возможности, необходимости и объема выпуска продукции (услуг);
- потенциальных потребителей;
- конкурентоспособности продукта на внутреннем и внешне рынках;
- своего сегмента рынка;
- показателей различных видов эффективности (коммерческой, региональной, бюджетной);
- достаточности капитала у инициатора бизнес-идеи и возможных источников финансирования.

2. Конкуренция в предпринимательстве

Конкуренция это:

- один из важнейших способов повышения эффективности как целой экономической системы, так и ее звеньев;
- соперничество одного предпринимателя с другим с использованием способов по увеличению продаж и популярности товара;
- борьба предприятий по отстаиванию своих интересов.

Конкурентоспособность – это, сравнительная оценка свойств товара.

Если бы на рынке не было конкурентов, с товарами которых потребитель сравнивает товар, то нельзя было бы говорить и о его конкурентоспособности. Конкурентоспособность товара определяется тремя группами параметров:

- техническими - назначение товара;
- экономическими - величина затрат;
- социально-организационными - национальные особенности в организации производства, сбыт, реклама.

Конкурентоспособность товара во многом определяется конкурентоспособностью самого предприятия, однако между этими понятиями есть различия.

Конкурентоспособность организации – это, характеристика, которая выражает отличия развития этой организации от развития конкурирующих организаций по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности.

Позитивные черты конкуренции:

- Способствует снижению затрат для потребителей.
- Создает возможность выбора ассортимента товаров/услуг для потребителя.
- Улучшение качества продукции за счет внедрения технических достижений в производство.

- Заставляет организации гибко реагировать на изменение обстановки. Например, создаются новые товары, изменяются тарифы. Конкуренты также стремятся не уступать друг другу, чтобы не потерять потенциальных

покупателей и пользователей.

Негативные черты конкуренции:

- Возможно использование нечестных методов борьбы.

- Высокие затраты на рекламу.

- Чрезмерная эксплуатация ресурсов. Возможные экологические нарушения.

Рассмотрим совершенную и несовершенную конкуренцию.

К рынкам несовершенной конкуренции относится рынок монополии, олигополии и рынок монополистической конкуренции. Все эти рынки отличаются друг от друга по следующим признакам:

- количество продавцов и покупателей на рынке;

- вид продукции, которая продается на данном рынке;

- степень свободы входа и выхода на рынок;

- степень господства фирм над ценами.

Совершенная конкуренция - идеальный рынок. В секторе торговли работает огромное число компаний. Новые предприятия могут свободно заходить на рынок. Продукт при совершенной конкуренции отвечает стандартам. Повлиять на цену своей продукции производитель не может, как и на вхождение на рынок нового игрока. Производители соглашаются с ценой, которая складывается в зависимости от спроса и предложения. Все продавцы и покупатели обладают одинаковой информацией о положении дел на рынке (ценах, товарах, спросе, предложении). Ни один не знает больше, чем остальные. При таких условиях все участники рынка занимают равноправное положение и могут свободно конкурировать.

Чистая монополия представляет собой рынок, целиком монополизированный одним продавцом, который производит товар, у которого нет заменителей. Данный рынок защищен определенными барьерами (патенты, лицензии, величина капитала, владение уникальными ресурсами и т. д.), что препятствует проникновению других производителей на этот рынок и дает возможность монополисту обладать определенной монопольной властью над ценами.

Рынок монополистической конкуренции характеризуется относительно большим числом продавцов (несколько десятков фирм), производящих схожую, но не идентичную продукцию. Товары дифференцированы по различным признакам (маркам, качеству, дизайну, условиям продажи, рекламе). Цены устанавливаются в зависимости от цен конкурентов и степени уникальности собственного товара. Вход на рынок достаточно свободен, надо только найти тот монопольный признак, который выделит товар фирмы от других товаров конкурентов. В современных условиях к таким рынкам относится рынок косметики, одежды, обуви, мебели и др.

Рынок олигополии представлен несколькими относительно крупными и близкими по масштабу продаж и степени влияния участниками. Главный признак олигополии – ограниченное количество участников, которые находятся под существенным воздействием поведения друг друга и вынуждены учитывать это воздействие, особенно в области цен и

определения объема производства. Это рынки автомобилей, пассажирских самолетов и др.

Основные признаки совершенной конкуренции, монополии, олигополии и монополистической конкуренции представлены в таблице 3.1.

Таблица 4.1 Признаки основных рыночных структур

Признаки рыночных структур	Тип рыночной структуры			
	Совершенная конкуренция	Монополия	Монополистическая конкуренция	Олигополия
Количество продавцов	множество	один	много	мало
Рыночная доля фирмы	незначительная	большая	небольшая	Значительная
Вид продукта	стандартный, однородный товар	уникальный, отсутствуют заменители	дифференцированный	стандартный или дифференцированный
Доступность рыночной информации	полная	отсутствует	может быть полной и неполной	может быть полной и неполной
Условия входа в отрасль и выхода из нее	свободный	существуют значительные барьеры	отсутствуют барьеры	существуют барьеры
Способ установления цены	соглашается с ценой, установленной на рынке	устанавливает монопольно высокие цены	устанавливает цену в зависимости от цены конкурентов и уникальности товара	цена устанавливается в результате явного или тайного «сговора»
Типичная отрасль	сельское хозяйство	энергосистемы	легкая промышленность, розничная торговля	автомобильная, электротехническая, сталелитейная

Инфраструктура рынка – это комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно–экономические условия для функционирования рынка или совокупность институтов рынка, обслуживающих и обеспечивающих движение товаров и услуг, факторов производства. Сюда входят государственные и предпринимательские учреждения и организации.

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

1. Государственная поддержка предпринимательства.
2. Правовое обеспечение предпринимательской деятельности.

1. Государственная поддержка предпринимательства

Государственная поддержка предпринимательства – это комплекс мероприятий, форм и методов государственного влияния на деятельность субъектов предпринимательства с целью создания благоприятных условий для их функционирования и развития, ослабления негативных тенденций такой деятельности. Государственная поддержка предпринимательства является частью социально-экономической политики страны.

Государственная поддержка предпринимательства определяет основные принципы (характеристики), направления и формы экономического и административно-правового воздействия в сфере предпринимательства с учетом государственных и частных интересов и приоритетов. Принципами государственной поддержки предпринимательства в Республике Беларусь являются: научное понимание социально-экономического содержания и роли регулирующих процессов в развитии экономики страны; соответствие государственной поддержки предпринимательства долгосрочным интересам страны в целом; сочетание гибкости политики и устойчивости стратегии, экономических и социальных целей; четкое определение главных целей государственного воздействия на экономику; обеспечение равного доступа субъектов предпринимательства к получению поддержки в соответствии с условиями ее оказания; др. Содержание и объемы государственной поддержки предпринимательства, ее формы и методы зависят от экономического развития страны и ее геополитического положения, от истории, традиций страны и национальной культуры.

Объекты государственной поддержки предпринимательства различаются в зависимости от уровня решаемых задач: отдельное предприятие; предприятия в регионе; предприятия в отрасли (промышленность, сельское хозяйство, услуги); предприятия по направлениям (социальные отношения, экология, др.); зарубежная деятельность предприятий (экономико-политические отношения с зарубежными странами, интеграционные процессы). На рисунке 9 приведены формы и методы государственной поддержки предпринимательства по направлениям: финансовая, имущественная, информационная, консультационная поддержка, подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров.

Главные нормативно-правовые акты в области развития малого предпринимательства:

– Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь – страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года;

- Закон Республики Беларусь от 1 июня 2010 г. № 148–3 «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 на 2021–2025 годы;
- Декрет Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства».

Виды стимулирования деятельности малого предпринимательства В Республике Беларусь:

- льготы для ведения бизнеса в сельской местности (в средних и в малых населенных пунктах),
- льготы для резидентов СЭЗ, резидентов парка высоких технологий и Китайско-Белорусского индустриального парка.
- налоговые льготы: освобождение от пошлины или сбора, налоговые вычеты, начисление налога по пониженной ставке, возмещение суммы налога.
- предоставление субсидий на открытие бизнеса от центра занятости населения, субсидий на создание рабочих мест от Государственного фонда социальной защиты населения,
- льготное кредитование на развитие малого предпринимательства,
- гранты на развитие бизнеса от инновационного фонда облисполкома,
- коммерческие банки и лизинговые компании участвуют в программах финансовой поддержки проектов малого предпринимательства, др.

2. Правовое обеспечение предпринимательской деятельности

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. Основные принципы государственного регулирования деятельности субъектов предпринимательства: принцип научности; принцип единства экономики и политики; принцип единства централизма и самостоятельности; принцип эффективности. Государственное регулирование предпринимательской деятельности облекается в правовую форму и находит выражение в законах и других актах законодательства. Правовое обеспечение деятельности предпринимательства соответствует направлениям социально-экономической политики Республики Беларусь. В нем представлены приоритеты, методы, инструменты финансово-экономического и административного воздействия на предпринимательство. 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».

Основными институтами правового регулирования деятельности предпринимательства в Республике Беларусь являются: Совет по развитию предпринимательства; Межведомственная комиссия по поддержке и развитию предпринимательства; Министерство экономики; Департамент по предпринимательству при Министерстве экономики; Управление экономики при горисполкомах; Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей; Отделы предпринимательства; коммерческие банки республики; союзы предпринимателей; субъекты инфраструктуры. Данные институты действуют на основе комплексного анализа деловой среды, потенциала деятельности предпринимательства, обеспечения природными и экономическими ресурсами, принятых нормативно-правовых актов, касающихся регионального, внешнеэкономического, демографического, научно-технического и иного развития регионов страны.

Основные цели государственного регулирования субъектов предпринимательства ИТ отрасли: создание благоприятных условий для развития субъектов предпринимательства ИТ отрасли и ИТ конкуренции; оказание содействия субъектам предпринимательства ИТ отрасли в продвижении производимых ими продуктов на рынок Республики Беларусь и рынки иностранных государств; увеличение количества субъектов предпринимательства в ИТ отрасли; увеличение доли производимых продуктов субъектов предпринимательства ИТ отрасли в объеме валового внутреннего продукта (валовой добавленной стоимости) республики.

Роль государства в данной сфере заключается: в создании правовой и экономической инфраструктуры; в создании благоприятного институционального климата для инновационной деятельности ИТ предприятий. Роль субъектов предпринимательства ИТ отрасли заключается: в создании технологических инноваций на основе собственных исследований; в создании разработок в научных центрах корпораций и малых наукоемких фирм; в рыночном освоении инноваций.

Государственная финансовая поддержка ИТ предприятий реализуется

за счет средств, предусмотренных программами государственной поддержки, оказывается субъектам за счет: финансовых средств на возвратной возмездной или безвозмездной основе; имущества на условиях лизинга; гарантий по льготным кредитам, выдаваемым банками. Для предприятий установлены следующие финансовые льготы: льготное кредитование; субсидии под государственные целевые программы; снижение лизинговых платежей; компенсация расходов, связанных с экспортно-импортными операциями; другие. Кроме финансовых льгот, предусмотрены следующие: создание и развитие инфраструктуры; организация подготовки и повышения квалификации кадров; передача на льготных условиях в собственность незадействованного в хозяйственном обороте имущества; другое.

Регистрация в качестве резидента ПВТ доступна юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, которые являются резидентами Республики Беларусь. Чтобы стать резидентом ПВТ нужно: подать в администрацию Парка заявление, копию устава (учредительного договора), копию свидетельства о государственной регистрации, предоставить бизнес-проект по одному или нескольким видам деятельности. Проект проходит экспертизу, его рассматривает Наблюдательный совет Парка. Статус резидента ПВТ предлагает ИТ компании особые льготы, в том числе налогового и административного характера. Резидент ПВТ получает следующие налоговые льготы: освобождение от налога на добавленную стоимость; отсутствие налога на прибыль; освобождение от налога на недвижимость; отмена уплаты земельного налога (на период строительства резидентами парка зданий и сооружений для их деятельности, но не более чем на три года).

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

1. Сущность и критерии определения малого предпринимательства.
2. Организация собственного бизнеса.
3. Налогообложение: сущность и принципы.

1. Сущность и критерии определения малого предпринимательства

Развитие рыночной экономики не представляется возможным без деятельности значительного числа субъектов малого предпринимательства. Содержание понятия «малое предпринимательство» определяется в соответствии с процессами изменений в производстве, распределении, обмене и потреблении товаров и услуг, научно-техническим прогрессом. Малое предпринимательство – это социально-экономическая система, представляющая собой совокупность малых субъектов хозяйствования, которые, при осуществлении небольшой по объему хозяйственной деятельности, стремятся к прибыли, подвергаются рискам и несут ответственность в соответствии с законом. Малое предприятие – это небольшое предприятие любой формы собственности, характеризующееся ограниченным числом работников и занимающее небольшую долю рынка в

общем объеме по стране, региону (об этой доле судят по стоимости создаваемой и реализуемой продукции). К основным характеристикам малого предпринимательства относят: управление общественными ресурсами (собственник свободно принимает решение об управлении имеющимися экономическими ресурсами); эффективное комбинирование факторов производства (предпринимательство связано с поиском и реализацией новых эффективных комбинаций экономических ресурсов общества); инновационность, новаторство (успешно конкурировать на рынке можно, только обеспечивая инновационное развитие бизнеса); наличие неопределенности, риска в достижении конечного результата, ответственность (предпринимательский риск предполагает ответственность предпринимателя за эффективное использование общественных ресурсов); финансовые результаты, прибыль (конечной целью предпринимательства является получение прибыли, вознаграждение за предпринимательские усилия).

К качественным признакам малого предпринимательства относят: они не занимают доминирующего положения на рынке; производственно-хозяйственная деятельность характеризуется небольшими размерами; у них экономическая и правовая независимость; они часто негосударственные субъекты рынка; соединяют в одном лице собственника и управляющего; имеют ограничительные критерии деятельности. Качественные критерии определения малого предпринимательства можно разделить на: формальные и неформальные. К формальным показателям относят юридические и экономические критерии, к неформальным – критерии, затрагивающие культуру предпринимательства. Количественные критерии характеризуют масштабы деятельности предпринимательства, что позволяет отличать его от других субъектов предпринимательства. В качестве количественных критериев определения малого предпринимательства используются следующие показатели: величина совокупных активов; среднесписочная численность работников; объем совокупного капитала; годовая выручка от продаж, др. Количественные критерии используются там, где требуется четкое определение «границ» малого предпринимательства. Согласно Закону Республики Беларусь № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства» основным критерием определения малого предпринимательства является только среднесписочная численность работающих. В республике действует дополнительный критерий, ограничивающий круг субъектов по оказанию им государственной финансовой поддержки: объем выручки от реализации товаров, выполнения работ, оказания услуг без учета налога на добавленную стоимость.

К субъектам малого предпринимательства относятся зарегистрированные в Республике Беларусь: индивидуальные предприниматели; микроорганизации (коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно); малые организации (коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно). При

этом неважно, к какой организационно-правовой форме относится данное предприятие.

Преимущества и недостатки малого предпринимательства. К основным недостаткам малого предпринимательства относят: высокая степень предпринимательского риска в связи с подверженностью сильному влиянию внутренних и внешних факторов; ограниченность сферы действия, поскольку хозяйствование в фондоемких, наукоемких отраслях требует больших капиталовложений; сложность поиска источников финансирования; ограниченность масштабов производства; отсутствие собственной службы маркетинга и дилерской сети; ограниченность номенклатуры выпускаемой продукции. Субъекты малого предпринимательства обладают рядом недостатков, что не позволяет им соперничать с крупными компаниями во многих сферах.

Среди программного обеспечения, позволяющего оптимизировать бизнес-процессы в малом предпринимательстве, можно выделить: программное обеспечение для разработки и анализа бизнес-планов; программное обеспечение для автоматизации бизнеса; программное обеспечение для моделирования бизнес-процессов. Применение компьютерных программ помогает малому предпринимательству справиться с ежедневными задачами, которые связаны с принятием товарно-материальных ценностей, расчетами с поставщиками, отгрузкой товаров покупателям и заказчикам, выполнением различного рода услуг, выплатой заработной платы персоналу, исчислением себестоимости, определением финансового результата и выплатой налогов в бюджет.

2. Организация собственного бизнеса

Предпринимателями в Беларуси не могут быть: должностные лица и специалисты, работающие в органах государственной власти и управления, прокуратуры и суда.

Предприниматель имеет право:

- заниматься любой хозяйственной деятельностью, не запрещенной законодательством РБ;
- создавать любые предприятия;
- привлекать для ведения деятельности имущество, денежные средства;
- самостоятельно формировать программу хозяйственной деятельности;
- самостоятельно нанимать и увольнять работников;
- открывать счета в банках
- свободно распоряжаться прибылью;
- получать любой, не ограниченный по размерам личный доход;
- пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования;
- приобретать иностранную валюту и самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность;
- выступать истцом и ответчиком в суде.

Предприниматель обязан:

- выполнять все обязательства, вытекающие из действующего законодательства и заключенных им договоров;
- предусматривать в трудовых договорах оплату труда работников не ниже минимального уровня;
- уплачивать обязательные страховые взносы;
- осуществлять меры по обеспечению экологической безопасности, охраны труда, техники безопасности.

Ответственность предпринимателя:

Предприниматель, осуществляющий свою деятельность без образования юридического лица, отвечает по обязательствам, связанным с этой деятельностью, имуществом, принадлежащим ему на праве собственности.

Имущественная ответственность наступает в случаях:

- нарушения действующего законодательства;
- невыполнения заключенных договоров;
- нарушения прав собственника и других субъектов и т.п.

Индивидуальный предприниматель (ИП) – это физическое лицо, занимающееся какой-либо приносящей доход деятельностью и зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя. Также индивидуальный предприниматель – это физическое лицо, которое осуществляет коммерческую деятельность без образования юридического лица.

Особенности деятельности ИП в Республике Беларусь определяются национальным законодательством. Одним из главных документов в этой области является Закон Республики Беларусь «О предпринимательстве в Республике Беларусь». Индивидуальным предпринимателем в Республике Беларусь может быть физическое лицо (гражданин Республики Беларусь, а также иностранный гражданин или лицо без гражданства) прошедшее государственную регистрацию. У лица, зарегистрированного как ИП, нет разделения на имущество в коммерческом обороте и личное имущество. У ИП нет руководящего органа. ИП самостоятельно управляет хозяйственными и прочими операциями. ИП не имеет фирменного названия, но выступает под своим настоящим именем. ИП регистрируется только по месту жительства (прописки), указанном в удостоверении личности.

ИП в Беларуси можно зарегистрировать одним из способов: путем личного обращения в регистрирующий орган; с помощью веб-портала Единого государственного реестра юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ЕГР); путем обращения к нотариусу. Не могут быть ИП в Беларуси: лица, имеющие непогашенную (неснятую) судимость за экономические преступления; лица, не исполнившие судебных постановлений касательно взыскания у них имущества; руководители, учредители и собственники предприятий в стадии банкротства и ликвидации; руководители и собственники предприятий, бывшие ИП, в случае непоплаченных задолженностей перед бюджетом в течение 3 лет с даты

исключения предприятия из ЕГР; лица, не имеющие гражданства или вида на жительство в Республике Беларусь. Документы для регистрации ИП в Беларуси: удостоверение личности (паспорт или вид на жительство); доверенность представителя (в случае регистрации через представителя); заявление установленной формы (бланк заявления берется по месту жительства); фотографии; квитанция об оплате госпошлины; файл для указанных документов. Есть перечень видов деятельности, для осуществления которых не требуется регистрация в качестве ИП. Необходимо только уведомить об этом налоговые органы и уплатить единый налог по соответствующим ставкам («самозанятость»). Для такой деятельности есть важные критерии: деятельность осуществляется самостоятельно без привлечения помощников; клиенты – физические лица.

Уведомительный порядок осуществления предпринимательской деятельности утвержден Декретом Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 № 7 «О развитии предпринимательства». В 2018 г. вступило в силу постановление Совета Министров Республики Беларусь № 143 «Об уведомительном порядке начала осуществления отдельных видов экономической деятельности». Смысл уведомительного порядка предпринимательской деятельности заключается в исключении получения разрешений от ряда государственных органов. Уведомления предприниматели направляют в администрации районов по месту нахождения юридического лица или месту жительства индивидуального предпринимателя. Местом жительства признается место нахождения (адрес) жилого помещения, либо населенный пункт, где гражданин постоянно или преимущественно проживает, а при невозможности установить такое место – место жительства (при его отсутствии – место пребывания), указанное в документе, удостоверяющем личность, либо другом документе о регистрации, либо место нахождения имущества этого лица.

3. Налогообложение: сущность и принципы

Главной статьей бюджетных доходов являются налоги, взимаемые как центральными, так и местными органами власти. Основоположник английской классической политической экономии А. Смит, стоявший у истоков разработки теории налогообложения, утверждал, что налоги для тех, кто их выплачивает, признак не рабства, а свободы.

Налог – это средства, принудительно изымаемые государством или местными властями у физических и юридических лиц, необходимые для осуществления государством своих функций. Анализируя понятие налога, следует особо подчеркнуть, что это обязательный платеж, он имеет принудительный характер, что коренным образом отличает его от добровольных пожертвований. Еще одна характерная черта налога – он может взиматься только на установленных законодательством основаниях. Налоги – это платежи, не предполагающие встречного исполнения обязательств за какую-либо услугу, т. е. безэквивалентный платеж.

Реализация практического значения налогов проявляется через их

функции.

Фискальная функция налогов предполагает формирование финансовых ресурсов государства и его административных единиц. Она призвана способствовать созданию материальных основ функционирования государства. Отсюда следует важный вывод: уровень налогов в стране обусловлен масштабами государственных расходов.

Регулирующая функция налогов заключается в избирательном изменении налоговых ставок, позволяющем целенаправленно воздействовать на темпы экономического роста, инфляцию, занятость и т. п.

Она предопределяет существование стимулирующей функции налогов – создание предпосылок для повышения деловой активности, поощрения некоторых видов предпринимательской деятельности.

Распределительная функция налогов призвана перераспределять доходы между государственными и местными бюджетами, распределять налоговое бремя между субъектами хозяйствования и социальными группами.

Посредством реализации контрольно–учетной функции налогов отслеживаются направления и объемы движения финансовых потоков. Правильное сочетание функций налогов создает предпосылки для развития национального производства и установления социального мира в государстве.

На практике используется несколько подходов к классификации налогов. Рассмотрим важнейшие из них.

I. По принципу построения выделяют:

– пропорциональные налоги, к которым относят, например, налоги на имущество предприятий и физических лиц;

– регрессивные налоги, составляющие большую часть низкого дохода и меньшую часть высокого дохода. Они используются для стимулирования роста объема крупных покупок. Например, по мере роста расходов на покупку определенных товаров снижаются акцизные сборы;

– прогрессивные налоги, при которых обладатели больших доходов уплачивают большие налоги как в абсолютном, так и в относительном выражении.

По объектам налогообложения налоги делятся на прямые и косвенные.

Прямые налоги взимаются государством непосредственно с доходов и имущества юридических и физических лиц. Их объектом выступают доходы – заработная плата, прибыль, процент или стоимость имущества налогоплательщика – земля, дача, машина. Достоинством прямых налогов является то, что их трудно переложить на плечи других лиц.

Косвенные налоги устанавливаются в виде надбавок к цене товаров или тарифов на услуги и включаются в издержки производства, что способствует повышению цен на товары и услуги. Косвенные налоги могут перекладываться в зависимости от степени эластичности спроса и предложения на конкретный товар, на конечного потребителя. Однако у данного вида налогов есть неоспоримое преимущество – взимаемые суммы

берутся в удобное для плательщика время и наиболее удобным способом.

Основные косвенные налоги выступают в трех видах: акцизы, фискальные монопольные налоги и таможенные пошлины.

Акцизы взимаются по твердым ставкам с единицы товара. Ими облагаются товары массового производства: спиртные напитки, табак, соль, сахар, телефонные переговоры и др.

Фискальные монопольные налоги пополняют казну за счет обложения товаров массового спроса, производство которых монополизировано государством. Это могут быть золотые украшения, меховые изделия или другие товары.

Таможенные пошлины – косвенные налоги на импортные, экспортные и транзитные товары. Они уплачиваются всеми субъектами, осуществляющими внешнеторговые операции.

По сфере распространения выделяют общегосударственные и местные налоги. Как правило, к первым относят те из них, которые связаны со стабилизационной макроэкономической политикой или с распределением ресурсов. Местные налоги поступают в распоряжение региональных органов власти.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1 МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Тематические задачи

Задача 1. По данным таблицы рассчитайте порог рентабельности деятельности компании. Постройте график.

Показатели	Значение показателя
Цена продукции, руб.	2
Объем реализации, ед.	100
Себестоимость реализованной продукции, руб.	160
Уд. вес переменных затрат в общем объеме затрат предприятия, %	0,8

Задача 2. По данным таблицы определите: прибыль предприятия, получаемую в результате реализации изделия А и В; рентабельность продаж и продукции по каждому изделию.

Показатели	Изделие	
	А	В
Объем продаж, шт.	25	130
Цена изделия, руб.	850	1380
Издержки производства на изготовление продукции, руб.	15575	144850

Задача 3. По данным таблицы определите, как изменение цены влияет на критический объем выпуска? Постройте графики.

Показатели	Значение показателя
Цена изделия в I квартале, руб.	28
Объем выпуска, ед.	100
Рост цены изделия во II квартале, %	10
Постоянные издержки, руб.	2000
Удельные переменные издержки, руб.	22

Задача 4. По данным таблицы определите: выручку от реализации продукции; выручку от прочей реализации; валовую выручку и ее структуру. Сделайте вывод.

Данные предприятия	Год 1
Реализовано продукции всего, шт., из них:	
на территории Республики Беларусь	286
за пределы Республики Беларусь	75
реализовано своим работникам	5
сторонним организациям	80
Средняя цена единицы продукции, руб.	30
Средства, полученные от продажи товарно-материальных ценностей, руб.	3100
Средства, полученные от реализации продукции подсобных хозяйств, руб.	420
Средства, полученные от реализации основных фондов, руб.	7500
Средства, полученные от реализации нематериальных ресурсов, руб.	200

Задача 5. По данным таблицы определите: валовую выручку и ее структуру; валовую прибыль; прибыль от реализации продукции; рентабельность.

Данные предприятия	Год 1
Реализовано продукции всего, шт., из них:	
на территории Республики Беларусь	2860
за пределы Республики Беларусь	750
реализовано своим работникам	50
сторонним организациям	80
Средняя цена единицы продукции, руб.	30
Средства, полученные от продажи товарно-материальных ценностей, руб.	3100
Средства, полученные от реализации продукции подсобных хозяйств, руб.	4200
Средства, полученные от реализации основных фондов, руб.	7500
Средства, полученные от реализации нематериальных ресурсов, руб.	2000
НДС, %	20
Затраты, в т.ч : материальные затраты	3400
затраты на оплату труда	1500
обязательные страховые платежи	620
амортизация основных средств (фондов)	2100
арендная плата	450

Задача 6. По данным таблицы определите (за 2 года): 1) коэффициенты, используемые для анализа платежеспособности предприятия: коэффициенты платежеспособности, абсолютной, промежуточной и общей ликвидности; 2) коэффициенты, используемые для анализа финансовой независимости предприятия: коэффициент финансовой независимости (автономии), коэффициент финансовой зависимости (неустойчивости), коэффициент финансового риска. Сделайте выводы.

Данные предприятия	Год 1	Год 2
Денежные средства	2800	3050
Дебиторская задолженность	2000	2000
Запасы	1500	2000
Основные средства	8000	8000
Валюта баланса		
Кредиторская задолженность	1300	2000
Начисления	2000	2150
Краткосрочные кредиты	2000	1400
Долгосрочная кредиторская задолженность	3000	3000
Обыкновенные акции	1000	1000
Нераспределенная прибыль	5000	5500
Валюта баланса		
Выручка от продаж	30000	38000
Себестоимость реализованной продукции	22000	33000
Чистая прибыль	1000	1000

Задача 7. По данным таблицы определите тенденцию развития компании и ее финансовое состояние, используя вертикальный и горизонтальный анализ. Сделайте вывод.

Данные предприятия	Год 1	Год 2
Денежные средства	2800	3050
Дебиторская задолженность	2000	2000
Запасы	1500	2000
Основные средства	8000	8000
Валюта баланса		
Кредиторская задолженность	1300	2000
Начисления	2000	2150

Краткосрочные кредиты	2000	1400
Долгосрочная кредиторская задолженность	3000	3000
Обыкновенные акции	1000	1000
Нераспределенная прибыль	5000	5500
Валюта баланса		
Выручка от продаж	30000	38000
Себестоимость реализованной продукции	22000	33000
Чистая прибыль	1000	1000

Задача 8. По данным таблицы определите: чистый дисконтированный доход; индекс рентабельности инвестиций; простой срок окупаемости проекта.

Показатели	Значение показателя
Норма дисконта, %	10
Поток платежей, руб.	-700
	300
	200
	250
	250
	350
Обороты капитала (период), лет	5

Задача 9. Предприятие планирует выпуск нового вида продукта. Для этого необходимо приобрести оборудование, стоимостью 12600 руб. Установка и пуск в эксплуатацию нового оборудования потребуют 2300 руб. Предполагаемый срок полезной службы оборудования – 5 лет. Предполагаемый объем выпуска за весь период эксплуатации составляет: 1 год – 1050 руб.; 2 год – 1160 руб.; 3 год – 1220 руб.; 4 год – 1100 руб.; 5 год – 1000 руб. Сумма текущих затрат определена на уровне 1680 руб. ежегодно. Амортизации определяется методом уменьшаемого остатка с применением коэффициента 1,5. Ставка налога на прибыль – 18 %, НДС – 20 %, цена капитала – 10 %. Предполагаемые меры государственной поддержки: компенсация инвестиционных затрат в размере 15%. Определите целесообразность инвестиционных вложений.

Темы для презентаций

Темы для презентаций формулируются преподавателем кафедры согласно требованиям подготовки специалистов. На первом практическом занятии темы для презентаций распределяются между студентами группы. Под контролем преподавателя

студент подготавливает содержание презентации, отражающее теоретическую и практическую стороны исследуемой темы. Форма контроля – защита презентации. Защита презентации проходит на практических занятиях.

Темы для презентаций:

1. Эволюция предпринимательства
2. Роль предпринимательства в экономике РБ
3. Сущность, цели и виды современного бизнеса (на примере предприятия, организации)
4. Качества предпринимателя
5. Психология предпринимателя.
6. Истории преуспевающих предпринимателей
7. Мотивация в предпринимательской деятельности.
8. Мотивы занятия бизнесом
9. Развитие личности предпринимателя в процессе становления и расширения бизнеса
10. Культура предпринимательской деятельности.
11. Социальная ответственность бизнесмена
12. Особенности развития малого бизнеса в Беларуси в современных условиях. (на примере предприятий, организаций)
13. Организация работы малого предприятия
14. Сравнительная характеристика организационно-правовых форм предпринимательской деятельности и их особенностей
15. Предпринимательство в социальном секторе экономики (сфера образовательных услуг)
16. Предпринимательство в социальном секторе экономики (платные услуги в здравоохранении)
17. Предпринимательство в социальном секторе экономики (платные услуги в культуре)
18. Предпринимательство в социальном секторе экономики (платные услуги в спорте)
19. Предпринимательство в социальном секторе экономики (платные услуги в науке)
20. Предпринимательство в социальном секторе экономики (платные услуги в юриспруденции)
21. Конкуренция и её значение для выбора направлений предпринимательской деятельности
22. Руководитель и подчинённый в бизнесе.
23. Репутация фирмы: формы работы по повышению привлекательности фирмы
24. Формы и методы обеспечения безопасности бизнеса
25. Проблемы ликвидации и диверсификации в сфере малого бизнеса
26. Слияние и поглощение в сфере бизнеса.
27. Компьютерные технологии в системе маркетинга.
28. Интернет-магазины в Беларуси (на примерах)

29. Инвестирование в предпринимательской деятельности.
30. Инновационное предпринимательство.
31. Репутация фирмы: формы работы по повышению привлекательности фирмы
32. Формы и методы обеспечения безопасности бизнеса

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Для диагностики результатов учебной деятельности используются:

1. Устная защита практической работы.
2. Тест.
3. Устный опрос.
4. Письменный экзамен.

3.1 ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА» ДЛЯ СТУДЕНТОВ ДНЕВНОЙ И ЗАОЧНОЙ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ

1. Сущность, признаки современного предпринимательства.
2. Понятие, сущность, задачи и принципы предпринимательства
3. Процесс предпринимательства, субъекты, формы.
4. Понятие миссии и цели деятельности предприятия, их роль
5. Черты предпринимательства
6. Предпринимательство в Беларуси
7. Государственное регулирование предпринимательства
8. Малый бизнес и проблемы его развития в Республике Беларусь
9. Индивидуальный предприниматель в Республике Беларусь
10. Предпринимательство. Регистрирующие органы.
11. Порядок государственной регистрации и постановка на учет юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
12. Источники формирования предпринимательского капитала.
13. Понятие организационных структур предпринимательства.
14. Понятие юридического лица. Организационно-правовые формы юридического лица, их характеристика.
15. Коммерческие и некоммерческие организации.
16. Сущность предпринимательской среды
17. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда
18. Права и обязанности предпринимателя.
19. Информационное обеспечение деятельности предприятия
20. Понятие, виды и причины банкротства
21. Прекращение предпринимательской деятельности, реорганизация юридического лица
22. Проблемы ликвидации и диверсификации в сфере малого бизнеса
23. Слияние и поглощение в сфере бизнеса.
24. Формы и принципы планирования предпринимательской деятельности, уровни планирования.
25. Цели и заинтересованные лица в бизнес-планировании.
26. Структура и порядок разработки бизнес-плана.
27. Предпринимательские риски.
28. Сущность предпринимательского риска.
29. Законодательная база Республики Беларусь о предпринимательстве

30. Система государственной поддержки предпринимательства.
31. Государственное регулирование цен и тарифов. Ответственность предпринимателя за нарушение законодательства о ценообразовании.
32. Франчайзинговая система ведения малого бизнеса.
33. Маркетинговая деятельность на предприятии.
34. Основные направления маркетинговых исследований.
35. Процесс маркетингового исследования.
36. Методы сбора и анализа маркетинговой информации.
37. Инвестирование в предпринимательской деятельности.
38. Инновационное предпринимательство.
39. Финансовые ресурсы предприятия: сущность, виды и источники формирования.
40. Управленческий учет и финансовый менеджмент на предприятии.
41. Количественные и качественные критерии определения состояния малого бизнеса.
42. Финансовое состояние предприятия: методы анализа и показатели.
43. Доходы и расходы предприятия (организации)
44. Классификация затрат предприятия
45. Финансовые результаты хозяйственной деятельности: прибыль
46. Эффективность хозяйственной деятельности. Основные показатели рентабельности
47. Налогообложение индивидуального предпринимателя.
48. Налогообложение юридических лиц.
49. Налоговые льготы и особые режимы налогообложения.
50. Конкуренция и конкурентоспособность предпринимательской деятельности

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1 Учебная программа дисциплины «Основы предпринимательства»

Р-1 2021

Учреждение образования
«Брестский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор БрГТУ

В.М. Нерода
«22» 06 2021 г.
Регистрационный № УД-11-142/уч.

Основы предпринимательства

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальностей:

1-26 02 05 Логистика
1-26 02 03 Маркетинг
1-25 01 04 Финансы и кредит
1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии
1-70 04 02 Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна

2021 г.

Учебная программа составлена на основе учебных планов УО БрГТУ для специальностей «Логистика» 1-26 02 05, «Финансы и кредит» 1-25 01 04, «Экономика и управление на предприятии» 1-25 01 07, «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:

В.В.Небелюк 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 14.06.2021);
Заведующий кафедрой Г.Б.Медведева

Методической комиссией экономического факультета
(название факультета)
(протокол № 7 от 21.06.2021);
Председатель Л.А.Захарченко

Научно-методическим советом БрГТУ (протокол № 5 от 21.06.2021);
Методический совет Л.А.Захарченко В.Н.Серош

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 рынке.

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 являются 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		
1 -26 02 05 1-26 02 03 1-25 01 04 1-25 01 07 1-70 04 02	Логистика «Маркетинг» «Финансы и кредит» «Экономика и управление на предприятии» «Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна»	1	1	108	3	48	32	-	16	-	-	экзамен

На изучение дисциплины в соответствии с учебным планом заочной формы обучения отводится по специальностям 1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии», 1-70 04 02 «Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна»

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		
1-25 01 07	«Экономика и управление на предприятии»	1	1	102	2	12	8	-	4	-	-	экзамен
1-70 04 02	«Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна»	3	5	72	2	8	4	-	4	-	-	зачет

На изучение дисциплины в соответствии с учебным планом заочной сокращенной (Зс) формы обучения отводится по специальности 1-70 04 02 «Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна»

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		
1-70 04 02	«Теплогазоснабжение, вентиляция и охрана воздушного бассейна»	3	5	72	2	8	4	-	4	-	-	зачет

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 старт-апов. 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	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3.	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	6			4	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4.	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	4			2	12	Устный опрос, решение заданий
5.	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	4			2	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6.	Малый и средний бизнес: современное состояние,	4			2	12	Устный опрос, решение

	перспективы развития. Организация собственного бизнеса.					ситуационных заданий
	Всего	32		16		68

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	8	Устный опрос, решение ситуационных заданий
2	Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.	0,5			0,5	10	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	0,5			0,5	10	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	0,5			0,5	12	Устный опрос, решение заданий
5	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	1			1	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6	Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.	1			1	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
	Всего	4			4	64	

3.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для заочной сокращенной (Зс) формы получения высшего образования

раздел	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов	Количество	Форма контроля
--------	------------------------	-----------------------------	------------	----------------

		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия	о часов самост. работы	знаний
1	Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация.	0,5			0,5	8	Устный опрос, решение ситуационных заданий
2	Предпринимательский капитал и слагаемые предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.	0,5			0,5	10	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	0,5			0,5	10	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	0,5			0,5	12	Устный опрос, решение заданий
5	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	1			1	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6	Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса.	1			1	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
	Всего	4			4	64	

4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

4.1 Перечень литературы.

Основная.

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь : с изм. и доп., внесенными Законом РБ от 8 янв. 2014 г. – Мн. : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2014. – 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, 2004.- 112 с.

3. 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. - 2001. - № 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, 2010.

5. Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть): принят Палатой представителей 11 декабря 2009 г.; одобрен Советом Республики 18 декабря 2009 г.

6. Трудовой кодекс Республики Беларусь: Принят Палатой представителей 8 июня 1999 г. ; одобрен Советом Республики 30 июня 1999 г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. - 1999. - № 2/70.

7. Об утверждении Методических рекомендаций по применению гибких систем оплаты труда в коммерческих организациях: постановление Министерства труда и социальной защиты Респ. Беларусь, 30 сент. 2010 г., № 131.

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

9. 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, 2013.

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

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

12. 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.

13. 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»).

14. 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.

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

Дополнительная.

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

17. В.В. Небелюк 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

18. 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.

19. 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 зачет.

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

Количество часов, предусмотренных на самостоятельное изучение учебной дисциплины – 68 часов.

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]

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, 19]

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, 17-19]

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]

Перечень вопросов к экзамену (зачету)

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 МСК 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

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
По дисциплине «Основы предпринимательства»
№УД-21-1-042/уч. от 28.06.2021

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1.	Дополнить содержание курса результатами НИР «Принципы гибкой логистики в студенческом проекте по формированию интегрированных коммуникаций» для специальности 1-26 02 05	АКТ № 186 от 21.01.2021 об использовании результатов НИР в учебном процессе.

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической теории и логистики (протокол № 6 от 27.12.2021).

Заведующий кафедрой,
кандидат экономических наук, доцент  Г.Б. Медведева

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического факультета
кандидат экономических наук, доцент  В.В. Зазерская

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
 по дисциплине «Основы предпринимательства»
 №УД-21-1-042/уч. 28.06.2021г.

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1.	Дополнить учебную программу по дисциплине «Основы предпринимательства» для изучения в группах 1 курса по специальности 1 – 26 02 05 Логистика, 1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии, форма получения образования – заочная сокращенной (Зс) в части «ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА» и «УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ» согласно таблицам	Изменение учебного плана по специальности 1-26 02 05 Логистика регистрационный №Э-170-20/уч. от 31.03.2020 г.

План учебной дисциплины для заочной сокращенной (Зс) формы обучения по специальности 1 – 26 02 05 Логистика, 1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии

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		
1-26 02 05 1-25 01 07	Логистика Экономика и управление на предприятии	1	1	108	3	12	8	-	4	-	-	экзамен

3.2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Для заочной сокращенной (Зс) формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Кол-во часов самост. работы	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинарские занятия		
<i>1-й семестр</i>							
1.	Особенности предпринимательской деятельности. Предпринимательские цели и их реализация. Предпринимательская среда.	2			0,5	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
2.	Предпринимательский капитал и составляющие предпринимательского успеха. Сотрудничество партнеров в бизнесе.	1			0,5	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
3.	Маркетинговый анализ в предпринимательской деятельности.	1			0,5	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
4.	Бизнес-планирование предпринимательской деятельности. Конкуренция в предпринимательстве	1			0,5	12	Устный опрос, решение заданий
5.	Государственная поддержка и охрана предпринимательской деятельности. Правовое регулирование бизнеса.	1			1	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий, тест
6.	Малый и средний бизнес: современное состояние, перспективы развития. Организация собственного бизнеса. Банкротство, ликвидация, реорганизация, слияние.	2			1	12	Устный опрос, решение ситуационных заданий
	Всего	8			4	72	

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономической теории и логистики (протокол № 13 от 07.06.2022г.).

Заведующий кафедрой,
кандидат экономических наук, доцент  Г.Б. Медведева

УТВЕРЖДАЮ
И. о. декана экономического факультета
ведущий специалист по ОУП  О.Е. Макарук