ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ БГУ

Кафедра экономики и управления бизнесом

СОГЛАСОВАНО
Зав. кафедрой экономики
и управления бизнесом ГИУСТ БГУ
_____ Л.П. Ермалович
_____20__ г.

СОГЛАСОВАНО
Директор ГИУСТ БГУ
_____П.И. Бригадин
_____20__ г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

для специальности 1-26 02 02 "Менеджмент" (по направлениям)

Составители:
Витко Ф.П., кандидат экономических наук, доцент,

Рассмотрено и утверждено на заседании
Совета ГИУСТ БГУ
_____20__ г. протокол № _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА **3**

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ "ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ" **4**

I ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ **12**

ОПОРНЫЙ КУРС ЛЕКЦИЙ **12**

Тема 1. Предпринимательство и предпринимательский менеджмент 12

Тема 2. Организационно-экономические основы предпринимательства 25

Тема 3. Предпринимательство как процесс 38

Тема 4. Планирование предпринимательской деятельности 49

Тема 5. Организация собственного дела 63

Тема 6. Производственная предпринимательская деятельность 80

Тема 7. Коммерческая деятельность предпринимательской единицы 89

Тема 8. Оценка деятельности предпринимательской организации 98

Тема 9. Предпринимательский риск и предпринимательская тайна 111

Тема 10. Прекращение деятельности предпринимательской организации 124

Тема 11. Социальное партнерство как инструмент повышения эффективности предпринимательской деятельности 134

II ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ **153**

Вопросы для обсуждения на практических занятиях **153**

III РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ **159**

Творческая работа по государственной регистрации юридического лица 159

Вопросы для подготовки к зачету 164

IV ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ **165**

Тесты **165**

Тренинги по созданию предпринимательских единиц **175**

ЛИТЕРАТУРА **177**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Переход к рыночным отношениям невозможен без развития предпринимательства, ибо главной фигурой в рыночных условиях является предприниматель. Рыночная система требует формирования нового общественного слоя предпринимателей, инициативная деятельность которого основана на экономической самостоятельности людей, их личной заинтересованности и ответственности.

Самым цивилизованным и потому самым действенным способом формирования предпринимательского движения является профессиональная подготовка предпринимателей. Только профессионально подготовленный предприниматель, с высоким уровнем эрудиции и широким кругозором способен грамотно вести свое дело, добиваться значительных экономических и социальных результатов. Кроме того, он в состоянии оценивать свое место и роль в развитии общества и через общественные предпринимательские формирования оказывать существенное влияние на экономическое состояние Республики Беларусь.

Целью данного курса является изучение студентами основных категорий и понятий, определяющих предпринимательскую деятельность, освоение приемов создания и ведения малого предпринимательства.

Задачи курса:

- рассмотрение сущности и истории развития предпринимательства;
- анализ экономических условий формирования предпринимательской среды;
- получение знаний об основных деловых и личных качествах современного предпринимательства;
- изучение мирового опыта развития предпринимательства;
- определение роли и значения государства в развитии предпринимательства;
- исследование организационных форм предпринимательства;
- рассмотрение основных факторов предпринимательского успеха и причин предпринимательских неудач;
- изучение особенностей финансирования и кредитования предпринимательства;
- анализ экономических предпосылок и пределов предпринимательского риска и возможных методов его снижения;
- уяснение форм взаимодействия крупного и малого предпринимательства;
- ознакомление с этапами жизненного цикла малых предприятий;
- исследование путей реструктуризации экономики вследствие банкротств предприятий, вызванных конкуренцией.

Место курса в подготовке специалистов определяется необходимостью изучения студентами механизмов рыночных экономических отношений, а также формирования общественного слоя предпринимателей.

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны получить знания и приобрести умение в решении следующих вопросов:

- определить свое отношение к предпринимательству и свои способности к ведению собственного дела;
- осуществлять подготовку и реализацию предпринимательских проектов;
- проводить маркетинговые исследования рынка и разрабатывать бизнес-план;
- определять направления развития производства и предпринимательства;
- вести поиск нестандартных организационных решений, подбирать и рационально расставлять кадры;
- устанавливать деловые отношения с поставщиками и потребителями;
- прогнозировать жизненный цикл товаров и производственных структур;
- принимать оптимальные решения в условиях коммерческого риска.

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО ДИСЦИПЛИНЕ "ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ"

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. **Сущность и содержание предпринимательства и предпринимательского менеджмента**

Историко-экономические аспекты развития предпринимательства. Современная трактовка категории «предпринимательство». Рынок – среда существования предпринимателей. Основные качества предпринимателя. Предприниматель – созидательный разрушитель рыночного равновесия. Предпринимательский менеджмент – понятие, сущность, содержание. Внутреннее предпринимательство.

Тема 2. **Организационно-экономические основы предпринимательства**

Классификация видов и форм предпринимательской деятельности. Микро и макросреда предпринимательства. Инфраструктура предпринимательства. Государственное регулирование предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой. Формы и механизмы поддержки предпринимательства в Республике Беларусь.

Тема 3. **Предпринимательство как процесс**

Предпринимательство – особая форма экономической активности. Предпринимательская идея: суть, порядок выработки. Стадии предпринимательского процесса. Содержание предпринимательского дохода. Венчурное предпринимательство, венчурный капитал.

Тема 4. **Планирование предпринимательской деятельности**

Сущность планирования предпринимательской деятельности. Классификация бизнес-планов. Типичная структура бизнес-плана. Последовательность разработки бизнес-плана. Бюджетирование как форма финансового планирования.

Тема 5. **Организация собственного дела**

Экономическая устойчивость предпринимательской единицы. Характеристика основных организационно-правовых форм предприятий. Основные пути создания предпринимательской единицы. Общий алгоритм создания предприятия. Порядок регистрации индивидуального предпринимателя. Особенности регистрации юридического лица.

Тема 6. **Производственная предпринимательская деятельность**

Суть производственного предпринимательства. Основные факторы организации производства. Источники средств формирования производственной базы. Формы партнерских связей.

Тема 7. **Коммерческая деятельность предпринимательской единицы**

Понятие «коммерческая деятельность» и его сущность. Содержание процессов в коммерческой деятельности. Коммерческая работа по закупкам. Сбытовая деятельность предприятия. Виды посреднической деятельности. Биржевое предпринимательство. Предпринимательство в финансовой сфере

Тема 8. **Оценка деятельности предпринимательской организации**

Цели, задачи и принципы управления затратами. Классификация затрат для целей управления. Прогнозирование и учет затрат. Расчет точки критического объема производства. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов.

Тема 9. Предпринимательский риск и предпринимательская тайна

Содержание предпринимательского риска. Классификация предпринимательских рисков. Качественная и количественная оценка рисков. Страхование предпринимательских рисков. Предпринимательская тайна.

Тема 10. Прекращение деятельности предпринимательской организации

Основные пути прекращения деятельности предпринимательской организации. Понятие банкротства. Порядок рассмотрения дел о банкротстве. Защитный период. Полномочия управляющего. Санация предприятия. Ликвидационное производство. Мировое соглашение.

Тема 11. Социальное партнерство как инструмент повышения эффективности предпринимательской деятельности

Содержание системы социального партнерства и ее становление в новейшей истории Беларуси. Основные уровни и механизмы функционирования системы социального партнерства. Коллективные переговоры как основной инструмент социального партнерства. Порядок заключения коллективных договоров и соглашений по социально-трудовым вопросам. Порядок разрешения коллективных трудовых споров, связанных с заключением и исполнением коллективных договоров.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

для студентов дневной формы обучения

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество часов				
		Аудиторные				Самост. работа
		Лекции	Практич. семинар.	Лаб. занят.	КСР	
1	**Сущность и содержание предпринимательства и предпринимательского менеджмента**	2				2
2	**Организационно-экономические основы предпринимательства**	4			2	2
3	**Предпринимательство как процесс**	2	2			2
4	**Планирование предпринимательской деятельности**	4	2		2	2
5	**Организация собственного дела**	4	2		2	4
6	**Производственная предпринимательская деятельность**	2				2
7	**Коммерческая деятельность предпринимательской единицы**	2				2
8	**Оценка деятельности предпринимательской организации**	2	2			2
9	**Предпринимательский риск и предпринимательская тайна**	2	2			2
10	**Прекращение деятельности предпринимательской организации**	4				2
11	**Социальное партнерство как инструмент повышения эффективности предпринимательской деятельности**	2				4
		30	**10**	**0**	**6**	**26**

I ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

ОПОРНЫЙ КУРС ЛЕКЦИЙ

ТЕМА 1. Предпринимательство и предпринимательский менеджмент

1.1. Историко-экономические аспекты развития предпринимательства

Предпринимательство как социально-экономическое явление возникло на определенном этапе развития общественных отношений. Этимология этого слова, содержащаяся во многих словарях, достаточно схожа по своему значению. В частности, В.И. Даль в Толковом словаре живого русского языка определил, что «предпринимать» означает «затевать, решаться исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного». Отсюда: «предприниматель» - «предпринявший» что-либо. «Предприниматель – это предприимчивый торговец, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода человек»[1].

С. И. Ожегов в «Словаре русского языка» пишет: «предприниматель – владелец предприятия… Предприимчивый – умеющий предпринять что-нибудь в нужный момент, находчивый, изобретательный»[2].

Что бы более полно рассмотреть содержание и смысл категорий «предприниматель» и «предпринимательство» недостаточно только констатировать их смысловое толкование. Более подробно рассмотрим экономическое наполнение этих категорий.

Термин "предприниматель" как экономическая категория произошел от французского слова entrepreneur (посредник), которое в середине XVI века употреблялось по отношению к организаторам балов.

В XVII веке предпринимателем называлось лицо, заключившее с государством контракт оговоренной стоимости и несущее полную ответственность за его выполнение, например, за строительство объекта.

Основоположником теории предпринимательства считается ирландский экономист Ричард Кантильон (1680-1734 гг.), который в XVIII веке одним из первых стал рассматривать предпринимателя как личность, принимающую решения и удовлетворяющую свои потребности в условиях неопределенности. Сведения о ранних годах жизни Р. Кантильона скудны. Известно, что он разбогател, будучи купцом в Лондоне, а затем банкиром в Париже.

Р. Кантильон стал известен благодаря труду «Очерк о природе торговли вообще», изданному на французском языке в Лондоне в 1755 году. Он считал, что доход предпринимателя (торговца, ремесленника, фермера и пр.) – это плата за риск, поскольку он обязуется производить строго определенные выплаты на зарплату нанятых работников, на покупку сырья или товаров по определенным ценам, в то время как размер будущей выручки неизвестен.

Согласно теории Р. Кантильона, предприниматель есть индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются и надеждой получать доход, и готовностью к потерям. Таким образом, предприниматель действует на свой страх и риск, получая непостоянный доход.

Р. Кантильон подчеркивает отличие предпринимателя от государственного служащего, получающего постоянную зарплату. Главное, что отличает предпринимателя от служащего, – желание и умение нести риск и получать за это предпринимательскую прибыль. Отсюда вытекает сущностное понятие предпринимательской прибыли как платы за риск, возникающий вследствие неопределенности будущих событий.

Среди многих новаций в «Очерке», по меньшей мере, два момента выступают как превосходящие все то, что было найдено в экономической теории до 20 века. Это, во-

[1] В. Даль Толковый словарь живого великорусского языка. Изд. "Цитадель", г. Москва, 1998 г., 3 том, стр. 1014.

[2] С.И.Ожегов. Словарь русского языка/-Москва: ОНИКС: Мир и образование, 2010, с. 750

первых**,** его анализ предпринимателя как человека, который «покупает по определенной цене, чтобы продать по неизвестной цене». Во-вторых, предприниматель может быть торговцем или землевладельцем, но в равной степени он может быть и капиталистом, использующим чужой труд; тем не менее, во всех случаях предпринимательская роль остается непосредственно за тем, кто принимает решения в условиях неопределенности.

Один из основателей экономической науки, Адам Смит (1723 – 1790 гг.), в труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 год) характеризовал предпринимателя как реализатора рискованных коммерческих идей. А. Смит считал, что предприниматели выполняют важнейшую социальную функцию – функцию накопления. По А. Смиту, предприниматель сам вносит капитал, планирует, организует производство и распоряжается результатами своего труда. Так же как Кантильон, он считал, что прибыль предпринимателя есть плата за риск и затраты капитала. Он признает, что главным мотивом человеческой деятельности является своекорыстный интерес[3].

А. Смит неоднократно подчеркивал, что частные интересы предпринимателей никогда не совпадают с интересами общественными, так как чем выше уровень производства и национального богатства, тем меньше норма прибыли. А поскольку норма прибыли находится в обратной зависимости от общественного благосостояния, то класс предпринимателей обычно заинтересован в том, чтобы вводить общество в заблуждение и даже угнетать его. А. Смит разработал теорию стоимости, широко используемую в формировании товарно-ценовой политики при организации предпринимательства. Согласно концепции А. Смита, стоимость имеет два различных значения: иногда она обозначает полезность какого-либо предмета, а иногда – возможность приобретения других вещей, которую дает обладание данным предметом. Первую он называет потребительной стоимостью, а вторую – меновой стоимостью.

Известный французский экономист Жан-Батист Сэй (1767-1832 гг.), автор нескольких работ по политэкономии, показал активную роль предпринимателя в создании продукта. Изучив фундаментальный труд А.Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», свое видение сущности и роли предпринимательства он изложил в «Тракте по политической экономии» (1803 г.). Особое внимание французский экономист уделял производственной сфере, считая, что в основе предпринимательской деятельности лежит способность предпринимателя организовывать более эффективное производство и сбыт продукции. Для Ж.-Б. Сэя предприниматель – это человек, организующий людей в рамках производственной единицы. Он ставил предпринимателя в центр процесса производства и распределения.

Доход предпринимателя – это вознаграждение за его способности, таланты, труд по организации и управлению производством. Касаясь личности предпринимателя, Ж.-Б. Сэй отмечает такие качества, как ум, благоразумие, любовь к порядку, честность, знание людей, умение верно оценить важность продукта и определить потребность, которую он должен удовлетворить. Кроме этого, предприниматель должен «верно сводить свои счеты и вычислять издержки производства сравнительно с ценностью, какую будет иметь его продукт в продаже».

Макс Вебер (1864–1920 гг.) видел в предпринимательской деятельности воплощение рациональности. Под рациональностью он понимал функциональную эффективность, получение максимальной выгоды от использования вложенных средств и приложенных усилий.

Важный вклад в теорию предпринимательства внесли Йоган Тюнен (1783–1850 гг.) и Ганс фон Мангольд (1824–1868 гг.) – представители немецкой экономической школы. Й. Тюнен впервые обратил внимание на неоднородность рисков. Мотивом занятия предпринимательством он считал то, что вероятность выигрыша предпринимателя будет больше возможных потерь. Г. Мангольд рассматривает риски, связанные с временным фактором:

[3] См. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов, -М-Л: Государственное социально-экономическое изд., 1935, сс. 31,37, 78.

чем длиннее период между производством товаров и их реализацией, тем выше риск возможных потерь.

Наиболее полно факторы риска в предпринимательстве исследовал американский экономист Фрэнк Найт (1885–1972 гг.). Риск, по мнению ученого, есть объективная вероятность, и поэтому его можно определить количественно, используя теорию вероятностей. Риск, по выражению Ф. Найта, превращается в «постоянный элемент издержек», которые несет предприниматель в виде страховки.

1.2. Современная трактовка категории «предпринимательство»

Основы современного понимания предпринимательства заложил австрийский экономист и социолог Йозеф Шумпетер (1883–1950 гг.). В книге «Теория экономического развития» (1912 г.) он пишет, что функциональной сущностью предпринимателя является выявление и использование новой комбинации факторов производства, т. е. реализация нововведений. Важно «...делать не то, что другие» и «...не так, как делают другие»[4]. Й. Шумпетер считал, что главное в предпринимательстве – инновационная деятельность, а право собственности на предприятие не является существенным признаком предпринимательства.

По мнению ученого, предприниматель должен обладать таким типом характера, который рассчитывает на собственные силы, предпочитает риск, ценит собственную независимость, имеет потребность в достижении успеха и стремится к нововведениям. Именно благодаря активности предпринимателя осуществляется технический прогресс, развивается экономика.

Важно отметить, что Й. Шумпетер не наделяет предпринимателя избытком интеллекта, и именно это обстоятельство дает ему возможность не заниматься сравнением множества вариантов достижения цели, не предаваться долгим колебаниям, а идти своим путем. По теории Й. Шумпетера, в конкурентных условиях нововведения более действенны, чем низкие цены[5].

Значительный вклад в современное представление о предпринимательстве внес выдающийся английский экономист Джон Мейнард Кейнс (1883–1946 гг.). По мнению ученого, экономика может в течение длительного времени находиться в состоянии «равновесия с неполной занятостью». Дж. Кейнсом также были сделаны выводы о необходимости государственного регулирования экономических отношений с помощью применения соответствующих кредитно-денежных и бюджетных инструментов.

Дж. Кейнс характеризовал предпринимателя как новый социально-психологический тип хозяйственника, которому присущи осторожность, предусмотрительность, расчетливость, стремление к лучшему, независимость, бережливость и оптимизм. К основным предпринимательским качествам Дж. Кейнс относил умение соотнести потребление и сбережения, способность к риску, дух активности, уверенность в перспективах и др.

Фридрих Хайек (1899–1992), британский экономист с австрийскими корнями, удостоенный в 1974 году Нобелевской премии, первым обратил внимание на то, что именно конкуренция заставляет предпринимателя заниматься инновациями в поиске новых продуктов, новых рынков сырья. Акцент делается на поиске предпринимателем новых идей, на способности обнаружить или создать новые потребности, которые никто не удовлетворяет. В интерпретации Ф. Хайека, суть предпринимательства – поиск и исследование новых экономических возможностей[6]. В качестве движущей силы предстает предпринима-

---

[4] Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития / пер. с нем. В.С. Автономова [и др.]. М.: Прогресс 1982. С. 114.

[5] Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития / пер. с нем. В.С. Автономова [и др.]. М.: Прогресс, 1982. С. 277–307.

[6] Классики менеджмента / под ред. М. Уортнера; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Кутуревского. СПб.: Питер, 2001. С. 911.

тель, стремящийся достичь наиболее эффективного симбиоза своих уникальных знаний с рыночной ситуацией и тем самым обеспечить первенство в конкуренции и больший доход.

Следует отметить значительную роль в развитии современной теории предпринимательства американского ученого Питера Друкера (1909 г.), который видит в предпринимателе человека, перемещающего экономические ресурсы из области низкой производительности и доходов в область более высокой производительности и прибыльности. Он поддерживает Й. Шумпетера в части комбинирования факторов производства и всемерного использования предпринимателем инноваций.

По мнению П. Друкера, предприниматель создает потребителя, а принципы предпринимательства практикуются не только на небольших и новых предприятиях, но и на крупных и даже старых. Предпринимательским предприятие является не потому что оно новое, а потому что в основе его деятельности лежит осознание того факта, что выпускаемые изделия или оказываемые новые услуги имеют индивидуальнее характеристики. А спрос на них вырастает до такой степени, что образовывается новая рыночная ниша, а новая техника делает возможным превращение сложных операций в научный процесс. Знания в предпринимательстве – средство достижения цели. А нововведение – особый инструмент предпринимателя, средство осуществления своих замыслов в бизнесе.

Современные российские исследователи (А.И. Агеев, А.В. Бусыгин, Г.Л. Багиев, А.Н. Асаул[7]) определяют предпринимательство как:

1) стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, антибюрократизма, постоянной инициативы, ориентации на инновации;

2) процесс организации и осуществления деятельности в условиях формирования, развития и функционирования рыночных отношений;

3) процедуру планирования, организации и осуществления непрерывного, постоянно обновляемого процесса расширения производства товаров и услуг в целях удовлетворения экономических, социальных и экологических потребностей общества и получения прибыли.

Основными признаками предпринимательской деятельности являются:

1) принятие риска ради получения личной выгоды (прибыли, дохода, социального статуса);

2) самостоятельность,

3) инициативность;

4) новаторство.

Большой экономический словарь определяет предпринимателя как физическое лицо, которое самостоятельно и на свой риск осуществляет активную экономическую деятельность[8].

Предпринимательство – особый вид экономической активности, система хозяйствования, основанная на рисковой, инновационной деятельности, цель которой – получение предпринимательского дохода.

Гражданский кодекс Республики Беларусь[9] определяет, что предпринимательская деятельность – это «самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведенных, переработанных или приобретенных указанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания

---

[7] См. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник для высш. учеб. заведений. М.: Питер, 2005. С. 27–30.

[8] Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна М.: Институт новой экономики, 2002. С. 760 .

[9] Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12 1998 г. N 218-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 20 марта 2001 г. N 2/744

услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления»[10].

Данное определение не отражает полностью научную сущность предпринимательства, но с точки зрения юридической формализации данного экономического феномена это вполне допустимо.

Нередко предпринимательство заменяют схожим по значению словом «бизнес». Предпринимательство – русский аналог слова «бизнес», но отличающееся от него. Бизнес включает в себя любое дело, любую коммерческую сделку, тогда как предпринимательство – это законодательно разрешенная форма бизнеса, элементы которого возникают путем регулируемых законом вложений имущества конкретных владельцев в хозяйственную деятельность (оборот) с целью систематического получения дохода.

Каковы же цели предпринимательства? Основная цель предпринимательской деятельности – извлечение экономической прибыли (сверхприбыли, предпринимательского дохода). Указанная цель не является единственной. В более широком плане предпринимательская деятельность имеет ряд целей (рис. 1), которые имеют существенное значение для социального и экономического развития общества.

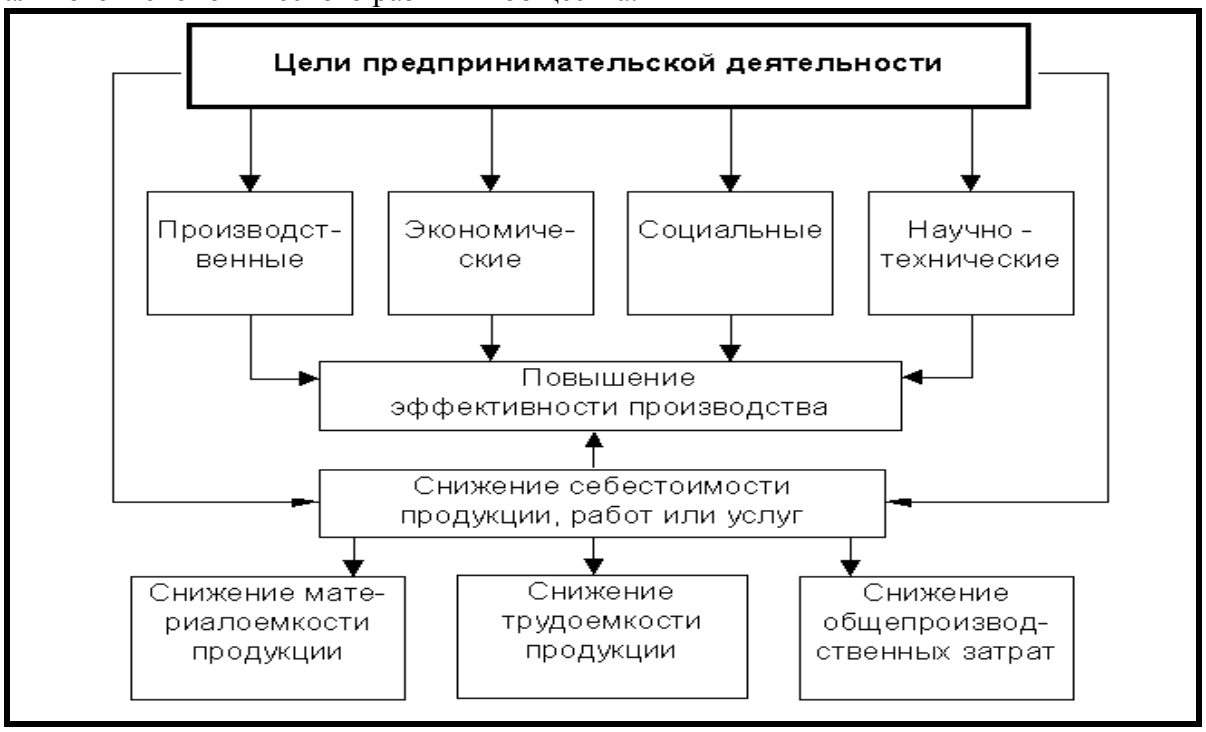


Рис. 1. Цели предпринимательской деятельности

Кто же является субъектом предпринимательской деятельности? Под субъектом предпринимательства понимаются физические и юридические лица, оказывающие влияние на состояние и развитие предпринимательской деятельности (рис. 2).

[10] Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12 1998 г. N 218-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 20 марта 2001 г. N 2/744

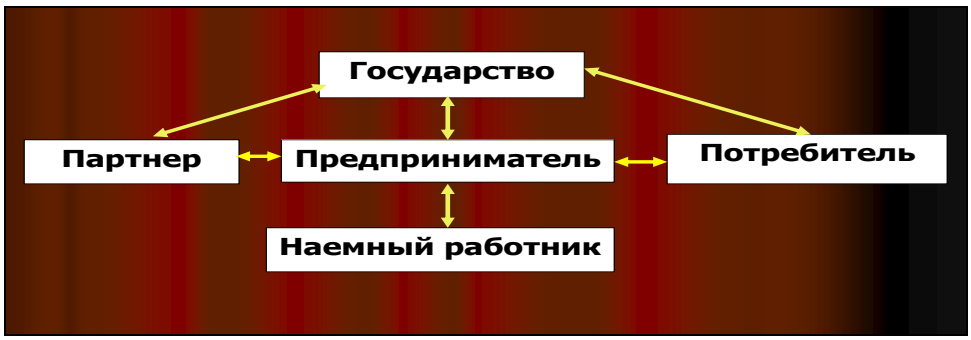


Рис. 2. Субъекты предпринимательства

Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель. Но и потребитель, и государство также относятся к категории субъектов предпринимательства, как и наемный работник, и партнеры по предпринимательству.

Объектом предпринимательской деятельности выступает товар, продукт, работа, услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления другим лицам и не используется для собственного потребления.

Для осуществления предпринимательской деятельности предпринимателю необходимо создать предпринимательскую единицу, т.е. субъект ведения хозяйственной деятельности соответствующей организационно-правовой формы, для которой законодательно закреплены права и ответственность ее владельцев, возможности привлечения и использования рабочей силы, денежных средств и других ресурсов, правила саморазвития и взаимодействия этого субъекта со всеми другими участниками рынка.

1.3. Рынок – среда существования предпринимателей

Если в стране нет рынка, то не может быть и предпринимателей, и наоборот, поскольку предприниматели (фирмы, компании) являются ведущими субъектами рыночной экономики наряду с домохозяйствами и государством, которое в развитой рыночной экономике является коллективным предпринимателем.

Только на рынке проверяется истинная ценность (стоимость) произведенных товаров: если они не будут проданы, предприниматель не получит планируемый объем прибыли. Следовательно, рынок есть не только среда (сфера) функционирования предпринимателей, но и важнейший фактор развития предпринимательства в стране при условии, что существуют и развиваются рынки всех факторов производства.

Современный рынок представляет собой организованную и относительно сбалансированную систему, обеспечивающую предпринимателям свободу при выборе способов производства и продажи различных видов и объемов товаров (работ, услуг), а всем потребителям гарантирует независимость при их приобретении. Никто не может административно заставить кого-либо что-то производить, что-то приобретать. Рынок есть сообщество самостоятельных, независимых хозяйствующих субъектов, а предприниматель – самостоятельно хозяйствующий субъект.

Действует конкурентный рынок при наличии различных форм собственности. Но преобладающей формой является негосударственная собственность при существовании развитой рыночной инфраструктуры, включающий три основных элемента: рынок товаров и услуг, рынок факторов производства, финансовый рынок. Развитый рынок характеризуется сложной системой соответствующих институтов (бирж, коммерческих банков, аудиторских организаций, страховых компаний, рекламных компаний, ассоциаций (союзов) предпринимателей и пр.).

Рынок имеет по сравнению с командно-административной экономикой значительные преимущества. Во-первых, посредством рынка осуществляется эффективное распределение всех видов ресурсов. Рынок «направляет» ресурсы на производство только необходимых потребителям товаров (работ, услуг).

Во-вторых, рынок функционирует при наличии относительно ограниченной экономической информации: данных о ценах, конкурентах, издержках производства, количестве производства.

В-третьих, преимуществом рынка является высокая гибкость, адаптивность к изменяющимся условиям производства и потребления.

В-четвертых, оптимальное использование участниками рынка результатов научно-технического прогресса. Чтобы получить максимальную прибыль, предприниматели-производители идут на риск, разрабатывая новые товары, совершенствуя технологию, что позволяет им иметь временное преимущество перед конкурентами.

В-пятых, предприниматель и потребители обладают свободой выбора и действий. Они независимы в принятии решений, заключении различных сделок (договоров), найме рабочей силы и т. д.

В-шестых, рынок обеспечивает удовлетворение самых разных потребностей.

В то же время рынок имеет и негативные стороны. Исходя из зарубежного опыта, можно выделить следующие недостатки рынка:

а) рынок не способствует сохранению невоспроизводимых ресурсов;

б) рынок не имеет действенной экономической защиты окружающей среды; только государство может заставить предпринимателей вкладывать средства в создание экологически чистых производств;

в) рынок не может регулировать правильное использование ресурсов, принадлежащих всему обществу;

г) рынок не создает стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования;

д) рынок не гарантирует право всех граждан на труд и доходы;

е) рынок не обеспечивает развитие фундаментальных исследований в науке;

ж) рынок не ориентирован на производство социально необходимых товаров, а направлен на удовлетворение в основном запросов тех лиц, которые имеют деньги;

з) рынок подвержен нестабильному развитию. Поэтому часть функций, которые не может выполнить рыночный механизм, берет на себя государство.

В силу перечисленных выше причин абсолютно свободного рынка ни в одной стране нет. Тем не менее, государственное вмешательство в его функционирование имеет определенные границы, за которыми начинается административно-командная экономика, исключающая свободу предпринимательства.

Как уже говорилось, рынок есть сфера существования предпринимателей, без него не будет предпринимателей, а без предпринимателей как самостоятельно хозяйствующих субъектов не может быть развитого рынка. Поэтому все условия и факторы становления цивилизованного развитого рынка являются и условиями становления и развития предпринимательства.

Важнейшим обязательным признаком рынка является его конкурентный характер. Конкуренция представляет собой механизм функционирования предпринимателей, которые взаимодействуют между собой, а также с покупателями. Конкуренция – это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения на соответствующем товарном рынке. Поэтому действующим законодательством запрещается прибегать к недобросовестной конкуренции на рынке, занимать доминирующее положение, осуществлять монополистическую деятельность, устанавливать монопольно высокие или монопольно низкие цены.

1.4. Основные качества предпринимателя

Предприниматель только тогда может добиться успеха, если сумеет своевременно и правильно оценить рыночные возможности с точки зрения целей и ресурсов своей фирмы, производить только необходимые субъектам рынка товары и услуги с меньшими издержками и необходимого качества.

Специалисты утверждают, что 70 % новых фирм прекращают свою деятельность в течение первого года. Основная причина этого явления – отсутствие у их владельцев предпринимательского таланта. Этот талант считается одним из основных ресурсов любой экономики, но обладают им, по разным оценкам, всего 5–10 процентов населения.

Не все люди подходят для предпринимательской деятельности, и большинство в роли наемного работника может достичь гораздо большего успеха, чем в своем деле. Но как понять, есть ли у человека талант предпринимателя, и стоит ли ему открывать свою фирму?

Причины, по которым одни предприниматели успешны в бизнесе, а другие – нет, всегда вызывали интерес у специалистов. И после ряда исследований они выявили три группы факторов, которые в значительной мере влияют на результат будущей деятельности человека, планирующего открыть свое дело:

- деловые навыки;
- личные качества;
- способность приносить необходимые жертвы ради воплощения своего замысла в жизнь.

Какими же деловыми навыками должен обладать человек, чтобы стать успешным предпринимателем?

Во-первых, высокой общеобразовательной и профессиональной подготовкой.

Во-вторых, отраслевым опытом, причем, особенно ценны знания отрасли, приобретенные непосредственно перед созданием нового предприятия.

В-третьих, опытом руководящей работы – ведь приобретенные ранее качества и проверенные способности делают начинающего предпринимателя более подготовленным в отношении разнообразных задач, возникающих при учреждении нового предприятия.

В-четвертых, опытом участия в создании предприятий, который позволяет быстрее распознать и оценить трудности раннего этапа работы, преодолеть или даже избежать их.

Наконец, в-пятых, во всех областях хозяйственного и профессионального общения с людьми, будь то управление персоналом, работа в группе, переговоры с деловыми партнерами или отношения с клиентом, большое значение для обеспечения успеха имеет наличие высокой социальной компетенции. Ее основными составляющими являются коммуникационные способности, контактность, готовность и умение разрешать конфликты, внимание к партнеру, чувство ответственности, эмоциональная устойчивость, мотивационные способности, стремление обучаться, способность к самоанализу, чувство справедливости.

Многие современные исследователи в качестве главной составляющей концептуальной модели предпринимательства используют понятие «предпринимательская позиция», которая определяется тремя параметрами:

1. Принятие риска – готовность взять на себя предпринимательские и хозяйственные риски, что выражается в приоритете очень рискованных проектов с большими шансами на высокую прибыль по сравнению с менее рискованными проектами с небольшими, но вполне гарантированными поступлениями;

2. Превентивная активность – готовность инициировать акции и проекты, на которые конкурент должен обязательно отреагировать. Предприниматель пытается первым, намного опережая своих конкурентов, ввести новые продукты, технологии, услуги, организационные формы и т. п.

3. Инновационность – готовность широко проводить научные исследования, разработки и инновации, при этом неудачи воспринимать как неизбежные издержки риска, а инновационный успех – как вознаграждение.

Сами же предприниматели, как показывают опросы социологов, к числу личностных черт, обеспечивающих им эффективную деятельность в предпринимательстве, относят следующие:

- способность быстро принимать неожиданные решения;
- умение рисковать;
- коммуникативные способности;
- агрессивность характера;
- интуитивные способности;
- умение работать с людьми;
- устойчивость поведенческих и ценностных стратегий в различных ситуациях.

Интересно, что часть предпринимателей считают, что их управлению фирмой мешает излишняя жесткость, а другие, наоборот, придерживались позиции, что их недостатком является психологическая мягкость.

Социологи также отмечают достаточно «спокойное» отношение предпринимателей к своим особенностям характера и высокий уровень самооценки. Многие из предпринимателей считают «полезными» все свои качества, утверждая, что именно они формируют уникальность образа и неожиданно обеспечивают победу.

Предприниматель – это в определенной степени мечтатель. Он привносит энергию в любую человеческую деятельность. Воображение переносит его в будущее. Он – ускоритель изменений. Предприниматель живет будущим, никогда не живет прошлым. Предприниматель – это творческая личность, которая лучше всего справляется с неизвестностью, создает возможности, конструирует гармонию из хаоса. Если менеджер строит дом и вселяется в него на всю жизнь, то предприниматель в момент, когда дом еще не окончен, принимается планировать строительство нового дома.

Занятие предпринимательством требует от человека:

- исключительной самодисциплины и готовности напряженно работать неограниченное время без надежды на немедленное получение доходов;
- отказа от отпуска и постоянной работы по вечерам и выходным дням;
- сокращения времени, уделяемого семье и личным интересам.

Любому человеку, прежде чем принимать решение об открытии своего дела, следует серьезно проанализировать свои способности и возможности и определить, обладает ли он хотя бы половиной качеств, необходимых предпринимателю. В приложении приводятся тесты для более проверки пригодности человека к занятию предпринимательской деятельностью.

1.5. Предприниматель – «созидательный» разрушитель рыночного равновесия

Недостаток всех предыдущих теоретических обоснований предпринимательства состоял в отсутствии понимания процесса действия внутренних механизмов развития экономики. Этот недостаток восполнил Йозеф Шумпетер, который считает, что функциональной сущностью предпринимателя является выявление и использование новой комбинации факторов производства, т. е. реализация нововведений. Нововведение представляет собой новую комбинацию факторов производства, а инновация – это нововведение, востребованное рынком или коммерциализованное нововведение.

Инновации представляют собой результат разрешения противоречия между новыми потребностями и старыми возможностями. Для обоснования теории экономического развития Й. Шумпетеру пришлось ввести в экономический анализ фигуру предпринимателя-новатора. Роль новатора состояла и состоит в поиске и внедрении новых сочетаний различных факторов (ресурсов) производства, дающем возможность извлекать прибыль сверх среднего дохода по данной отрасли.

Что отличает предпринимателя от обыкновенного управляющего? Предприниматели не накопили никаких определенных благ, не создали никаких первичных средств производства, а только по-иному, более целесообразно и выгодно применили уже существующие. Они осуществили новые комбинации. Они – предприниматели, и их прибыль, излишек над всеми обязательствами – это экономическая прибыль (подробно содержание экономической прибыли и порядок ее расчета будут рассмотрены в теме 3).

При этом Й. Шумпетер[11] различает изобретения (открытие новых технологий или методов) и собственно инновации (внедрение изобретений в хозяйственную практику). Он выделил 5 основных типов инноваций:

1. Производство нового товара или услуги или создание нового качества товара;
2. Освоение нового рынка или рыночного сегмента, где ценообразование происходит без учета издержек производства. Цена может настолько превышать издержки, что все трудности, связанные с поисками такого выгодного рынка, с лихвой окупаются;
3. Внедрение новой технологии при производстве товара, а также новый способ коммерческого использования товара либо замена одного товара на аналогичный, но более дешевый;
4. Получение нового источника сырья или полуфабрикатов для производства товара;
5. Организационно-управленческие нововведения и реорганизация предприятия.

Й. Шумпетер отличал прибыль предпринимателя от платы за управление предприятием и премии за риск ведения бизнеса, которые он прямо относил к затратам производства. Он утверждал, что собственно предприниматель никогда не несет риска от внедрения своих инноваций. Если его дело терпит крах, то убытки несет кредитор, владелец капитала, предоставивший ему заем на организацию бизнеса. Даже если предприниматель приобретал факторы производства на собственные средства, то он тоже терпит убытки как кредитор, но не как предприниматель. Единственное, чем действительно рискует предприниматель – своей репутацией.

Погоня предпринимателей за экономической прибылью влечет за собой постоянные нововведения в производстве и является «двигателем» экономического и технического прогресса. В статичном же мире нет места для экономической прибыли: предпринимателя нет, его заменяет управляющий, получающий плату за управление. Он не несет убытков и не получает экономической прибыли. Правда, в условиях статичной экономики есть возможность извлечения монопольной прибыли.

Й. Шумпетер выделил три условия, при которых предприятие в результате внедрения нововведений получает положительную прибыль:

1. Цена при увеличении предложения товара после внедрения нововведения не должна быть ниже цены до внедрения или, по крайней мере, предельный продукт труда должен быть не ниже первоначального;
2. Затраты на «эксплуатацию» нововведения (например, нового станка) не должны превышать затраты на производство того же количества товара до внедрения.
3. То же самое следует сказать и о возможном повышении цен факторов производства в результате внедрения инновации (например, необходимость платить более высокую заработную плату рабочим более высокой квалификации).

Однако, когда один предприниматель вследствие своих инноваций в определенной области начинает получать существенную (экономическую) прибыль, он через некоторое время сталкивается с возрастающей конкуренцией со стороны других производителей, решивших воспользоваться плодами его нововведения, устаревшие предприятия вытесняются с рынка, норма прибыли понижается, и в итоге устанавливается новое равновесие на новом уровне цен, а новатор-предприниматель вынужден искать новые пути извлечения экономической прибыли.

[11] Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития / пер. с нем. В.С. Автономова [и др.] М.: Прогресс 1982, С. 277–307.

Новатор-предприниматель разрушает ровное функционирование рынка, создавая новые способы производства вещей и новые вещи. Исполняя эту роль, он одновременно создает для себя сверхприбыль. До тех пор, пока последователи не приведут цены и издержки в равновесие, новаторы могут получать сверхприбыль.

Когда в наличии имеются технологически возможные прибыльные методы производства и необходимый капитал, то для реального воплощения этих возможностей требуется предпринимательство.

Предпринимательская функция реализуется в ситуации нетипичной по отношению к прошлому опыту в условиях уникальной неопределенности и конечной ответственности предпринимателя.

1.6. Предпринимательский менеджмент: понятие, сущность, содержание

Предпринимательский менеджмент следует рассматривать как сложную и многоплановую категорию. Во-первых, предпринимательский менеджмент представляет собой систему общественных отношений, прежде всего экономических, по поводу форм, методов, условий, принципов организации предпринимательской деятельности, важнейшими элементами которой являются: идея – решение – результат.

Во-вторых, предпринимательский менеджмент – это наука, изучающая предпринимательскую деятельность с точки зрения ее организации, форм, методов, условий и эффективности осуществления.

В-третьих, под предпринимательским менеджментом понимается управленческая деятельность по использованию инвестиций в форме реализации инновационных бизнес-проектов с целью обеспечения высокой доходности вложенных средств на основе максимального удовлетворения потребительских нужд, существующих в форме рыночного спроса.

Среди основных задач предпринимательского менеджмента как вида управленческой деятельности можно выделить следующие:

1. Развитие стратегии конкурентных преимуществ предпринимательской единицы;
2. Оценка конкурентных преимуществ у других;
3. Выявление возможностей повышения потребительских предпочтений населения и производителей;
4. Эффективное формирование бизнес-портфелей;
5. Рациональный подбор и расстановка кадров;
6. Расширение информационной базы.

Предпринимательский менеджмент включает в себя предпринимательский тип организационной структуры, в рамках которой действуют предпринимательские подразделения, а также предпринимательский стиль и культуру управления, т. е. особую расстановку приоритетов в функциях управления.

К особенностям предпринимательского стиля управления можно отнести:

1. приоритетность предвидения и стратегического видения по отношению к систематическому планированию;
2. рассмотрение функции организации как особого вида деятельности, требующего больших усилий, направленных на реализацию новых идей;
3. направленность системы стимулов на поощрение инициативы;
4. особую значимость информации.

Сравнительный анализ культуры традиционного предприятия и предприятия предпринимательского типа показывает, что во-первых, культура традиционного предприятия характеризуется проявлением консерватизма и его поощрением. Каждый руководитель старается не брать на себя окончательного решения вопроса. Персонал традиционного предприятия руководствуется принципом «жди инструкции сверху и следуй им».

На предприятиях предпринимательского типа пропагандируют, поощряют выдвижение идей, предложений, поиск новых решений, экспериментирование независимо от основной сферы деятельности.

Во-вторых, традиционные предприятия имеют жесткую иерархическую структуру управления, действующую на основе иерархического соподчинения; системы отчетности, набора инструкций, регламентирующих деятельность (производственный процесс) в организации; системы контроля, реагирующей на отклонения от сложившегося порядка и системы наказания за эти отклонения

Для предприятий предпринимательского типа характерна горизонтальная гибкая, разветвленная структура, которая позволяет разрабатывать общие целевые установки, сплачивающие людей, обеспечивает сочетание личных интересов с интересами фирмы.

В-третьих, на традиционных предприятиях возможности самореализации личности ограничены. На предприятиях предпринимательского типа представляются условия для реализации потребностей и возможностей личности на основе внутреннего предпринимательства.

1.7. Внутреннее предпринимательство

Предприятие представляет собой открытую систему, имеющую внутреннюю структуру и взаимодействующую с внешней средой. Под воздействием внешней среды неизбежна трансформация предприятия как системы. Эта трансформация может осуществляться как за счет изменения организационно-технических параметров предприятия, так и за счет создания им новых предпринимательских структур и дочерних предприятий.

Создание действующими предприятиями предпринимательских структур следует рассматривать как предпринимательство предприятий, по американской терминологии – «интрапренерство», или внутреннее предпринимательство.

Очевидно, ключевая цель интрапренерства состоит в повышении эффективности функционирования предприятий за счет:

- максимального использования ресурсов предприятия;
- активизации и использования творческого потенциала сотрудников;
- оперативной реакции на изменения потребностей рынка;
- быстрой реализации всевозможных нововведений (технических, организационных и т. п.) или их отработки;
- создания основы для расширения и совершенствования производства.

Необходимые условия для развития предпринимательства предприятий приведены на рис. 3. Весьма важно иметь в наличии ресурсные и организационные возможности, а также сформировать соответствующую идеологию руководства предприятия, выражающуюся в желании утверждать предпринимательскую культуру и предпринимательский стиль управления.

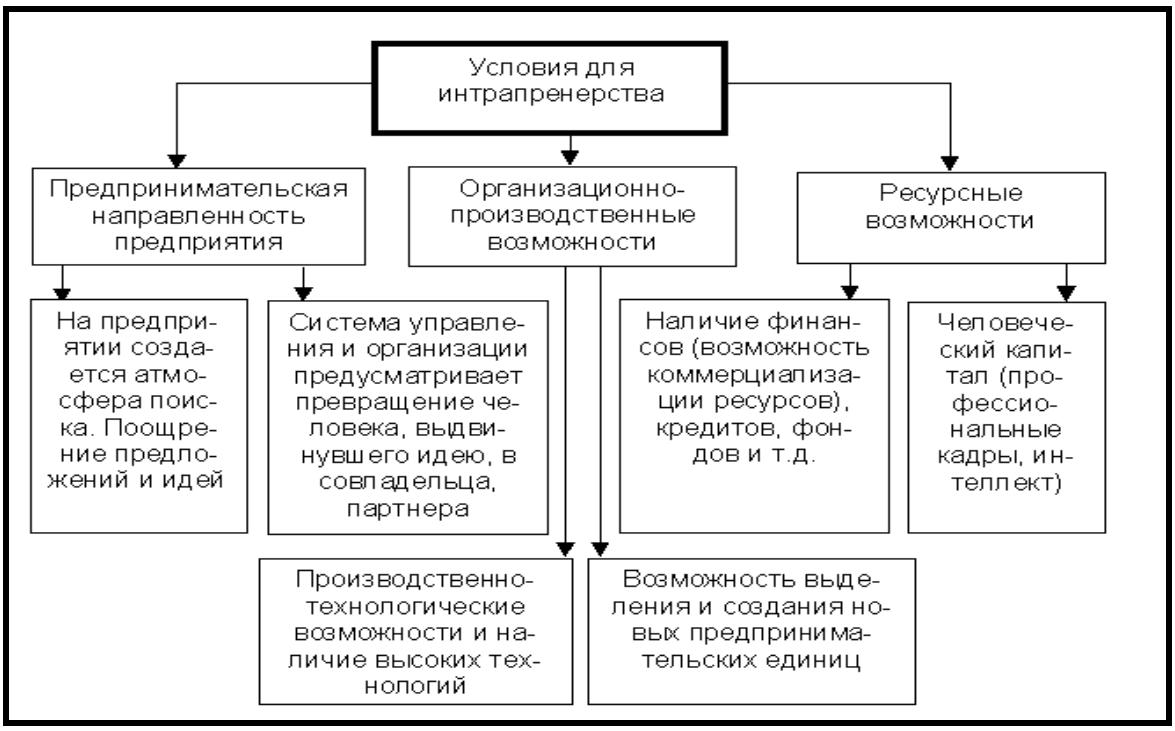


Рис. 3. Условия развития интрапренерства

Создание предприятия предпринимательского типа осуществляется, как правило, путем реализации ряда последовательных шагов, связанных с анализом условий развития интрапренерства и принятием соответствующих решений конечной целью которых и является создание предприятия, действующего на принципах интрапренерства (см. рис. 4).

Организационной основой развития предпринимательства предприятия на основе создания дочерних малых предприятий является:

- гибкая производственная и управленческая структура предприятия;
- кадровая политика, формирующая персонал предприятия, обладающий большим творческим потенциалом;
- предпринимательский тип культуры;
- система мотивации, направленная на стимулирование новаторства, творчества.

Основные направления развития предпринимательства на базе создания дочерних малых предприятий следующие:

во-первых, это выделение дочерних малых предприятий из состава базовых при наличии резервов производственных мощностей;

во-вторых, это частичное новообразование дочерних малых предприятий при наличии у базового предприятия резерва производственных площадей и оборудования;

в-третьих, это новообразование дочерних малых предприятий на основе ресурсов базового предприятия: людских, финансовых, сырьевых и ноу-хау;

в-четвертых, это покупка и трансформация предприятий.

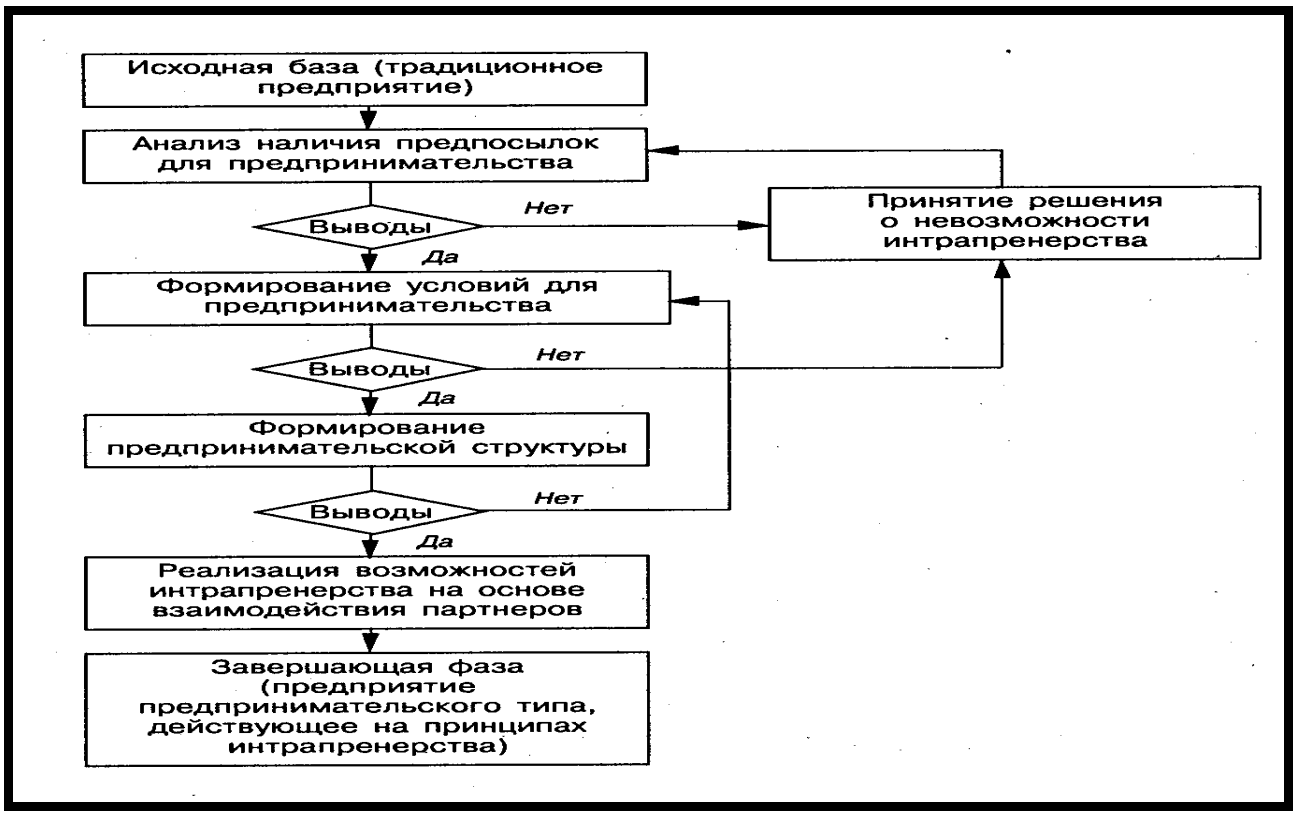


Рис. 4. Укрупненный алгоритм развития интрапренерства

Предпринимательство предприятий позволяет получить следующие преимущества:

введение в экономический оборот ранее не использовавшихся или не в полной мере использовавшихся ресурсов (отходов) базовых предприятий;

получение средств базовыми предприятиями от создания малых предприятий для решения их экономических проблем, инновационной деятельности и развития производства.

К сожалению, интрапренерство не лишено недостатков, которые выражаются в создании условий для злоупотреблений руководства базовых предприятий при создании и функционировании малых предприятий. Нередко малые предприятия используются руководителями базовых предприятий для перераспределения денежных потоков и прибыли, незаконного обогащения должностных лиц и их родственников и т.д. Это приводит к снижению эффективности развития базовых предприятий, их банкротству.

К нерешенным проблемам интрапренерства в нашей стране необходимо также отнести отсутствие научно-методической базы развития предпринимательства предприятий.

ТЕМА 2. Организационно-экономические основы предпринимательства

2.1. Классификация видов предпринимательской деятельности

Классификация предпринимательской деятельности может осуществляться по различным основаниям. Наиболее общим из них является направленность деятельности, объект приложения капитала и получения конечных результатов. По этому признаку различают следующие большие виды предпринимательской деятельности: производственную, коммерческую, финансовую и консультационную. В свою очередь указанные виды делятся на соответствующие подвиды (рис. 5).

По форме собственности предпринимательство может быть разделено на частное и государственное, а также находящееся в собственности общественных объединений (организаций). По белорусскому законодательству собственность общественных организаций относится к частной форме. При этом государство не должно устанавливать ограничения

или преимущества в осуществлении прав собственности в зависимости от нахождения имущества в частной, государственной или собственности общественных объединений (организаций).

По количеству собственников предпринимательская деятельность может быть индивидуальной и коллективной. При индивидуальном предпринимательстве собственность принадлежит одному физическому лицу. Коллективная собственность – это собственность, принадлежащая одновременно нескольким субъектам с определением долей каждого из них (долевая собственность) или без определения долей (совместная собственность). Владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в коллективной собственности, осуществляются по соглашению всех собственников.

По объемным характеристикам, как правило, выделяют три вида предпринимательских структур: крупные, средние и малые предприятия. Общепринятого определения понятия малой предпринимательской структуры пока не существует. Отнесение той или иной фирмы к этой категории осуществляется по числу работающих или объему оборота (в некоторых странах, например в США, используется комбинированный метод классификации).

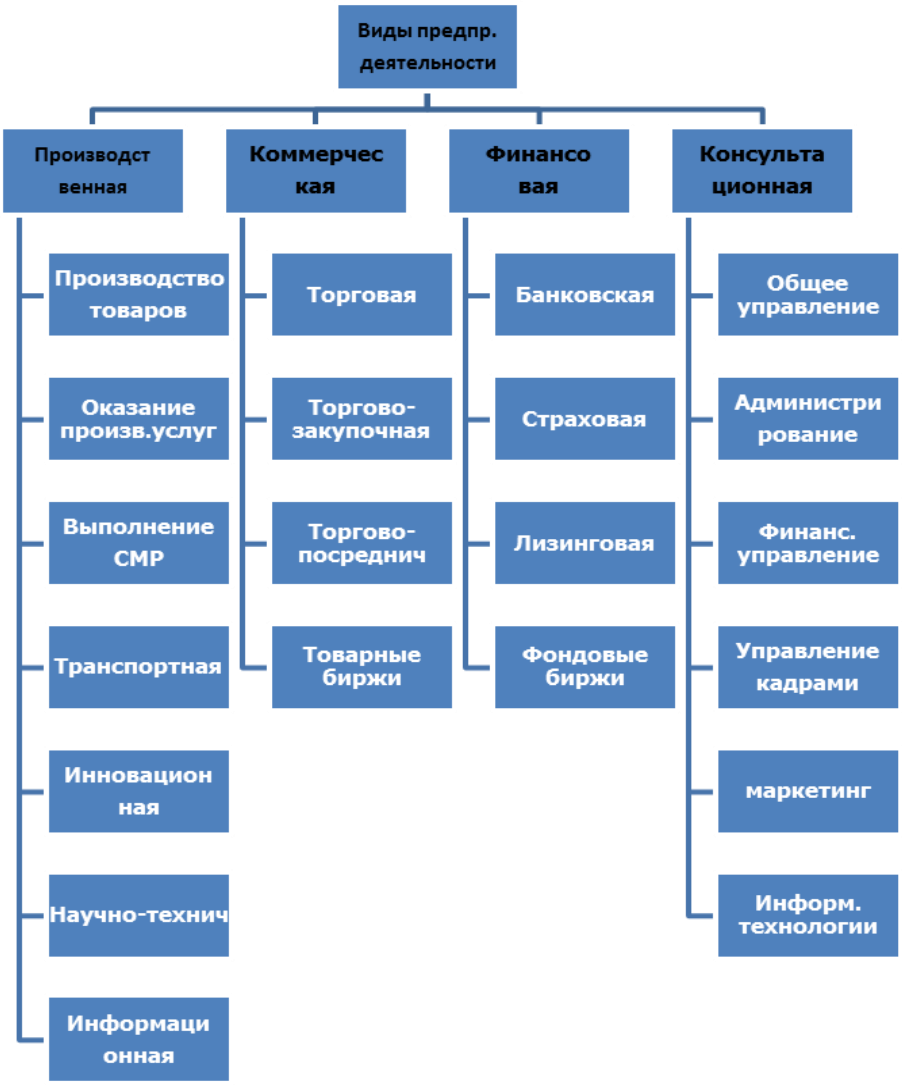


Рис. 5. Виды предпринимательской деятельности

Во Франции, например, к малым (во французской терминологии – к мелким) предпринимательским структурам относятся фирмы с численностью занятых до 9 человек. На

долю таких малых структур приходится 90 % от общего числа предприятий и 20 % от общей численности занятых в стране.

В Германии в отношении малого бизнеса считают, что обширная и разветвленная сеть предприятий небольшого размера образует систему пружин, обеспечивающих функционирование эластичной, дееспособной экономической системы в целом. Политики этой страны подчеркивают, что любой мелкий предприниматель, вплоть до самого последнего самостоятельного ремесленника или розничного торговца, является в ряде случаев более убедительным гарантом свободного строя, нежели находящийся в руководстве крупного предприятия высокооплачиваемый менеджер, которого можно не только использовать в различных общественных системах, но и в любое время заменить.

Что касается Беларуси, то Указом № 255 от 21 мая 2009 г. «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»[12] к субъектам малого предпринимательства отнесены индивидуальные предприниматели, зарегистрированные в Республике Беларусь; микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно; малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно.

2.2. Микро- и макросреда предпринимательства

Для успешного развития предпринимательства важное значение имеют условия, создающие благоприятный климат для возникновения и жизнедеятельности предпринимательских единиц. Предпринимательская среда – общественная экономическая ситуация, включающая в себя степень экономической свободы, а также наличие предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов.

Предпринимательская среда состоит из микро- и макросреды. Микросреда представляет собой совокупность сил ближайшего окружения (рис. 6) и внутренней среды (рис. 7) предпринимательской единицы. Поскольку предприятие определяется как система, где ресурсы объединяются вместе для получения продукта, ближайшее окружение предприятия состоит из потребителей, поставщиков, рабочей силы, финансовых институтов, конкурентов и инвесторов. Эти группы контактируют с предприятием (в разных смыслах) непосредственно и наиболее часто и образуют среду ближайшего окружения, которая вместе с внутренней средой составляет микросреду предпринимательства.

Рассмотрим среду ближайшего окружения. Схематично ее можно изобразить следующим образом:

[12] «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»: Указ Президента Республики Беларусь № 255 от 21 мая 2009 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2009. № 131, 1/10713.

Рис. 6. Среда ближайшего окружения

Поставщики принимают участие в процессе материально-технического обеспечения предприятия. Влияние поставщиков на предпринимательскую единицу осуществляется через цены на материальные ресурсы, качество поставляемых товаров, услуг и сырья, договорные условия.

Конкуренты оказывают одно из самых сильных влияний на процесс принятия предпринимательских решений, поскольку достижение конкурентоспособности фирмы служит показателем эффективности деятельности предпринимателя.

Потребители – непосредственные покупатели продукции и конечные потребители, диктующие свои интересы к свойствам производимой продукции.

К силам микросреды фирмы относятся также «контактные аудитории», которые оказывают влияние на принятие предпринимательских решений из-за наличия различного рода интересов к деятельности фирмы. В группу «контактных аудиторий» входят:

средства массовой информации (рекламные агентства, газеты, журналы, станции радио- и телевещания);

государственные учреждения, занимающиеся надзором и регулированием производственной деятельности, а также те государственные учреждения, деятельность которых может как-либо отразиться на деятельности фирмы;

общественные организации, гражданские группы общественного мнения и др.;

местные контактные аудитории (общины, религиозные организации и др.).

Рис. 7. Внутренняя среда предпринимательской единицы

Внутренняя среда предпринимательской единицы представлена функциональными областями, универсальными для всех типов фирм. В фирме, принадлежащей одному предпринимателю, все функции выполняются одним лицом, в больших организациях они разделены.

В состав функциональных областей входят:

1. кадровая служба, которая обеспечивает фирму рабочей силой;

2. финансы и бухгалтерский учет. Бухгалтерский учет обеспечивает сбор, обработку и анализ данных, финансы – управление средствами в плане их увеличения и эффективного расходования;

3. материально-техническое снабжение организует процесс поставок и обслуживания производственной системы всеми ресурсами, кроме людских;

4. сбыт и распространение продукции означает доведение товаров и услуг до потребителей.

5. производственная функция – обеспечение процесса изготовления товара (предоставления услуги), принятие решений в сфере технологий, календарного планирования производства и запасов, контроля качества и других задач оперативно-производственным управлением;

6. маркетинг – деятельность по выявлению и удовлетворению потребностей (желаний потребителя), которая обеспечивает принятие рыночно ориентированных решений, в том числе в долгосрочном плане.

Макросреда – состоит из сред или условий, воздействующих на предпринимательскую единицу опосредованно. Среди них: экономические, политические, социальные, юридические, технологические и другие условия.

Экономическая среда – это доходы населения, курс валют, инфляция, налогообложение и др.

Рис. 8. Макросреда предпринимательства

Политическая среда проявляется в роли государства как законодателя, которая тесно связана с уровнем политической стабильности и настроением законодателей по отношению к предпринимательству. Государство выступает также как регулятор развития предпринимательства через установление субсидий, налоговых льгот и т. д.

Социальная среда включает: демографические факторы, стиль жизни, привычки и ценности, этические и религиозные основы общества, социально-экономические группы.

Юридическая среда проявляется через формирование определенных юридических рамок, включающих права и обязанности предпринимателя (трудовое, гражданское, потребительское экологическое право, монопольное законодательство, право собственности и т.д.).

Технологическая среда может создавать для предпринимательских единиц как дополнительные возможности и преимущества, так и ограничения посредством влияния уровня технологии на структуру и профессиональный уровень персонала.

Основным показателем благополучия предпринимательской среды служит число вновь появляющихся (в течение определенного периода) самостоятельных (независимых) предприятий.

Формирование предпринимательской среды – процесс управляемый. Методы управления таким процессом, однако, не могут носить административного или директивного характера. В основе управления процессом формирования предпринимательской среды должна быть разработка и реализация мер, связанных с конструированием благоприятных условий для появления и быстрого становления предпринимательских единиц.

Формирование предпринимательской среды – явление много аспектное. Оно включает в себя следующие элементы:

- корректировку концепции социально-экономического развития страны;
- изменение национальной общественной психологии в соответствии с принимаемой концепцией развития страны;
- принятие национальной программы стимулирования предпринимательства с акцентом на создание адекватной предпринимательской инфраструктуры, т. е. всех тех институтов, без которых немыслимо развитие предпринимательства.

Формирование предпринимательской среды – проблема не только национальная, но и международная. В рамках замкнутых межгосударственных группировок (например, Европейского союза) происходит процесс создания единого предпринимательского пространства, т. е. условия для осуществления предпринимательских функций становятся во всех этих странах все более схожими.

Весьма актуальной для Беларуси остается проблема ее включения в европейское и мировое предпринимательское пространство. Только в случае такого включения может приостановиться процесс "утечки" белорусского капитала, в первую очередь человеческого, за рубеж.

2.3. Инфраструктура предпринимательства

Инфраструктура предпринимательства – совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных, коммерческих организаций, непосредственно обеспечивающая нормальные условия жизнедеятельности (оперативное оказание услуг) и процесс воспроизводства предпринимательства в целом. К объектам инфраструктуры поддержки предпринимательства можно отнести:

- республиканские и местные органы власти;
- специализированные государственные структуры;
- агентства по поддержке предпринимательства;
- бизнес-школы;
- бизнес-инкубаторы,
- бизнес-центры;
- технопарки
- аудиторские и консалтинговые фирмы;
- банки;
- лизинговые компании;

- страховые компании;
- фонды финансовой поддержки предпринимательства;
- организации микрофинансирования и структуры, специализирующиеся на оказании иных финансовых услуг субъектам малого предпринимательства;
- общественные объединения предпринимателей
- торгово-промышленные палаты;
- консалтинговые фирмы, оказывающие разного рода услуги предпринимателям;
- образовательные структуры, осуществляющие повышение квалификации предпринимателей и обучение персонала предприятий;
- информационные агентства и специализированные печатные издания;

Этот перечень далеко не полный, и функции объектов инфраструктуры нередко дублируются, что, впрочем, не мешает им успешно развиваться. Сегодня спрос на бизнес-услуги со стороны предпринимателей растет. Руководители малых предприятий и предприниматели все более высоко оценивают не только доступ к финансовым ресурсам, но и важность обучения, повышения квалификации, профессиональных знаний в области права и финансов и многие другие преимущества, которые дает взаимодействие с объектами инфраструктуры поддержки предпринимательства

Остановимся подробнее на самых распространенных объектах инфраструктуры предпринимательства. Они часто имеют различные названия: "бизнес-центры", "школы предпринимателей", "технопарки", "бизнес-инкубаторы", "агентства", "учебно-деловые центры", "фонды поддержки" и другие. На практике бизнес-инкубатор может ничем не отличаться от технопарка, а бизнес-центр - от школы менеджеров.

Так, бизнес-школами называются структуры, осуществляющие подготовку, переподготовку и повышение квалификации предпринимателей, руководителей и персонал малых предприятий (бухгалтеров, финансовых директоров, маркетологов и др.), государственных служащих, работающих в структурах, отвечающих за развитие предпринимательства, а также учащихся старших классов, граждан, желающих создать собственное дело, в том числе безработных. Эти структуры могут называться иначе: школы управления, образовательные центры, школы предпринимателей и т.п., однако суть от этого не меняется. Бизнес-школы осуществляют обучение путем организации и проведения краткосрочных семинаров. Как правило, это негосударственные образовательные учреждения, зачастую создаваемые на базе вузов, техникумов, различных структур поддержки малого предпринимательства.

Агентства поддержки малого предпринимательства, по существу, являются консалтинговыми фирмами, оказывающими широкий спектр услуг малым предприятиям в регистрации, обучении персонала, получении инвестиций и др. Агентства поддержки малого предпринимательства впервые появились в Англии в период экономической депрессии 50-60 годов.

Фонды и центры поддержки малого предпринимательства проводят отбор, экспертизу предпринимательских проектов и их финансирование, контролируют использование финансовых ресурсов, формируют информационную базу предпринимательских проектов.

Технопарки представляют собой структуры, создаваемые в основном на базе высших учебных заведений с целью использования научного потенциала этих вузов и коммерциализации разработанных технологий через создание и развитие размещающихся на территории технопарка малых инновационных предприятий. Чаще технопарки создаются в крупных университетских центрах. Их создание и поддержка требует значительных стартовых средств.

Инновационно-технологические центры создаются, как правило, на базе научно-исследовательских институтов и центров. Их цели сходны с целями технопарков, с той лишь разницей, что в инновационно-технологических центрах уделяют больше внимания

коммерциализации и трансферту технологий, и не столько малым предприятиям, сколько крупным предприятиям, способным реализовать данные технологии.

К бизнес-инкубаторам относятся структуры, размещающие на льготных условиях специально отобранные малые предприятия на своих площадях и оказывающие им консалтинговые, образовательные и офисные услуги. Бизнес-инкубаторы могут действовать как самостоятельные структуры, так и в составе технопарков, техноцентров и др. Термин "бизнес-инкубатор" впервые появился в Америке.

Бизнес-центры оказывают, как правило, сервисные услуги предпринимателям и бизнесменам. Очень часто они создаются при гостиницах, торговых центрах для обслуживания клиентов. Бизнес-центры на платной основе предоставляют помещения для переговоров, средства связи, компьютерную и оргтехнику. Некоторые бизнес-центры сдают в аренду офисные помещения. В отличие от бизнес-инкубаторов, бизнес-центры оказывают услуги физическим лицам и по коммерческим расценкам.

2.4. Государственное регулирование предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой

Государственная поддержка предполагает выработку определенной экономической политики в области предпринимательства в масштабе страны и отдельных регионов, маневрирование материальными и финансовыми ресурсами (их доступностью, ценами и т. п.), осуществление налоговой и таможенной политики, функционирование организационного механизма развития предпринимательства и т. д. с целью получения желаемых результатов состояния бизнеса.

По сути, речь идет о создании механизма регулирования предпринимательства, который представляет собой совокупность форм, методов и средств, с помощью которых государственные органы управления, региональные и местные органы власти оказывают воздействие на предпринимательскую среду с целью получения желаемых результатов развития предпринимательства.

Основные методы регулирования предпринимательства по видам воздействия делятся на экономические, управленческие, организационные и социально-психологические (рис. 9).

Рис. 9. Методы госрегулирования предпринимательства

По объектам, на которые направлены методы госрегулирования, т. е. по элементам внешней предпринимательской среды, они делятся на:

- методы воздействия на ресурсную базу предпринимательства с целью ее расширения;

• методы воздействия, связанные с формированием и активизацией потенциального рынка товаров (услуг), произведенных предпринимателями;

• методы воздействия на условия предпринимательской деятельности с целью нейтрализации влияния факторов, неблагоприятных для развития предпринимательства;

• методы воздействия на инфраструктуру предпринимательства с целью обеспечения ее комплексности и эффективности.

Методы можно классифицировать также по целевой направленности (достижение конкретных экономических, социальных целей – например, развитие села, трудоустройство бывших военнослужащих и т. д.), по скорости их воздействия на объект предпринимательства (по быстроте получения результата), эффект от которого проявляется либо сразу, либо постепенно, либо в будущем и т. п. Так, запрещение или разрешение каких-либо видов предпринимательства, решение государства о повышении или снижении налога и т. д. сразу отражаются на предпринимательской деятельности.

Типичные трудности, с которыми сталкивается начинающий предприниматель, следующие:

• недостаток стартового капитала,

• отсутствие четкого бизнес-плана,

• незнание законов, рыночной конъюнктуры и т. д.

Суть правительственной (государственной) поддержки сводится чаще всего к выработке конкретных мер по трем направлениям:

1) консультационное сопровождение создания и функционирования вновь созданных фирм на начальном этапе (1-3 года с момента образования);

2) оказание определенной финансовой поддержки вновь создаваемой структуре или предоставление такой структуре определенных льгот (обычно в сфере налогообложения);

3) оказание технической, научно-технической или технологической помощи маломощным в финансовом отношении предпринимательским структурам.

В развитых странах начинающим предпринимателям государство оказывает как финансовую, так и консультативную помощь в создании малых предприятий, организует их обучение.

Все государства, используя различные рычаги, помогают малому и среднему бизнесу получить доступ к источникам финансирования. Некоторые страны (Великобритания, Нидерланды и др.) основное внимание уделят обеспечению гарантий займа.

Однако в большинстве государств Запада создаются особые резервы для поддержки малого и среднего бизнеса, которые используются для предоставления инвестиций субсидий, льготных займов, а также фискальных льгот и дотаций.

Все государства смягчают налоговое бремя для малого и среднего предпринимательства. Например, в Великобритании наряду со снижением ставки налога на доходы мелких фирм сокращен налог на инвестиции в новые сферы малого бизнеса, особенно, связанные с высокой степенью риска.

В Дании, например, за безработным, пожелавшим открыть собственное дело, в течение стартовых 3,5 лет сохраняется пособие по безработице.

В Германии основателям новых малых фирм предоставляются кредиты на срок до 20 лет. Кроме этого правительство из бюджета выделяет средства на создание новых мелких предприятий. Работа по субподряду позволяет малым фирмам получать доступ к технологическим «ноу-хау» больших корпораций.

Некоторые особенности имеет организация предпринимательской деятельности в США. Здесь капитал объединен в предпринимательские ассоциации, наиболее распространенными видами которых являются отраслевые. Ассоциации помогают компаниям (отдельным бизнесменам, корпорациям, фирмам) в составлении финансовых отчетов, планировании бюджета; они изучают процессы ценообразования, исследуют рыночную конъюнктуру, ищут новые пути повышения эффективности коммерческой рекламы.

Основной, стартовой площадкой последующего развития фирмы служит единоличная компания, частнопредпринимательская фирма – классическая форма предпринимательства. Широкое развитие в США получил франчайзинг, основная цель которого – широкое использование финансовых, материальных, информационных и людских ресурсов для развития малого бизнеса.

В Японии мелкие и средние предприятия составляют подавляющую часть всех частных фирм обрабатывающих отраслей промышленности. Здесь широко применяется подрядная система оплаты труда. Финансируют малые и средние предприятия главным образом социальные кредитные кооперативы. Следует отметить высокую эффективность и рациональность японской системы управления производством. Она сочетает в себе развитие предпринимательства, высокую прибыльность с заботой о работниках.

По всем важнейшим показателям в Японии доминирует групповой предприниматель в лице всего коллектива. У японских управляющих и других работников очень высока степень идентификации со своей фирмой. Представляясь незнакомцу, японец, прежде всего, называет компанию, где он служит, а потом уж свое имя. Исторически сложившийся в японском обществе культ труда и неформальный, слабо регламентированный характер отношений между начальником и подчиненным способствовал высокой степени развития в японских корпорациях предпринимательства в групповой форме. При этом важные предпринимательские решения (например, о производстве нового продукта) всегда принимаются высшими управляющими, но при обязательном реальном участии в подготовке этих решений руководителями среднего звена и рядовыми работниками.

Во многих развитых странах для поддержки малого бизнеса используются следующие меры экономической и бюджетной политики:

- включение затрат на НИОКР частного сектора в себестоимость продукции;
- списание значительной части научного оборудования по ускоренным нормам амортизации;
- применение системы адресных налоговых льгот, нацеленных на постоянное наращивание объема научных расходов в крупных корпорациях, привлечение мелкого и среднего бизнеса к инновационной деятельности в сфере новых технологий;
- льготное кредитование научных разработок и долевое финансирование крупных проектов;
- безвозмездная передача или предоставление на льготных условиях государственного имущества или земли для организации инновационных предприятий (в первую очередь для мелкого и среднего бизнеса, а также для создания научной инфраструктуры в регионах).

Дополнительными формами участия государства в развитии малого предпринимательства, не требующими значительного бюджетного финансирования, могут быть:

- упрощение процедуры регистрации малых предприятий;
- развитие институциональной инфраструктуры поддержки малых предприятий;
- повышение уровня предпринимательской и управленческой квалификации;
- оказание юридических, информационно-маркетинговых услуг;
- обеспечение доступа к венчурному финансированию;
- координация сотрудничества малых предприятий путем организации различных ярмарок, выставок и т. д.

Экономический опыт развитых стран показывает, что объектом особого государственного внимания становится инновационное предпринимательство. Ключевыми направлениями стимулирования развития инновационного предпринимательства, являются:

- организационно-правовое обеспечение инновационного предпринимательства;
- государственная налоговая политика;
- целенаправленная финансовая политика;

- организация информационно-консультационных услуг;
- техническая помощь инновационным предприятиям.

Организационно-правовое обеспечение инновационного предпринимательства включает следующий комплекс мероприятий:

- создание нормативно-правовых условий для реализации различных форм инновационного предпринимательства (по формам собственности, организационным формам и видам деятельности);
- создание условий для различных видов сотрудничества в области инновационной деятельности, содействие внешнеэкономической деятельности инновационных предприятий;
- проведение патентной политики, поддерживающей инновационную деятельность, развитие международного сотрудничества в области стандартизации и сертификации продукции;
- содействие формированию инновационных отраслей в промышленности путем целенаправленной разработки и реализации государственных научно-технических программ;
- формирование инновационной инфраструктуры.

Государственная налоговая политика обеспечивает налоговое стимулирование разработки и введения инноваций, активизацию производственной деятельности.

Организация информационно-консультационных услуг предполагает создание единого информационного пространства в национальной экономике, обеспечивающего доступ к маркетинговой, научно-технической, патентной, экономической, законодательной информации в национальном и мировом масштабе, предоставление информации о зарубежных рынках.

Техническая помощь включает различные формы научно-технического сотрудничества с инновационными предприятиями на стадии прикладных разработок при внедрении результатов научно-технической деятельности.

2.5. Формы и механизмы поддержки предпринимательства в Республике Беларусь

Массовое возникновение малых предприятий началось в Беларуси в начале 1990-х годов на волне либерализации экономических отношений. Этапами становления негосударственного сектора экономики были кооперативы, малые предприятия, вещевые рынки на стадионах, коммерческие киоски. Для организационной поддержки предпринимательства образовывались предпринимательские союзы.

Государственная власть не осталась в стороне от этого процесса. Основными нормативными документами, регулирующими развитие негосударственных, в том числе малых предприятий, стали: Гражданский кодекс Республики Беларусь; Инвестиционный кодекс Республики Беларусь. Закон Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства»; Директива № 4 от 31 декабря 2010 г. "О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь, Декрет Президента Республики Беларусь 16 января 2009 г. N 1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования)», Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. N 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»; Программа государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2013 – 2015 годы, ряд ведомственных решений и программ по данному направлению.

Экономическая либерализация последних лет способствовала довольно интенсивному росту числа малых предприятий и их влияния на развитие экономики страны. Удельный вес малых предприятий Республики Беларусь в основных экономических показателях, а также основные результаты их деятельности приведены в табл. 1.

Таблица 1[13]

Удельный вес малых предприятий в Республике Беларусь

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Валовой внутренний продукт	7,9	8,8	8,3	9,3	11,4	12,3	15,7
Объем промышленного производства	7,0	7,3	7,6	8,2	9,2	9,4	11,8
Инвестиции в основной капитал	6,9	7,1	10,6	13,1	23,9	27,0	25,9
Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг	21,2	22,8	18,1	20,7	28,3	27,8	29,4
Внешнеторговый оборот	21,3	23,9	15,2	16,7	30,5	33,7	29,6
Экспорт товаров	13,3	15,3	7,2	7,9	34,3	38,9	33,9
Импорт товаров	29,1	31,6	22,0	24,1	27,6	30,0	25,8

Особенно заметно усиление внимания государственных органов к развитию малого предпринимательства в последние годы. Так, с 1 февраля 2009 г. введен заявительный принцип регистрации субъектов хозяйствования, сокращен перечень документов, необходимых для регистрации, существенно сокращен срок их рассмотрения регистрирующими органами.

Предприниматели при соблюдении необходимых условий имеют возможность переходить на применение упрощенной системы налогообложения.

В Республике Беларусь, как и во многих других странах, имеются кредитные схемы для предпринимателей. Государственным институтом финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства является Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей (БФФПП), который работает на финансовом рынке услуг с января 1992 года. Фонд осуществляет свою деятельность в соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 18 марта 1998 г. № 136[14], которым утверждено положение о нем.

Механизмами реализации финансовой поддержки малого предпринимательства в БФФПП являются выдача кредита/микрокредита и лизинг. Перечень документов, необходимых для получения финансовой поддержки, достаточно внушительный:

заявление на получение кредита/микрокредита по установленной форме;

технико-экономическое обоснование возврата кредит/микрокредита;

копии договоров (контрактов) или других документов в подтверждение кредитуемой сделки;

копии учредительных документов, документ о регистрации;

годовой бухгалтерский баланс со всеми приложениями к нему с отметкой налоговой инспекции и бухгалтерский баланс на первое число месяца, следующего за отчетным, с приложением по форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках»;

документы, подтверждающие полномочия руководителя на заключение договоров (контракт с руководителем, протокол собрания учредителей о предоставлении полномочий руководителю и т. п.);

письмо банка об открытии счета с указанием лиц, имеющих право первой и второй подписи финансовых документов; о дебетовых и кредитовых оборотах за последний ме-

[13] Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Электронный ресурс). – Минск 2013 – режим доступа http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/small_annual1.php. - Дата доступа: 15.09.2013

[14] О Белорусском фонде финансовой поддержки предпринимателей: Указ Президента Республики Беларусь от 18 марта 1998 г. N 136, // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 23 февраля 2001 г. N 1/2330

сяц; о претензиях по неоплаченным счетам поставщиков; просроченной задолженности по ссудам;

кредитная история предприятия (указывается банк кредитор, сумма полученного кредита, форма его обеспечения, срок погашения);

документы по обеспечению кредитных обязательств;

паспорт лица, уполномоченного подписывать договоры.

При выдаче долгосрочных кредитов, помимо указанных документов, представляются бизнес-план, включающий расчет экономической эффективности и окупаемости кредитуемого проекта, другие документы в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Перечень предоставляемых документов для получения кредита индивидуальным предпринимателем определяется Коллегией исполнительной дирекции фонда. По усмотрению фонда могут быть получены и другие документы, не вошедшие в данный перечень.

Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей предоставляет также гарантии для обеспечения исполнения обязательств по льготным кредитам, выдаваемым банками Республики Беларусь субъектам малого предпринимательства. Льготными кредитами являются кредиты, предоставляемые в соответствии Положением об оказании государственной финансовой поддержки субъектам малого предпринимательства за счет средств, предусмотренных в программах государственной поддержки малого предпринимательства. При этом размер гарантии не должен превышать более 70 процентов от размера кредита. За предоставление гарантии взимается плата в размере 5 % от размера гарантии. Срок действия гарантии – до 3 лет.

Действенным и вполне эффективным инструментом финансовой поддержки развития малого бизнеса и стимулирования предпринимательской активности населения является созданный в соответствии с законодательством о занятости[15] Государственный фонд содействия занятости. Средства фонда включаются в состав республиканского бюджета. Сумма доходов и сумма расходов на очередной год устанавливаются законом Республики Беларусь о бюджете Республики Беларусь на очередной год. Основная часть средств направляется на финансирование мероприятий, связанных с реализацией активных мер государственной политики занятости – создание новых рабочих мест, оказание финансовой поддержки безработным гражданам для осуществления предпринимательской деятельности, организация профессионального обучения безработных. Из средств фонда действующим субъектам предпринимательской инициативы может оказываться финансовая поддержка в виде ***беспроцентного возвратного кредита*** для создания дополнительных рабочих мест.

Очевидно, белорусская экономика находится на этапе реформирования. Специфика переходного периода состоит в настоятельной необходимости формирования «здоровой» рыночной психологии, определяющей предпринимательский тип поведения производителей.

Поскольку предпринимательство основано на стремлении по-новому, творчески использовать рыночные возможности, чтобы произвести продукцию, купить или продать, получив при этом большую выгоду, чем другие, так называемая «здоровая» рыночная психология заключается в том, что стремление к максимальной выгоде согласуется со стремлением максимального удовлетворения запросов потребителей (требований рынка) и эффективным использованием необходимых для этого ресурсов.

В переходной белорусской экономике условия для формирования соответствующей рыночной психологии создаются постепенно и неравномерно, что и обусловливает проблему формирования у субъектов хозяйствования истинно предпринимательского поведения.

---

[15] О занятости населения Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь от 15 июня 2006 г. N 125-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 19 июня 2006 г. N 2/1222

Очевидно, политика развития предпринимательства должна совершенствоваться и ориентироваться на развитие конкурентоспособности национальных предприятий; создание новых рабочих мест; экономический рост малого предпринимательства; привлечение иностранных инвестиций; инновационную деятельность; формирование инфраструктуры поддержки малого предпринимательства; трансферт технологий.

ТЕМА 3. Предпринимательство как процесс

3.1. Предпринимательство – особая форма экономической активности

Экономическая активность представляет собой форму участия индивида в общественном производстве, способ получения материальных средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи. В основе этой активности, безусловно, лежат потребности. Труд – один из способов удовлетворения потребностей. Люди стремятся удовлетворять потребности в порядке их возрастания. Низшие потребности, по мнению ряда социологов (в частности Абрахама Маслоу), удовлетворяются в первую очередь; высшие начинают мотивировать поведение лишь тогда, когда низшие удовлетворены. Поведение большинства людей направляется низшими потребностями, поскольку им не удается обеспечить их удовлетворение и перейти на более высокий уровень. В последствии А. Маслоу отказался от жесткой иерархии, выделив два больших класса сосуществующих друг с другом потребностей: потребности дефицита (нужды) и потребности развития (самоактуализации)[16].

Уровень комфорта человека можно математически определить по формуле, которую предложил русский социолог Питирим Сорокин:

$$Уровень-комфорта = \frac{совокупность-возможностей}{объем-потребностей}$$

Особенностью человека является его неудовлетворенность достигнутым уровнем комфорта, что проявляется во всевозрастающем характере его потребностей. В целях расширения своих возможностей для удовлетворения потребностей, индивиды проявляют экономическую активность, выступая в качестве:

- собственника каких-либо объектов недвижимости, средств, сбережений и т. д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход (собственник предприятия или дома, сдаваемого в аренду, владелец вклада в банке и т. д.);
- наемного работника, продающего свою рабочую силу (токарь на заводе, учитель в школе и т. д.);
- индивидуального производителя («свободный» художник, живущий на доходы от реализации своих произведений, или водитель, использующий автомобиль в качестве такси и живущий на доходы от такой деятельности и т. д.);
- государственного служащего;
- менеджера (управляющего чужим предприятием);
- пенсионера (пассивная форма участия в общественном производстве как следствие прошлой экономической активности);
- учащегося или студента (как подготовительный этап к участию в будущем общественном производстве в какой-либо конкретной форме);
- безработного (как вынужденная форма неучастия или приостановки участия в общественном производстве) и др.

Особое место в этом перечне отводится фигуре предпринимателя. В отличие от обычных видов экономической активности, к примеру, от организации производства вос-

[16] См. Маслоу, А. Классики менеджмента / под ред. М. Уортнера; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Кутуревского. СПб.: Питер, 2001. С. 509

требованной на рынке продукции, предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, ибо его начальный этап связан, как правило, не со спросом, а лишь с идеей, рассчитанной на возможность получения предпринимательского дохода и впоследствии принимающей материализованную форму. Предприниматель раньше других улавливает возможности реализации оригинальных решений, формирования и удовлетворения новых потребностей, «создания» потребителя. Для понимания этого процесса рассмотрим схему формирования спроса (рис. 11).

Рис. 10. Схема формирования спроса

Предпринимательство – это особый вид экономической активности, направленной на извлечение прибыли, которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

В более конкретной форме, предпринимательство – это система хозяйствования, основанная на рисковой, инновационной деятельности, целью которой является получение предпринимательского дохода, и затрагивающая либо весь процесс воспроизводства, либо отдельные его стадии (производство, распределение, обмен и потребление).

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационной составляющей, будь то производство нового товара или смена профиля деятельности или основание нового предприятия. Новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты.

3.2. Предпринимательская идея: суть, порядок выработки

Выработка предпринимательской точки зрения и следование ей в конкретном деле подразумевает готовность человека заняться такой деятельностью, при которой само получение прибыли и ее величина будут неопределенны. Наличие такой готовности является необходимым признаком предпринимателя. Известную же достаточность определение предпринимателя приобретает тогда, когда человек берет на себя конечную ответственность за реализацию своей точки зрения.

Предпринимательская идея представляет собой выявленный возможный интерес производителя, имеющий видимые очертания какой-либо конкретной экономической формы. Выявление такого интереса может осуществляться посредством совмещения возможностей предпринимателя («...Я могу производить такой-то товар...» или «...Я могу оказывать такую-то услугу...») с потребностями рынка или, наоборот, путем совмещения потребностей рынка («...Вот этот товар на рынок не поставляется...») с возможностями предпринимателя («...Я могу произвести такой товар...»).

В предпринимательстве существует понятие «накопление и отбор предпринимательских идей», или «создание банка предпринимательских идей». Этот вид работы может носить как текущий, так и перспективный характер, и связан с желанием предпринимателя сменить профиль производства его предприятия. Работа эта, прежде всего, связана с умением предпринимателя анализировать ситуацию на рынке и в отрасли.

Банк идей представляет собой перечень того, что могло бы составить (в случае необходимости) основной или дополнительный (вспомогательный) профиль производства. Такой перечень может вестись в построчной записи или же в виде детально разработанных проектов бизнес-планов (в зависимости от потребности и возможностей самого предпринимателя). Идею можно заимствовать, а можно прийти к ней самостоятельно, перерабатывая информацию из разных источников, или в ходе целенаправленного творческого поиска.

Иногда предприниматель для пополнения банка идей проводит опрос своих коллег, сотрудников и даже друзей. Такой опрос может быть проведен и в письменной форме.

Основными источниками новых идей являются:

- отзывы потребителей;
- оценка продукции, производимой конкурентами;
- мнения работников торговли;
- публикации в различных печатных источниках;
- НИОКР.

Существуют специальные методы выработки новых идей.

Метод целевого обсуждения заключается в проведении совещания, направляемого ведущим, в форме открытой и заинтересованной дискуссии. Целевые обсуждения оказываются полезными не только для выработки новых идей, но и для оценки их перспективности.

Метод «мозговой атаки». Его целью является проявление творческой инициативы, для чего участник помещается в необычные условия в форме игры или дискуссии с элементами игры, отвлекается от привычной обстановки. Большинство предложенных идей не найдут применения, но среди них найдутся одна – две по-настоящему интересные.

Правила использования этого метода:

1. Никаких критических замечаний – авторы идей не должны стесняться высказываться.

2. Следует поощрять свободный полет мысли.

3. Идей должно быть высказано как можно больше (чем больше идей, тем выше вероятность того, что среди них попадется нечто дельное).

4. Желательно, чтобы участники обсуждения подхватывали идеи, высказанные другими, строили их комбинации, развивали их.

5. «Мозговая атака» должна проходить весело, с элементами игры, на нее не следует приглашать специалистов по обсуждаемой проблеме.

Метод обсуждения списка «слабых мест» – еще один способ выработки новых идей, который во многом напоминает метод целевого обсуждения, только в одном случае участники совещания сами предлагают новые идеи, а в другом – им просто предлагают заранее составленный список возможных «слабых мест» у продукции, относящейся к предложенной товарной группе.

Этот метод часто дает эффект, так как привязывать известные товары к готовому списку «слабых мест» и приблизиться к пониманию того, что хочет потребитель, гораздо легче, чем придумать совершенно новый продукт «с нуля». Этот метод лучше использовать для первичных прикидок, а затем проводить более глубокое исследование по полученным предложениям.

Любая идея в предпринимательстве проходит экспертную оценку. Однако следует помнить, что существует необходимость в проведении, по крайней мере, двух экспертных

оценок: вначале – содержания самой идеи, а затем – правильности ее практического воплощения.

При этом если вторая экспертная оценка чаще всего осуществляется привлеченными специалистами, то первичную оценку предпринимательской идеи осуществляет сам предприниматель. На этом этапе экспертная оценка носит самый общий характер, в ее основе – ответ на вопрос, совместимо ли содержание идеи с возможностями предпринимателя. К примеру: «Сегодня было бы весьма прибыльно заняться производством автомобилей, но могу ли я, отдельный предприниматель, реализовать такую идею? Конечно же, нет».

Таким образом, первичная экспертная оценка свидетельствует о невозможности реализации идеи. Экспертная оценка (и в первом, и во втором случае) дает возможность продолжить работу над идеей или же отбросить такую идею и перейти к осмыслению другой предпринимательской идеи.

Задачей предпринимателя является принятие решения по предпринимательской идее – приступать или не приступать к практической реализации идеи. Идея должна быть инновационной, а ее реализация принести предпринимателю предпринимательский доход.

3.3. Стадии предпринимательского процесса

Предпринимательская деятельность как процесс представляет собой систему последовательных действий, конечной целью которых является прохождение пути от поиска предпринимательской идеи до практического ее воплощения в жизнь. Весьма важное значение на начальном этапе имеет деловое проектирование. Деловое проектирование – это процесс вхождения предпринимателя в деловую среду посредством поиска и трансформации его деловой идеи в реальный проект с привязкой этого проекта к условиям предпринимательской среды, в рамках которой такая идея будет реализовываться, а также возможностям, которыми обладает предприниматель. В самом общем виде деловое проектирование можно изобразить в виде следующей схемы (рис. 12):

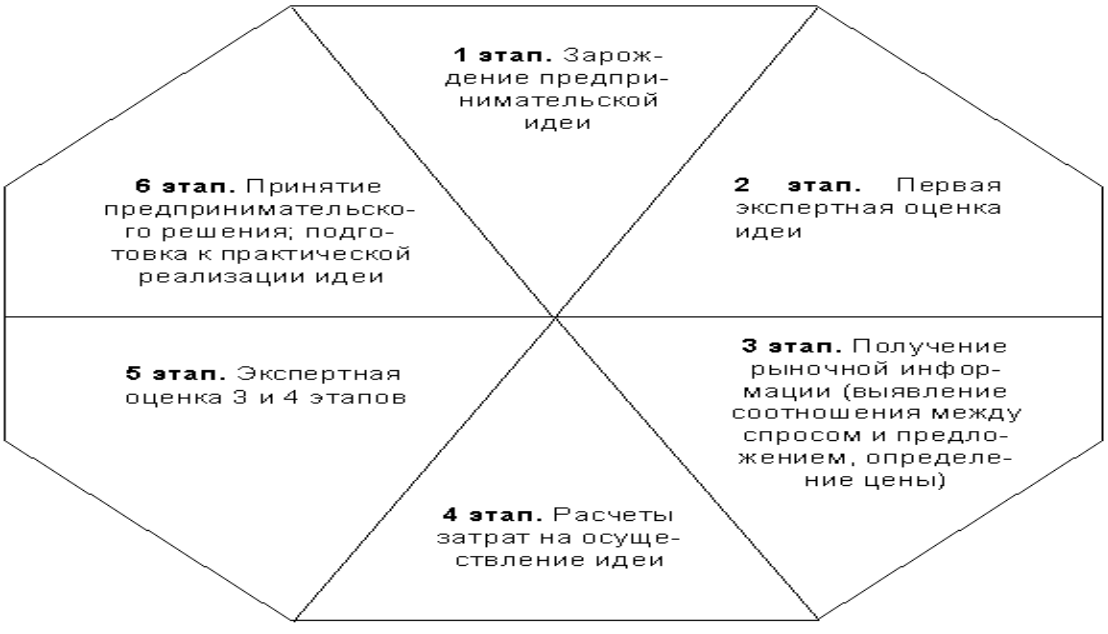


Рис. 12. Общая схема делового проектирования

Деловое проектирование включает в себя шесть последовательно сменяющих друг друга этапов: от зарождения предпринимательской идеи, проведения ряда экспертных оценок до принятия на их основе предпринимательского решения и подготовки к практической реализации идеи.

Подготовка к практической реализации идеи в реальности означает выявление требуемых ресурсов и принятия решений относительно формы и способа их получения в тре-

буемом объеме (количестве). Эта работа осуществляется посредством подготовки бизнес-плана, в котором, исходя из инвестиционных возможностей, следует:

выбрать технологию;

определить объемы финансового обеспечения и источники поступления денежных средств;

решить вопросы организации и обеспечения функционирования производительной структуры (предпринимательской единицы), в качестве которой обычно выступает предприятие.

Содержание бизнес-плана с учетом его значимости в предпринимательской деятельности будет рассмотрен отдельно, а сейчас лишь отметим, что успешное деловое проектирование является начальным условием осуществления делового цикла, который требует вложения капитала.

Деловой цикл – это период прохождения капиталом всех необходимых стадий воспроизводственного процесса. В самом общем виде можно представить, что в течение делового цикла капитал выступает в следующих формах:

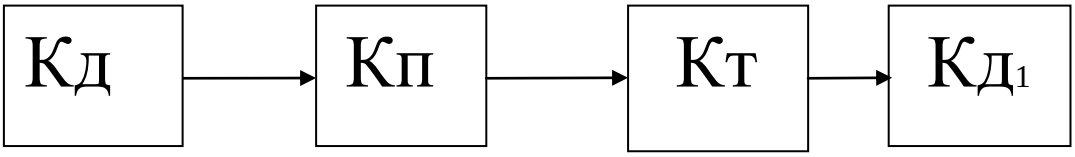
- денежная форма в фиксированном размере – Кд;

- производительная форма – Кп (превращение в производительную форму означает, что на имеющийся капитал приобретается все необходимое для производства определенного товара: производственные помещения, оборудование, материальные и другие ресурсы);

- товарная форма – Кт (произведенные товары, подлежащие реализации);

- денежная форма каптала после реализации произведенного товара – Кд1

В итоге получается известная формула кругооборота капитала:



Если денежный капитал после реализации становится больше исходного, то каждый деловой цикл будет приносить прибыль, величина которой находится в прямой зависимости от прироста капитала, числа его оборотов и в обратной – от длительности его оборота:

$$Чо = 12/ До$$

Где: Чо и До – число и длительность оборотов капитала за год в месяцах.

Таким образом, предприниматель должен стремиться к сокращению длительности делового цикла (увеличению числа оборотов капитала) и увеличению прироста капитала в течение одного цикла.

Указанная выше общая формула кругооборота капитала может быть детализирована с точки зрения ее функционально-материального наполнения. В реальной жизни деловой цикл наполнен последовательной реализацией ряда операций, включая изучение рынка, корректировку номенклатуры и объемов выпускаемых изделий, совершенствование товаропроводящей сети и закупочной деятельности и т. д. Отношения и связи, существующие в процессе осуществления делового цикла, можно изобразить в виде схемы (рис. 13).

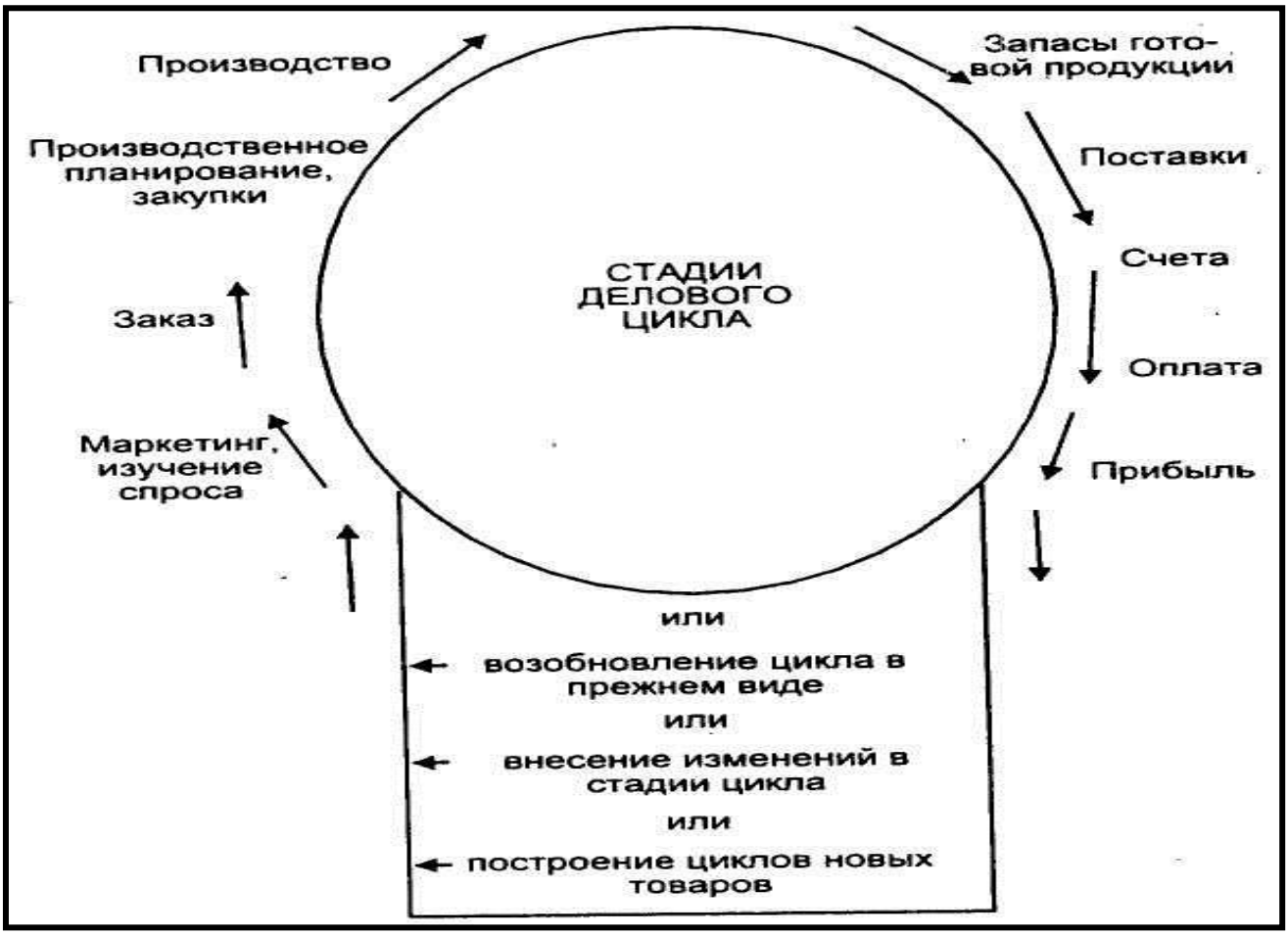


Рис. 13. Деловой цикл

Как видно из рисунка 13, каждый новый деловой цикл либо полностью повторяет предыдущий, либо вносит какие-либо изменения в стадии цикла, либо способствует построению цикла новых товаров (услуг). Осуществление того или другого цикла зависит от конкретной ситуации на рынке, поведения конкурентов, положения самой фирмы.

При формировании организационной структуры предприятия и комплектовании его штатов особое внимание следует уделять взаимодействию различных функциональных подразделений в рамках данного цикла.

На продолжительность цикла оказывает влияние ряд факторов: время производства, обращения, состояние спроса и конъюнктуры рынка и др. Все они заслуживают самого пристального внимания и анализа возможностей в целях сокращения общей продолжительности цикла. Однако это должно происходить без ущерба для качества продукции и уровня обслуживания потребителей.

3.4. Содержание предпринимательского дохода

Целью предпринимательской активности является производство и предложение рынку такого товара, на который имеется реальный или потенциальный спрос и который приносит предпринимателю предпринимательский доход.

Предпринимательский доход – это экономическая и или иная выгода, полученная предпринимателем в результате реализации своей предпринимательской идеи.

Экономический результат чаще всего выступает в форме прибыли. Но предпринимательская выгода отличается от «среднестатистической» прибыли и определяется как «сверхприбыль», которая возникает в результате исключительно рационального соедине-

ния факторов производства. Это ведет к снижению индивидуальных издержек по сравнению с общественными, на базе которых формируется рыночная цена.

Предпринимательский доход по своему содержанию является экономической прибылью, которая определяется как разница между выручкой и внутренними и внешними издержками. Внешние издержки представляют собой учитываемые бухгалтерией затраты, а внутренние – интеллектуальный ресурс предпринимателя.

Экономическая прибыль представляет собой прибыль, остающуюся у предпринимателя после вычета всех затрат, включая альтернативные издержки распределения капитала владельца. Экономическая прибыль находится как разность между рентабельностью вложенного капитала и средневзвешенной стоимостью капитала, умноженной на величину вложенного капитала. От показателя бухгалтерской прибыли экономическая прибыль, отличается тем, что при ее расчете учитывается стоимость использования всех долгосрочных и иных процентных обязательств, а не только расходов по уплате процентов по заемным средствам, как это имеет место быть при расчете бухгалтерской прибыли.

То есть бухгалтерская прибыль превышает экономическую на величину альтернативных затрат или затрат отвергнутых возможностей. Экономическая прибыль служит критерием эффективности использования ресурсов. Ее положительное значение показывает, что предприятие заработало больше, чем требуется для покрытия стоимости используемых ресурсов, следовательно, была создана дополнительная стоимость для инвесторов, учредителей.

С точки зрения оценки эффективности, показатель экономической прибыли позволяет получить более полное, по сравнению с показателем бухгалтерской прибыли, представление об эффективности использования предприятием имеющихся активов, в силу того, что сравнивает финансовый результат, полученный конкретным предприятием, с результатом который обеспечит ему реальное сохранение вложенных средств. Поэтому показатель экономической прибыли более емок и полезен при принятии решения инвесторами о своих действиях в отношении ценных бумаг предприятия.

Рассмотрим суть экономической прибыли на следующем примере.

При создании предприятия его владелец намерен вложить сумму 200 млн. руб. Процесс производства будет осуществляться в здании, которое он сдает в аренду. Арендная плата составляла 50 млн. руб./год. В настоящее время учредитель предприятия работает наемным менеджером с годовой заработной платой 100 млн. руб.

Предполагается, что деятельность создаваемого предприятия будет характеризоваться показателями, приведенными в таблице 3.

Таблица 3

Показатели	Значение
Объем производства, ед.	1 000
Цена (без НДС), тыс.руб./ед.	1 000
Среднегодовая стоимость основных средств, млн. руб.	600
Средние остатки оборотных средств, млн. руб.	200
Затраты, млн. руб. на весь объем производства: материальные по оплате труда наемных работников сумма начисленной амортизации на реализацию продукции	 250 150 160 140
Чрезвычайные доходы и расходы	0
Доходы от реализации излишнего имущества, млн. руб.	50
Проценты, уплаченные за кредит, млн. руб.	10
Налоги, уплачиваемые из прибыли, %	24
Ставка по срочным депозитам, %	18

На основе данных таблицы 3 рассчитаем ожидаемые: валовую прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, прибыль от обычной деятельности, чистую прибыль и экономическую прибыль. На основе расчета экономической прибыли определим целесообразность создания предприятия.

Но прежде уточним механизм исчисления этих показателей (рис. 14).

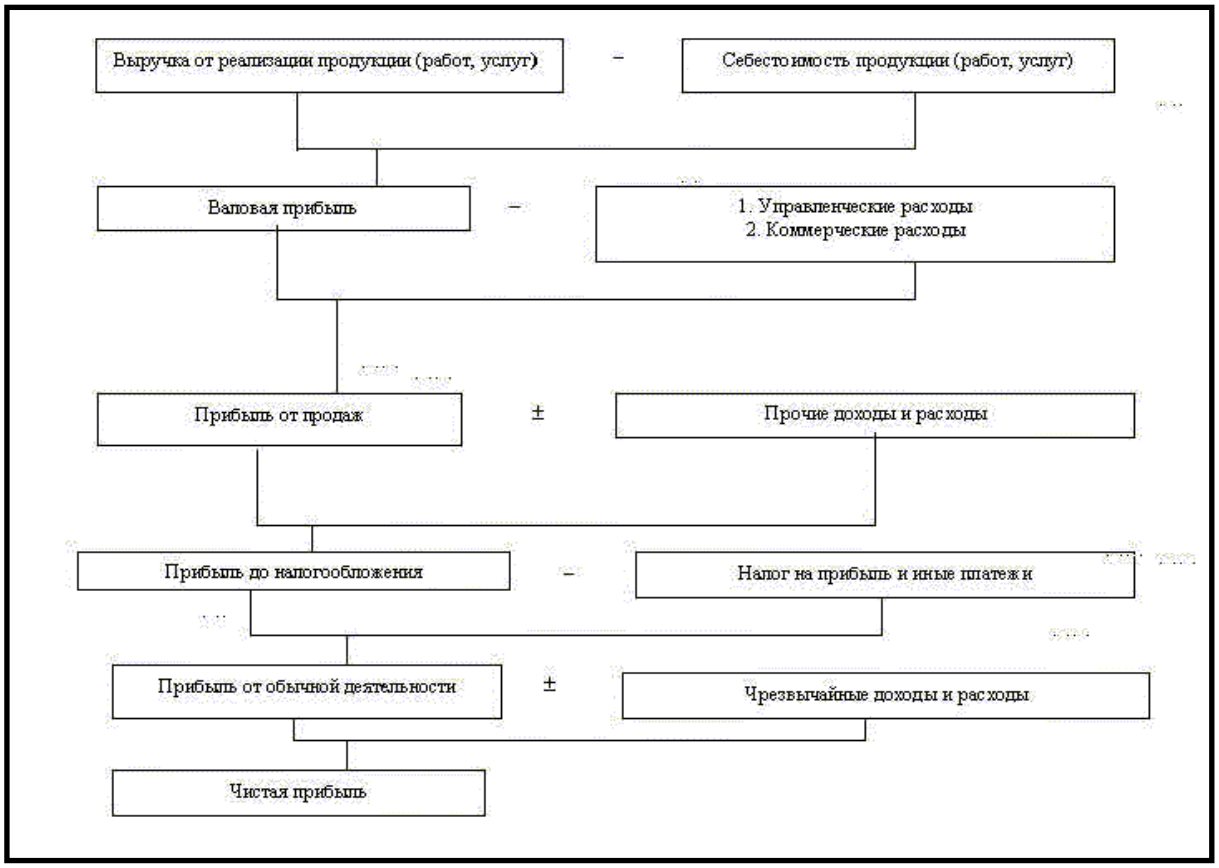


Рис. 14. Формирование чистой прибыли

Валовая прибыль определяется как разница между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг. Выручку от реализации товаров, продукции, работ и услуг называют доходами от обычных видов деятельности. Затраты на производство товаров, продукции, работ и услуг считают расходами по обычным видам деятельности. Таким образом, валовую прибыль рассчитывают по формуле:

$$\boldsymbol{П_{вал} = В_{Р} - С}$$

где $\boldsymbol{В_{Р}}$ – выручка от реализации;

$\boldsymbol{С}$ – себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.

Прибыль (убыток) от продаж представляет собой валовую прибыль за вычетом управленческих и коммерческих расходов:

$$П_{пр} = П_{вал} - Р_{у} - Р_{к},$$

где $\boldsymbol{Р_{у}}$ – расходы на управление;

$P_к$ – коммерческие расходы.

Прибыль (убыток) до налогообложения – это прибыль от продаж с учетом прочих доходов и расходов, которые подразделяются на операционные и внереализационные:

$$П_{дно} = П_{пр} \pm С_{одр} \pm С_{вдр},$$

где $С_{одр}$ – операционные расходы и расходы;

$С_{вдр}$ – внереализационные доходы и расходы.

В число операционных доходов включают поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации; поступления от предоставления за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам); поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров; проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке.

Операционные расходы – это расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации; расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций; проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов); расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции; расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями.

Внереализационными доходами являются штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения; поступления в возмещение причиненных организации убытков; прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году; суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности; курсовые разницы; сумма дооценки активов (за исключением внеоборотных активов).

К внереализационным расходам относят штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; возмещение причиненных организацией убытков; убытки прошлых лет, признанные в отчетном году; суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания; курсовые разницы; сумма уценки активов (за исключением внеоборотных активов).

Прибыль (убыток) от обычной деятельности может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды):

$$П_{од} = П_{дно} - Н,$$

где $Н$ – сумма налогов.

Чистая прибыль – это прибыль от обычной деятельности с учетом чрезвычайных доходов и расходов

$$П_{ч} = П_{од} \pm Ч_{др},$$

где $Ч_{др}$ – чрезвычайные доходы и расходы.

Чрезвычайными доходами считаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т. п.). К ним относятся страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т. п. В составе чрезвычайных расходов отражаются расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации имущества и т. п.).

После уточнения порядка исчисления различных видов прибыли перейдем к решению задачи.

1. Рассчитаем валовую прибыль:

$П_{вал}$ = 1 000 × 1 000 – (250 000 + 150 000 + 160 000) = 440 000 млн. руб.

2. Определим прибыль от продаж:

$$П_{пр} = 440 – 140 = \text{млн. руб.}$$

3. Вычислим прибыль до налогообложения:

$$П_{дно} = 300 – 50 – 10 = 340 \text{ млн. руб.}$$

4. Рассчитаем прибыль от обычной деятельности:

$$П_{од} = 340 – 340 × 0{,}24 = 258{,}4 \text{ млн. руб.}$$

Прибыль от обычной деятельности в нашем случае будет равна чистой прибыли ($П_ч$), поскольку нет чрезвычайных доходов и расходов.

Прибыль экономическая рассчитывается как чистая прибыль за вычетом внутренних издержек, а именно: процентов по срочному депозиту, которые можно было бы получать на вложенные средства; арендной платы; неполученной заработной платы владельца предприятия. Таким образом, экономическая прибыль ($П_э$)составит:

$$П_э = 258{,}4(П_ч) – 200 \text{ (влож. капит.)} × 0{,}18 – 50 \text{ (аренда)} – 100 \text{ (зарпл.менедж)} = 72{,}4 \text{ млн. руб.}$$

В нашем случае $П_э$ составляет 72,4 млн. руб., а значит, создание предприятия имеет смысл.

3.5. Венчурное предпринимательство, венчурный капитал

Венчурное предпринимательство представляет собой одну из форм реализации нововведений для коммерциализации результатов научных исследований в наукоемких и, в первую очередь, в высокотехнологических областях, где получение эффекта не гарантировано и имеется значительная доля риска.

Основой для развития современного венчурного предпринимательства является разница между функцией предоставления капитала и предпринимательской функцией. Венчурный капитал – это капитал, используемый для осуществления прямых частных инвестиций, который обычно предоставляется внешними инвесторами для финансирования новых, растущих компаний, или новых инновационных проектов. Венчурные инвестиции являются, как правило, рисковыми, обладающими доходностью выше среднего уровня. Также они являются инструментом для получения доли во владении компанией.

В качестве механизма инвестирования венчурного капитала чаще всего используются венчурные фонды, создаваемые в форме общего фонда (обычно партнерства) для

вложения финансового капитала, в основном, сторонних инвесторов в предприятия, которые для обычных рынков капитала и банковских займов представляют слишком большой риск.

Венчурный капиталист – это лицо, которое осуществляет подобные инвестиции. Это профессионал в сфере распределения капитала (собственного или средств держателей акций) в рискованные предприятия с целью получения высокой нормы прибыли.

Под венчурной фирмой понимается обычно коммерческая научно-техническая фирма, занятая разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с неопределенным заранее доходом, то есть с рискованным вкладом капитала. Надо отметить, что малые предприятия играют важную роль в развитии инновационного предпринимательства. В свою очередь венчурное предпринимательство имеет ряд преимуществ перед другими формами организации инновационного предпринимательства в малом предпринимательстве: высокая гибкость, динамизм и др.

Венчурное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска. Оно позволяет авторам идей, не имеющим в достаточном объеме собственных средств, реализовать эти идеи.

Отцом современной индустрии венчурного капитала принято считать Джорджиза Дориота. В 1946 году Дж. Дориот основал Американскую корпорацию исследований и развития (АКИР), величайшим успехом которой стала компания «Диджитал Эквипмент Корпорейшн». 70 тысяч долларов, которые АКИР инвестировала в Диджитал Корпорейшн в 1959 году, имели в 1968 году рыночную стоимость 37 млн. долларов.

Венчурное предпринимательство в США получило широкое развитие. Здесь разработана и действует комплексная программа государственной помощи малому инновационному предпринимательству. Она включает в себя прямое финансирование малых предприятий из федерального бюджета, систему контрактного финансирования этих предприятий министерствами и ведомствами, благоприятное налоговое законодательство и амортизационный климат.

Суть венчурного предпринимательства в США состоит в том, что инновационные фирмы реализуют свои идеи с помощью средств, предоставляемых инвесторами в обмен на приобретение по льготной цене акций создаваемых компаний.

К сожалению, история белорусского предпринимательства еще слишком непродолжительна, чтобы успел сформироваться новый тип предпринимателя, свободного от наследия социализма. Такая же ситуация характерна и для постсоветских государств, в том числе для России. Хотя здесь рынок капитала достаточно развит, он имеет по сравнению с западными странами свою специфику. Российские венчурные компании предпочитают вкладывать капитал в фирмы, чьи акции не обращаются в свободной продаже на фондовом рынке, а полностью распределены между акционерами – физическими или юридическими лицам. Инвестиции направляются либо в акционерный капитал закрытых или открытых акционерных обществ в обмен на долю или пакет акций, либо предоставляется в форме инвестиционного кредита, как правило, среднесрочный по западным меркам, на срок от 3 до 7 лет.

На практике наиболее часто встречается комбинированная форма венчурного инвестирования, при которой часть средств вносится в акционерный капитал, а другая предоставляется в форме инвестиционного кредита. Венчурный инвестор, как правило, не стремится приобрести контрольный пакет акций компании (во всяком случае, при первичном инвестировании). И в этом его коренное отличие от «стратегического инвестора» или «партнера». Последний зачастую изначально желает установить контроль над компанией, интересующей его по тем или иным соображениям.

Цель венчурного капиталиста иная. Приобретая пакет акций или долю, меньшую, чем контрольный пакет, инвестор рассчитывает, что менеджмент компании будет использовать его деньги в качестве финансового рычага для того, чтобы обеспечить более быстрый рост и развитие своего предпринимательства. Ни инвестор, ни его представители не

берут на себя никакого иного риска (технического, рыночного, управленческого, ценового и пр.), за исключением финансового. Все перечисленные риски несет на себе компания и ее менеджеры. При этом еще одним предпочтением венчурного инвестора является принадлежность контрольного пакет менеджерам компании. Если компания в период нахождения в ней в качестве совладельца и партнера венчурного инвестора добивается успеха, т. е. если стоимость в течение 5–7 лет увеличивается в несколько раз по сравнению с первоначальной, то риски инвестиций обеих сторон оказываются оправданными, и все получают соответствующее вознаграждение.

Если же компания не оправдывает ожидание венчурного капиталиста, то он может полностью потерять свои деньги (в том случае, когда компания объявляет себя банкротом), либо, в лучшем случае, вернуть вложенные средства, не получив никакой прибыли. Прибыль венчурного капиталиста возникает лишь тогда, когда через 5–7 лет после инвестирования он сумеет продать принадлежащий ему пакет акций по цене, в несколько раз превышающей первоначальное вложение. Поэтому венчурные инвесторы не заинтересованы в распределении прибыли в виде дивидендов, а предпочитают всю полученную прибыль реинвестировать в бизнес.

Сам процесс продажи в венчурном бизнесе также имеет свое название – «выход». Период пребывания венчурного инвестора в компании носит наименование «совместного проживания». Разделение совместных рисков между венчурным инвестором и предпринимателем, длительный период «совместного проживания» и открытое декларирование обеими сторонами своих целей на самом начальном этапе общей работы – слагаемые вполне вероятного, но не автоматического успеха. Однако именно такой подход представляет собой основное отличие венчурного инвестирования от банковского кредитования или стратегического партнерства.

В современных условиях в Беларуси пока еще не созданы все необходимые предпосылки для развития венчурного предпринимательства. Прежде всего, отсутствует развитой рынок ценных бумаг. До сих пор еще не сложился рынок капитала. В силу этих и ряда других причин венчурное предпринимательство находится в нашей стране лишь в самой начальной стадии, но имеет значительную перспективу роста и может сыграть роль катализатора дальнейшего инновационного развития экономики. Интеграция белорусской экономики в мировое экономическое пространство – процесс необратимый. Принципы и этика цивилизованного предпринимательства будут все глубже и глубже проникать в сознание белорусского предпринимателя и его повседневную деловую практику.

ТЕМА 4. Планирование предпринимательской деятельности

4.1. Сущность планирования предпринимательской деятельности

Планирование – это процесс выбора целей и решений, необходимых для их достижения. Весьма важен выбор целей. Цели должны быть конкретными. Следует точно определить, что вы намереваетесь сделать, сколько это должно стоить, когда вы намерены иметь деньги или достичь цели, создайте конкретный план для выполнения желания и начинайте сразу же, готовы или нет, претворять его в действие, сколько денег вы хотите получить или какую цель вы намерены достичь. Установите временные рамки для приобретения этого.

Цели должны быть объективными и реальными. Перед постановкой цели задайте себе вопрос: сможете ли ее достичь. Каждый человек имеет разные способности, поэтому предприниматель должен знать свои способности, ресурсы и соответственно формулировать цели.

Цели должны предполагать определенное усилие; в противном случае они не являются целями. Цели должны иметь соответствующее измерение. Если они не имеют этого, как вы узнаете, что они достигнуты?

Одни цели могут быть простыми, легко досягаемыми, а другие – сложными. Достижение простых целей даст стимул к решению более сложных проблем. Нельзя достичь всех целей, поэтому не перегружайте себя. Учитесь на опыте и используйте его для постановки новых целей.

Выбор решения всегда связано с вопросом о преодолении какой-либо проблемы. Проблема – это разница между тем, что должно происходить, и тем, что происходит на самом деле. Проблема представляет собой расхождение между поставленными предпринимателем целями и фактическим их осуществлением.

Бесспорно, планирование предпринимательской деятельности – это одна из основных функций управления, в результате реализации которой появляется возможность предвидеть направление развития предпринимательской единицы, результаты и ресурсы, необходимые для достижения намеченной цели.

В экономике рыночного типа на уровне предпринимательских единиц, распространено планирование, которое, как правило, носит индикативный характер. Под индикативным планированием подразумевается установление рекомендательных показателей по продажам, производству и обмену с учетом внешних и внутренних факторов развития фирмы, включая предоставление экономическим субъектам со стороны государства различных стимулов и ограничений деятельности.

Назначение планирования как функции управления состоит в стремлении предпринимателя заблаговременно учесть по возможности все внутренние и внешние факторы, обеспечивающие благоприятные условия для нормального функционирования и развития предпринимательской единицы. Планирование призвано обеспечить взаимную увязку между отдельными структурными подразделениями предприятия, осуществляющими всю технологическую цепочку: научные исследования и разработки, производство и сбыт. Эта деятельность опирается на выявление и прогнозирование потребительского спроса, анализ и оценку имеющихся ресурсов и перспектив развития хозяйственной конъюнктуры. Отсюда вытекает необходимость увязки планирования с маркетингом и контролем с целью постоянной корректировки показателей производства и сбыта в соответствии с изменениями спроса на рынке.

Планирование может быть как текущее, так и перспективное, осуществляемое в виде прогнозирования и программирования. Перспективное планирование призвано определить общие стратегические цели и направления развития предприятия, необходимые для этого ресурсы и этапы решения поставленных задач.

Текущие планы ориентированы на фактическое достижение намеченных целей исходя из конкретных условий и состояния рынка на каждом данном этапе развития. Поэтому текущие планы дополняют, развивают и корректируют перспективные направления развития с учетом конкретной обстановки и реализуются в форме бизнес-планов.

4.2. Классификация бизнес-планов

Бизнес-план представляет собой документ, который определяет последовательность и необходимые ресурсы для осуществления решения предпринимателя относительно реализации проекта в области развития предпринимательского дела. Всю совокупность бизнес-планов в зависимости от установленных целей можно условно разделить на следующие виды:

1) бизнес-план для создания нового предприятия;
2) бизнес-план для проведения реконструкции существующего предприятия;
3) бизнес-план для развития бизнеса существующего предприятия;
4) бизнес-план как инструмент внутрифирменного системно-целевого управления текущей деятельностью компании (в пределах годового планирования);
5) бизнес-план для отдельного подразделения компании (центра прибыли);
6) бизнес-план приобретения нового оборудования (например, замена линии по производству мебели на более современную линию);

7) бизнес-план для проекта НИОКР;

8) бизнес-план для получения кредита в банке или для любого инвестора, к которому может обратиться предприниматель за финансовой помощью;

9) бизнес-план для получения гранта.

Следует также иметь в виду, что структура и содержание бизнес-плана должны быть разными в зависимости от того, кто будет им пользоваться. Бизнес-план может быть предназначен:

1) потенциальному инвестору или кредитору;

2) возможным партнерам по бизнесу или акционерам, соучредителям;

3) руководству предприятия или самому предпринимателю как средство самоорганизации;

4) государственным органам или органам местного самоуправления с целью получения поддержки.

В зависимости от того для кого и для чего предназначен бизнес-план он должен содержать соответствующую информацию (рис. 15).

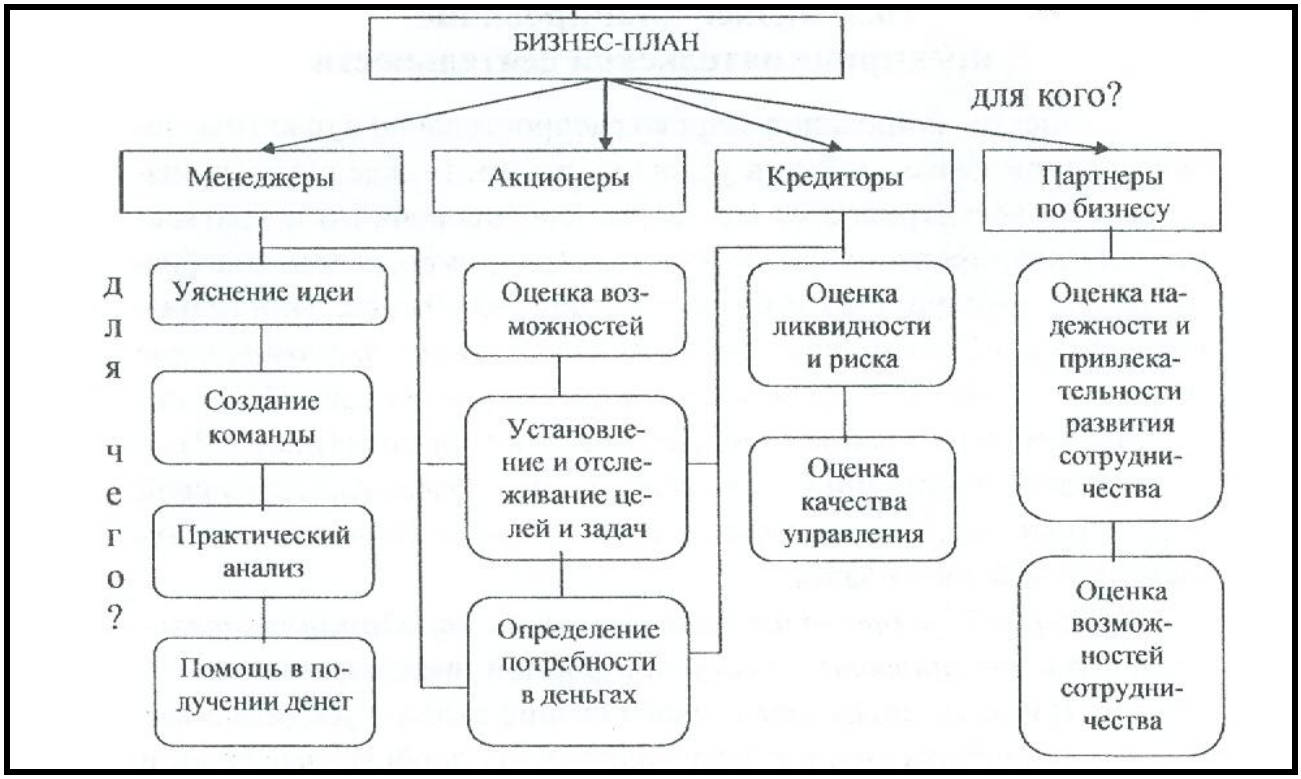


Рис. 15. Назначение бизнес-плана

Бизнес-планы составляются:

1) на любой период в соответствии с потребностями фирмы;

2) до срока погашения (возврата) кредита;

3) до срока окончания аренды помещения;

4) до срока амортизации (физического износа) оборудования;

5) до срока достижения установленных экономических показателей деятельности фирмы и т. д.

Структура бизнес-плана может отличаться в зависимости от целей, которые ставятся предпринимателем. Следует иметь в виду, что при обращении в банк или к инвестору последние всегда рассматривают альтернативы и выбирают наиболее выгодные варианты с точки зрения рентабельности инвестиций и рисков.

Одно из основных требований к бизнес-плану – его реальность. Излишний оптимизм отдельных его положений, необоснованность приводимых данных и поверхностное

изложение разделов отрицательно воспринимаются инвесторами. В частности, важно, чтобы бизнес-план имел реальные доказательства того, каким образом предприниматель будет реализовывать продукцию, и что есть потребители, готовые платить за нее деньги. Рекомендуемый объем бизнес-плана составляет от 20 до 60 страниц в зависимости от сложности и стоимости бизнес-проекта.

4.3. Типичная структура бизнес-плана

План должен быть достаточно подробным, чтобы, ознакомившись с ним, потенциальный инвестор смог получить полное представление о предлагаемом проекте и понять его цели. Кроме того, работа над бизнес-планом помогает и самому предпринимателю лучше все продумать и взвесить.

Бизнес-план состоит, как правило, из:

- меморандума о конфиденциальности;
- аннотации;
- резюме;
- основных разделов (обычно их 8);
- приложений.

В меморандуме о конфиденциальности все участники проекта дают подписку о неразглашении той его части, которая составляет коммерческую тайну. Аннотация содержит краткое описание основных положений бизнес-плана и обоснование его назначения. В резюме указываются суть и эффективность проекта, обеспечение и механизм реализации, источники финансирования, сроки возврата займа и гарантии. Приводятся основные данные о руководителях будущего предприятия (общее и бизнес-образование, опыт работы, изобретения и т. д.). Резюме предназначено для предварительного ознакомления с бизнес-проектом потенциального инвестора, который должен оценить идею и основные прогнозируемые результаты проекта.

Что касается разделов бизнес-планов, то их содержание определяется сферой деятельности и масштабами реализации будущего проекта. В разделе 1 «Описание предприятия и отрасли» дается характеристика текущего состояния, организационной структуры, указываются учредители, достижения предприятия, место на рынке, основные клиенты и партнеры.

Раздел 2 «Описание продукции (услуг)» содержит описание, назначение, технические характеристики, конкурентоспособность, патентоспособность, наличие сертификата, условия гарантии и обслуживания продукции.

Раздел 3 «Маркетинг и сбыт продукции» включает в себя описание требований потребителей к продукции, рынков сбыта, конкуренции, системы каналов сбыта, ценовой политики, стратегии и программы продвижения товара на рынок.

Раздел 4 «Производственный план» содержит описание технологии производства продукции, необходимых площадей, оборудования, материалов, комплектующих изделий и т. д.

Раздел 5 «Организационный план» включает характеристику команды управления проектом и партнеров по реализации проекта, организационную структуру и график реализации проекта.

В разделе 6 «Финансовый план» приводятся расчеты объемов реализации, постоянных и переменных издержек, себестоимости продукции, потока наличности, сметы доходов и расходов, прогнозного баланса, потребности и источников финансирования.

В раздел 7 «Эффективность проекта» рассчитываются показатели эффективности проекта: срок окупаемости, чистый приведенный доход с учетом дисконтирования поступлений и выплат, индекс прибыльности – соотношение дисконтированных поступлений и дисконтированных расходов и т. д.

Раздел 8 «Риски и гарантии» отражает предпринимательские риски проекта и возможные форс-мажорные обстоятельства его реализации.

Приложения включают отчет о маркетинговых исследованиях, стратегический план маркетинга, а также документы, подтверждающие и дополняющие информацию, которая содержится в бизнес-плане (фотографии опытных образцов, макетов предлагаемого для разработки нового изделия, схемы технологического процесса, имеющиеся сертификаты качества, копии различного рода заключенных договоров, протоколов о намерениях и т. д.).

4.4. Последовательность разработки бизнес-плана

Разработка бизнес-плана проводится в определенной последовательности. Наиболее типичный набор последовательных шагов его подготовки представлен в табл. 3.

Таблица 4

Последовательность разработки бизнес-плана

1.	Маркетинговые исследования: сбор и анализ информации об объеме и характере спроса на аналогичную продукцию; сбор и анализ информации по рынкам сбыта, финансов, поставщиков; анализ конкуренции на рынке сбыта	Определяется общая привлекательность рынка данного товара. Выявляются сегменты потенциальных потребителей, их платежеспособность и заинтересованность в сотрудничестве. Устанавливаются сильные и слабые стороны конкурентов. Определяются рыночные риски и барьеры. На основании результатов маркетинговых исследований разрабатывается прогноз рыночной конъюнктуры, делается вывод о целесообразности осуществления проекта
2.	Описание продукции (услуги)	Проводится экспертная оценка конкурентоспособности планируемой к выпуску продукции (товара, услуги). С этой целью используются параметрический метод, экспертная оценка, пробный маркетинг и пр. В итоге формируется ценностное предложение в виде базовой выгоды для потребителей и подкрепления товара (сервис, логотип, эмблема и пр.)
3.	Разработка маркетинговых мероприятий, включая систему сбыта и продвижение продукции (услуг)	Рассчитываются основные показатели рынка сбыта: текущая и потенциальная емкость, темпы роста. Определяются маркетинговые и конкурентные стратегии, стратегии захвата рынка. Поскольку стратегические решения в этом разделе являются ключевыми, то предварительно рекомендуется разработать стратегический план маркетинга как самостоятельный документ
4.	Определение потребностей и путей обеспечения площадями, оборудованием, кадрами и сырьем (производственный план)	Производятся предпроектные технико-экономические расчеты, разрабатывается технологическая схема производства продукции, составляется эскизный проект производственных цехов
5.	Расчет потребности в капитале и определение источников финансирования (финансовый план)	На основании технико-экономического обоснования (ТЭО) определяется общая потребность в финансировании работ, необходимых для реализации бизнес-плана. Оценивается потребность в заемных средствах с учетом возможностей предпринимателя
6.	Расчет эффективности бизнес-плана	Помесячно рассчитываются: отчет о прибылях и убытках; отчет о движении денежных средств; налоги; срок окупаемости; индекс прибыльности, внутренняя норма рента-

		бельности; чистый приведенный доход; себестоимость продукции; амортизационные отчисления Приводятся данные анализа чувствительности прибыли к изменяемым факторам (цены, рост издержек и пр.). Для нового предприятия составляется прогнозный баланс
7.	Разработка организационной структуры, правового статуса и графика реализации проекта (организационный план)	Определяется организационно-правовая форма предприятия, составляются организационная схема предприятия и штатное расписание. Разрабатывается план-график реализации бизнес-плана с указанием руководителей отделов, исполнителей, подрядчиков, сроков выполнения работ, потребности в финансировании, сроков и форм контроля
8.	Комплексный анализ рисков в рамках данного проекта	На каждом шаге реализации бизнес-плана производится анализ рисков и определение возможностей их исключения или снижения.
9.	Подбор материалов и составление приложений	В приложении рекомендуется привести данные маркетинговых исследований (маркетинговый отчет), ТЭО, отзывы экспертов, процедуры выбора стратегий и пр.
10.	Составление краткого содержания (резюме) проекта	Резюме составляется после разработки бизнес-плана
11.	Экспертиза бизнес-плана	Бизнес-план проходит внутреннюю и внешнюю экспертизу на предмет его реальности и эффективности
12.	Оформление бизнес-плана как документа и его утверждение	Бизнес-план оформляется согласно международным требованиям на русском или ином языке

При разработке бизнес-плана могут привлекаться как сторонние специалисты, так и специалисты, входящие в менеджмент-центр предприятия. Важно, чтобы в группу разработчиков входили следующие специалисты: маркетолог-аналитик – разработчик стратегического плана маркетинга; маркетолог-исследователь рынков с опытом проведения прогнозных расчетов; менеджер по запуску предприятия; экономист-аналитик; специалист по налогам; специалист по управлению проектами; юрист.

Для управления подготовкой проекта весьма часто применяется ленточная диаграмма (график) Ганта. Диаграмма Ганта представляет собой отрезки, размещенные на горизонтальной шкале времени. Каждый отрезок соответствует отдельной задаче или подзадаче. Задачи и подзадачи, составляющие план, размещаются по вертикали. Начало, конец и длина отрезка на шкале времени соответствуют началу, концу и длительности задачи. Диаграмма может использоваться для представления текущего состояния выполнения работ: часть прямоугольника, отвечающего задаче, заштриховывается, отмечая процент выполнения задачи; показывается вертикальная линия, отвечающая моменту «сегодня». Пример построения графика Ганта для контроля работ по составлению бизнес-плана приведен в табл. 5.

Опыт разработки и реализации многих бизнес-планов показывает, что предприниматели наиболее часто допускают следующие ошибки, приводящие к негативным результатам. Например, не проводят реальные маркетинговые исследования. Часто предприниматели ограничиваются анализом имеющихся данных, взятых из отчетов, специальной литературы и Интернета. Иногда предприниматели покупают готовые отчеты, предлагаемые маркетинговыми фирмами, ценность которых весьма сомнительна, поскольку они могут содержать устаревшие или неполные данные и не соответствовать целям разработки бизнес-плана. Такие отчеты могут только дополнять информацию, полученную в результате полевых исследований.

Таблица 5

Пример использования графика Ганта для контроля работ

Этап	Разработчик				
	Код	Дни	Исполнитель		Недели (месяцы)
			Отдел	ФИО	
					1 2 3 4 5 6 7 8
Постановка цели (идея бизнес-проекта)	A	5	Акционеры, совет директоров		
Маркетинговые исследования	J	20	Маркетинга		
Анализ внешней среды	B	10	Маркетинга		
Внутренний аудит	E	10	Маркетинга		
SWOT-анализ	K	5	Маркетинга		
Разработка маркетинговых стратегий	M	5	Маркетинга		
Производственный план	P	10	Производственный		
Финансовый план. Расчет эффективности	C	10	Финансовый		
Разработка организационной структуры	F	10	Директорат		
Компоновка бизнес-плана и приложений	L	10	Маркетинга		
Экспертиза бизнес-плана	Q	7	Эксперты		
Оформление и утверждение бизнес-плана	N	10	Финансового маркетинга, директорат		

При составлении разделов бизнес-плана, касающихся разработки маркетинговых стратегий и программ вывода товара на рынок (или освоения рынков), часто имеет место поверхностный подход к оценке рыночного потенциала, возможностей компании вести конкурентную борьбу за клиентов, привлекательности товара компании, однако много сил тратится на проработку финансового раздела.

Раздел, посвященный финансовому планированию, имеет подробные выкладки о расходах на реализацию бизнес-плана, но часто неясно, каким образом будет получен доход предприятия. Тщательность и корректность финансовых расчетов не отвергаются, поскольку именно прибыль и другие финансовые показатели являются критериями успеха реализации бизнес-плана. В то же время даже самый опытный финансовый аналитик не может обоснованно предсказать размер будущей выручки. Этот вопрос находится в компетенции другого специалиста – маркетолога. Если сделан неверный прогноз будущего дохода, то все остальные финансовые расчеты по большому счету теряют смысл.

Финансовые прогнозы носят слишком оптимистический характер. Не учитываются многие, на первый взгляд небольшие, расходы, которые в сумме представляют значительную величину. Не рассматриваются сценарии развития будущих событий, занижаются потребности в финансировании маркетинга. Часто отсутствует механизм реализации бизнес-

плана, в первую очередь, его финансирование, контроль, мотивация участников и т. д. Многие предприниматели финансируют реализацию бизнес-плана по остаточному принципу, и сотрудники компаний часто выполняют работы, связанные с бизнес-планом, наряду со своими текущими обязанностями.

Практика успешной предпринимательской деятельности сформулировала следующие основные правила бизнес-планирования:

1. В бизнесе не должно быть революций. Практика показывает, что прогноз, положенный в основу плана, не должен сильно отличаться от отчетного периода.

2. Обязательна подробная детализация и постоянный пересмотр бизнес-плана. Если фактические показатели за неделю или 2 недели не выполнены, следует пересмотреть бизнес-план и учесть открывшиеся обстоятельства.

3. Использование принципа «плохой погоды». Как известно, любое событие имеет «вилку» результатов: плохой – хороший. В бизнес-плане следует учитывать наихудший вариант.

4.5. Бюджетирование как форма финансового планирования

Бюджетирование – процесс разработки бюджетов – отражает суть финансового планирования. Бюджет – это и план, и способ организации контроля. В бюджете приводятся доходы и расходы; на его основе организуется контроль за расходованием денег в соответствии с утвержденным планом.

Бюджеты могут быть краткосрочными, т. е. разрабатываться на месяц, квартал, или долгосрочными – на несколько лет вперед. Бюджет после его разработки превращается в один из важнейших инструментов достижения стратегических целей. Бюджет – это и формализованный план менеджмента, в котором излагаются предполагаемые финансовые результаты на предстоящий планируемый период.

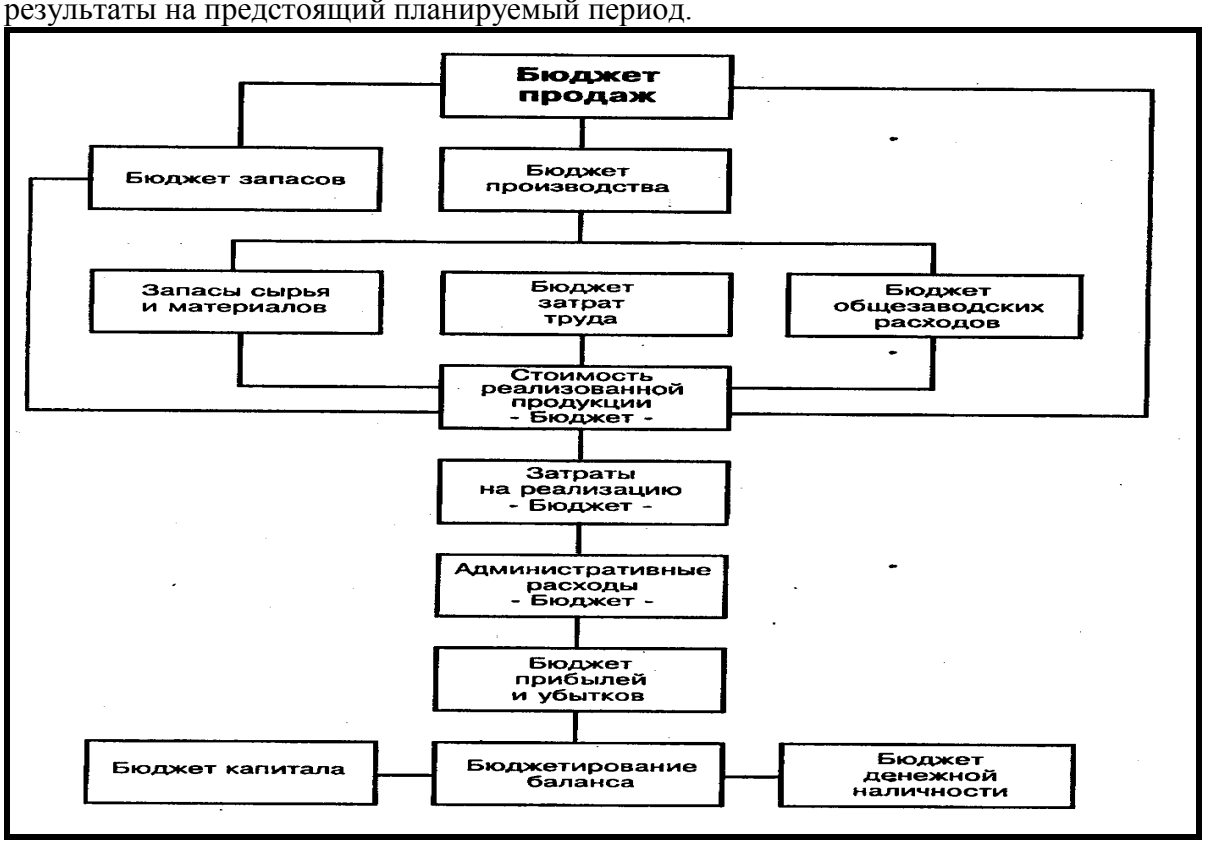


Рис. 16. Схема мастер-бюджета

Бюджет помогает менеджменту планировать и координировать различные функциональные виды деятельности (например, производство и сбыт), является средством контроля, давая возможность сопоставлять фактические и предполагаемые результаты де-

ятельности. Поскольку многие предприятия и компании главным образом стремятся к достижению высокой прибыли, процесс бюджетирования часто отождествляют с планированием прибыли. По сути, планирование прибыли есть не что иное, как совокупность интегрированных частных бюджетов, которые принято называть мастер-бюджетом.

Мастер-бюджет, или, как его иначе называют, сводный бюджет предпринимательской единицы, представляет собой общий свод всех целей и задач, которые стоят перед ней и ее структурными подразделениями (см. рис. 16).

Эти цели и задачи, которые охватывают прогнозируемые или, скорее, желаемые уровни продаж, производства, реализации, объемов финансирования и административных расходов, отражаются в проектируемом на будущее счете движения денежной наличности и инвестиционных проектах. Цели развития и планы их достижения – все это объединяется в сводном бюджете предприятия.

Бюджет – прежде всего, средство планирования. Однако у него есть и другие функции. Важнейшая из них – оценка деятельности. Бюджет содержит цели и задачи, выполняющие роль нормативов. Менеджеры сравнивают фактические результаты с этими нормативами, анализируют и оценивают возможные отклонения, проводя необходимые изменения. Бюджет выполняет также координирующую роль, объединяя усилия всех подразделений для выполнения общих стратегических целей развития. Наконец, бюджет – это сильное мотивационное средство. Работники с помощью бюджета знают, чего им ждать в будущем, и не строят иллюзий.

Период времени, на который обычно разрабатывается бюджет, – один год. Есть и долгосрочные бюджеты на 10 лет, в которых отражаются строительство зданий и сооружений, закупки оборудования.

Процесс бюджетирования требует точности и аккуратности, а также постоянных уточнений, которые вносятся в бюджет по мере изменения условий и обстоятельств, учтенных на момент составления бюджета.

Традиционный годовой бюджет обычно делится на кварталы; первый квартал затем делится по месяцам, а другие три квартала оцениваются лишь итоговыми суммами на конец периода. По мере продвижения к концу года каждый следующий квартал также распределяется по месяцам.

В последние годы стали популярными непрерывные бюджеты. Двенадцать месяцев – срок, на который разрабатывается бюджет. С течением времени к бюджету постоянно добавляется еще один месяц, что и делает его непрерывным.

Такой механизм бюджетирования заставляет менеджеров работать, постоянно заглядывая в будущее. Кроме того, в расчетах достигается большая точность, бюджетирование начинает носить адаптивный характер.

У непрерывного бюджета есть лишь один недостаток – на его разработку требуются слишком большие затраты труда, времени и денег. И менеджменту, прежде чем принять концепцию непрерывного бюджета, нужно все тщательно взвесить.

Подготовка мастер-бюджета представляет собой сложный процесс, в котором учитывается множество параметров, а, кроме того – общие цели развития предприятия и внешняя экономическая среда его обитания.

Основные этапы разработки мастер-бюджета охватывают:

1. Подготовку прогноза продаж.

2. Расчет ожидаемого объема производства на планируемый период.

3. Оценку затрат сырья и материалов, затрат труда, общезаводских накладных расходов, операционных расходов.

4. Оценку денежных потоков.

5. Проектирование счета прибылей и убытков и баланса.

Подготовка мастер-бюджета начинается с формулировки предположений и гипотез, на основе которых в дальнейшем проводится бюджетирование. Это гипотезы (прогнозы) о состоянии экономики в целом, тенденциях развития отрасли, к которой примыкает пред-

приятие, его стратегических целях. Основываясь на этих гипотезах, менеджмент разрабатывает стратегии продаж, производства, запасов, расходов и т. д. После анализа этих факторов менеджер приступает к количественным оценкам своих ожиданий.

Для понимания сущности бюджетирования приведем пример разработки простейшего мастер-бюджета. Предположим, на предприятии акционерной формы собственности Вы организуете производство декоративных изделий (к примеру, напольных ваз) для оформления интерьеров. В результате предварительной прогнозно-аналитической работы Вы получили следующие исходные данные для разработки мастер-бюджета (см. табл. 5).

Таблица 6

Исходные данные для разработки мастер-бюджета

Цена 1 кг сырья и материалов	3 у.е.
Оплата труда (включая отчисления на соц.страх.)	4 у.е. в час
Каждая единица конечной продукции требует:	
сырья и материалов	2 кг
труда	1 час
общезаводских расходов	2 у,е. на 1 изделие
Конечная продукция:	
Объем продаж (прогноз) за год	10 000 ед.
Цена продаж (без учета НДС)	22 у.е.
Запасы изделий на начало года	1000 ед.
Запасы изделий (прогноз) на конец года	1500 ед.
Запасы сырья и материалов:	
на начало года	3000 кг
на конец года	5000 кг
Затраты на реализацию	24 200 у.е.

Используя исходные данные определим бюджет продаж, который является отправной точкой для разработки мастер-бюджета, поскольку затраты производства и запасы являются функцией объема продаж. Ниже приводится бюджет продаж (табл. 7).

Таблица 7

Бюджет продаж

Бюджет продаж предприятия на конец прогнозируемого года		
Кол-во	Цена продаж (без НДС)	Объем продаж
10 000 ед.	22 у.е.	220 000 у.е.

Предприятие, производящее несколько изделий, будет иметь более сложный и подробный бюджет продаж.

После бюджета продаж можно начинать разрабатывать бюджет производства. Количество единиц производимой продукции – это функция продаж и изменений в объеме запасов на начало и на конец года.

Менеджменту необходимо решить, сколько запасов целесообразно оставить на конец планируемого периода. Это решение во многом зависит от вероятностных событий: неожиданного, но значительного спроса на продукцию и, наоборот, как следствие, от дефицита этой продукции.

На это решение влияют и издержки по содержанию излишних запасов. В нашем примере мы видим, что менеджмент собирается иметь в наличии на начало года 1000 а на конец года 1500 ед. продукции. Ниже представлен бюджет производства (табл. 8).

Таблица 8

Бюджет производства

Наименование	***Количество***
Продажи в год	10 000
Желаемый запас готовой продукции на конец года	+ 1 500
Годовая потребность в изделиях	= 11 500
Запас готовой продукции на начало года	– 1 000
Общая потребность производства	= 10 500

По завершении работы над бюджетом производства предпринимательская единица начинает рассчитывать затраты сырья и материалов. Данные расчеты позволяют определить размеры закупок сырья и материалов на год. Приведем ниже эти расчеты бюджета сырья и материалов на год (табл. 9).

Таблица 9

Бюджет сырья и материалов

Кол-во производимой продукции	10 500 ед.
Кол-во сырья и материалов, необходимых для производства ед. продукции	2 кг
Общее кол-во используемого сырья и материалов	21 000 кг.
Цена за 1 кг сырья и материалов	3 у.е.
Общая стоимость используемого сырья и материалов	63 000 у.е.
+ Желаемый запас на конец года	+ 5 000 кг.
Совокупная потребность в сырье и материале	26 000 кг.
– Запасы на начало года	– 3 000 кг.
Закупки сырья и материалов	23 000 кг
Цена за 1 кг сырья и материалов	3 у.е.
Стоимость закупок сырья и материалов	69 000 у.е.

При составлении бюджета затрат труда необходимо помнить, что затраты труда есть функция различных трудовых норм и форм оплаты труда и методов управления персоналом, используемых на предприятии. Рассчитаем бюджет затрат труда на прогнозируемый год (табл.10). Согласно исходным данным предпринимательская единица имеет одну ному затрат труда на производство изделия.

Таблица 10

Бюджет затрат труда

Кол-во производимой продукции	10 500 ед.
Кол-во часов, необходимых для производства ед. продукции	1 час
Общее количество требуемых часов	10 500 часов
Стоимость трудозатрат 1 часа	4 у.е.
Общая стоимость затрат труда	42 000 у.е.

Цифры, характеризующие величину запасов на конец года, уже были использованы и в бюджете производства, и в бюджете затрат сырья и материалов. Эти цифры потребуются нам и в проектируемом балансе, и в счете прибылей и убытков (табл. 11).

Таблица 11

Бюджет запасов на конец года

Себестоимость 1 единицы продукции*:*	
Сырье	2 x 3 = 6 у.е
Труд	1 x 4 = 4 у.е.
Общезаводские расходы	2 у.е.
Себестоимость 1 единицы продукции	6 + 4 + 2 = 12 у.е.
Запасы продукции на конец года	1 500 x 12 = 18 000 у.е.
Запасы сырья на конец года	5 000 x 3 = 15 000 у.е.
Совокупные запасы на начало года	12 x 1000 + 3 x 3000 = 21 000 у.е.
Совокупные запасы на конец года	18 000 + 15 000 = 33 000 у.е.

Бюджет общезаводских накладных расходов разрабатывается на следующем этапе бюджетирования. Общезаводские накладные расходы включают все виды затрат, кроме прямых затрат труда, сырья и материалов. Сам бюджет состоит из переменных и фиксированных накладных расходов, получивших оценку на предстоящий период. Составим такой бюджет для предприятия, исходя из предполагаемого размера затрат (табл. 12).

Таблица 12

Бюджет общезаводских накладных расходов

Переменные накладные расходы:	6 700 у.е.
электроэнергия	2 500 у.е.
коммунальные платежи	2 200 у.е.
другие расходы	2 000 у.е.
Постоянные накладные расходы	14 300 у.е.
Амортизация	11 300 у.е.
Страхование	1 700 у.е.
Налог на недвижимость	1 300 у.е.
Совокупные общезаводские накладные расходы	21 000 у.е.

Теперь, воспользовавшись полученными ранее результатами, приступим к формированию бюджета себестоимости реализованной продукции (табл. 13).

Таблица 13

Бюджет себестоимости реализованной продукции

Запасы готовой продукции (себестоимость) на начало года	12 000 *у.е.*
Добавить:	
+ Затраты сырья и материалов	63 000 *у.е.*
+ Затраты труда	42 000 *у.е.*
+ Общезаводские накладные	21 000 *у.е.*
Затраты на произведенную продукцию	126 000 *у.е.*
Затраты на продукцию (произведенную + запас на начало года)	138 000 у.е.
Вычесть - Запасы готовой продукции на конец года	18 000 *у.е.*
Себестоимость проданных товаров	120 000 у.е.

Бюджет коммерческих расходов учитывает все предполагаемые расходы, включая расходы на реализацию, поставку, рекламу и другие необходимые расходы, которые предприниматель планирует произвести в течение года (табл. 14).

Таблица 14

Бюджет коммерческих расходов

.

Затраты на комиссию и заработная плата	8 000 у.е.
Затраты на рекламу	6 000 ***у.е.***
Затраты на поставку продукции	5 000 ***у.е.***
Затраты на транспорт	5 200 ***у.е.***
Итого затраты на коммерческие расходы	24 200 у.е.

После разработки бюджета коммерческих расходов приступаем к разработке бюджета прибыли и убытков. В нашем примере мы даем упрощенный вариант такого бюджета. Чем больше предприятие, тем он сложнее (табл. 15).

Таблица 15

Бюджет прибыли и убытков

Объем продаж	220 000 ***у.е.***
Стоимость проданных товаров	120 000 ***у.е.***
Валовая прибыль	100 000 ***у.е.***
Затраты на коммерческие расходы	24 200 ***у.е.***
Прибыль от продаж	75 800 ***у.е.***

Мы предполагаем, что у предприятия разработан бюджет капитала, соответствующий тем закупкам сооружений и оборудования, которые сделаны на предстоящий год (табл. 16).

Таблица 16

Бюджет капитала (у.е.)

	Собственность (акции)	Сооружения и оборудование	Накопленная амортизация	Итого
Баланс на начало года	200 000	450 000	93 500	350 000
+ приобретение	15 000	-	-	-
+закупки оборудования	-	20 000	-	-
- годовая амортизация	-	-	11 300	-
Баланс на конец года	215 000	470 000	104 800	365 200

После подготовки бюджета капитала следует разработать баланс денежной наличности. Для этого следует сначала рассмотреть баланс на начало года (табл. 17).

Таблица 17

Баланс на начало года (у.е.)

Активы	
Текущие активы	
Деньги	110 000
Дебиторская задолженность	20 000
Запасы	21 000
Совокупные текущие активы	***151 000***
Собственность (акции обыкновенные)	200 000
Здания и оборудование	350 000
Совокупные фиксированные активы	550 000
Совокупные активы	***701 000***

Пассивы	
Пассивы и акционерный капитал	
Текущие пассивы	
Кредиторская задолженность	20 000
Облигации к оплате	140 000
Совокупные пассивы	***160 000***
Акционерный капитал	
Обыкновенные акции	200 000
Нераспределенная прибыль	341 000
Совокупный акционерный капитал	541 000
Совокупные пассивы и акционерный капитал	***701 000***

Имея баланс на начало года и приступая к разработке баланса денежной наличности (табл. 18), следует иметь в виду несколько предположений.

1. Все деньги от дебиторов будут получены в течение планируемого периода.
2. 90 % продаж будет осуществляться за наличные деньги.
3. Для приобретения имущества предприятие выпустит облигационный заем в будущем году на сумму 100 000 у.е.
4. Кредиторская задолженность будет погашена в течение года.
5. На конец года половина приобретаемых сырья и материалов останется на счетах предприятия. Размер обыкновенных акций останется в планируемом году без изменений. Все закупки будут производиться за наличность

Баланс денежной наличности при перечисленных условиях будет выглядеть следующим образом:

Таблица 18

Баланс денежной наличности (у.е.)

Баланс денежной наличности на начало года	***110 000***
+ поступления от продаж 220 000 * 0.9	198 000
+ дебиторская задолженность 220 000 * 0.1	22 000
	220 000
+Поступления от эмиссии облигаций	100 000
Совокупные денежные поступления	***430 000***
- приобретение собственности	15 000
- закупки оборудования	20 000
- закупки сырья и материалов (за наличность 50 %) 69 000/2	34 500
- оплата затрат труда	42 000
- оплата расходов на реализацию продукции	24 200
- оплата кредиторской задолженности по балансу на начало года	26 000
- Оплата общезаводских расходов за вычетом амортизации (21 000 - 11 300)	9 700
Совокупные денежные расходы	***171 400***
Денежный баланс на конец года	***258 600***

Теперь можно приступать к формированию перспективного баланса (отбюджетировать баланс). Бюджетирование – это не просто составление финансового плана, но и обязательный учет и контроль исполнения этого плана. Система бюджетирования предполагает регулярную корректировку бюджетов в зависимости от результатов предшествующей деятельности и от того, насколько эта деятельность соответствовала плану. Всякое изменение внешней или внутренней среды приводит к корректировке бюджета.

В целом, бюджеты отличаются от традиционных форм бухгалтерской отчетности настолько, насколько бухгалтерский учет отличается от управленческого. Кроме того, они делают управление финансами более прозрачным, что в определенных ситуациях может быть негативно воспринято отдельными руководителями (табл. 19).

Таблица 19

Отбюджетированный баланс(у.е.)

Баланс	
Активы	
Текущие активы	
Наличные деньги	258 600
Дебиторская задолженность	22 000
Запасы	33 000
Совокупные текущие активы	***313 600***
Фиксированные активы	
Собственность	215 000
Сооружения и оборудование	365 200
Совокупные фиксированные активы	580 200
Совокупные активы	***893 800***
Пассивы	
Пассивы и акционерный капитал	
Кредиторская задолженность	22 000
Выплаты по облигациям (140 000 + 100 000)	240 000
Совокупные пассивы	***262 000***
Акционерный капитал	
Обыкновенные акции	215 000
Нераспределенная прибыль (341 000 + 75 800)	416 800
Совокупный акционерный капитал	***631 800***
Совокупные пассивы и акционерный капитал	***893 800***

Практика успешной предпринимательской деятельности сформулировала следующие правила бизнес-планирования:

1. В бизнесе не должно быть революций. Практика показывает, что прогноз, положенный в основу плана, не должен сильно отличаться от отчетного периода.

2. Обязательна подробная детализация и постоянный пересмотр бизнес-плана. Если фактические показатели за неделю или 2 недели не выполнены, следует пересмотреть бизнес-план и учесть открывшиеся обстоятельства.

3. Использование принципа «плохой погоды». Как известно, любое событие имеет «вилку» результатов: плохой – хороший. В бизнес-плане следует учитывать наихудший вариант.

ТЕМА 5. Организация собственного дела

5.1. Экономическая устойчивость предпринимательской единицы

Организуя собственное дело, предприниматель создает субъект хозяйствования или предпринимательскую единицу. Предпринимательская единица выступает в качестве субъекта ведения хозяйственной деятельности. Чаще всего в качестве предпринимательской единицы выступает предприятие. Предприятие как субъект предпринимательства, как сложная экономическая система развивается и имеет свой жизненный цикл.

Жизненный цикл предпринимательской единицы – это стадии, которые отражают состояние его экономики: организации предприятия; становления; ускорения роста; за-

медления роста; зрелости; спада деловой активности; банкротства (рис. 17).

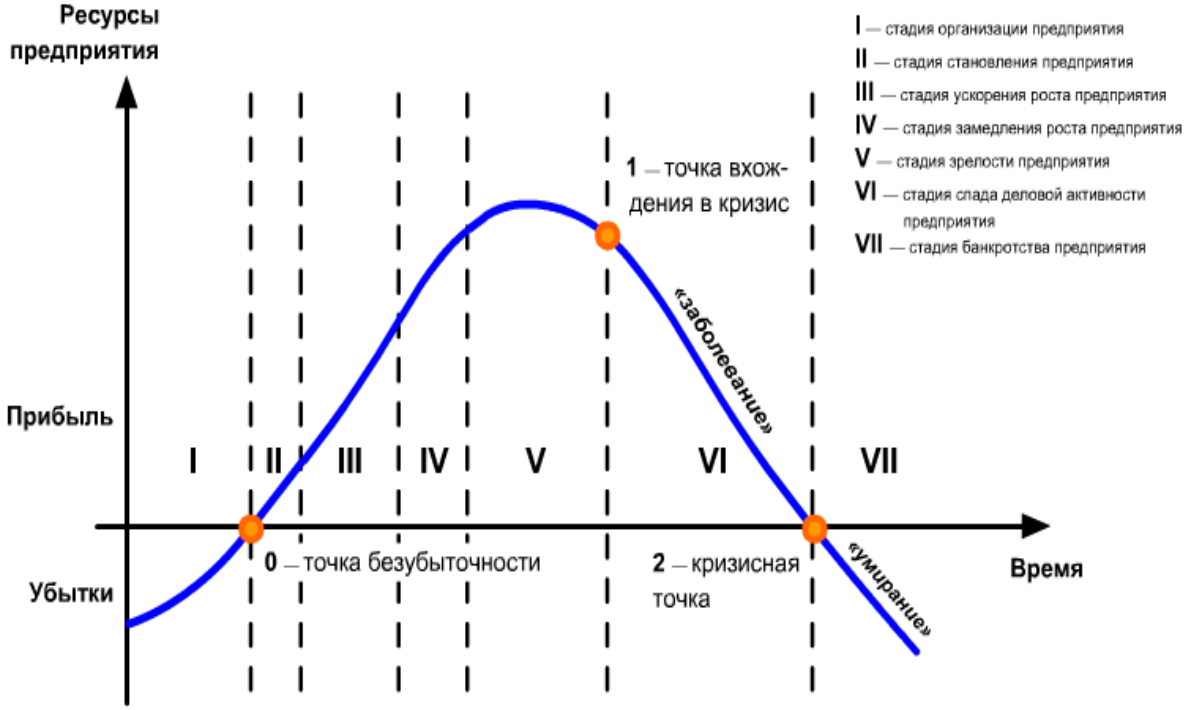


Рис. 17. Жизненный цикл предпринимательской единицы

Цикличность развития означает, что на каждой из стадий могут наблюдаться кризисные явления. Разрабатываемые технологии ориентированы на создание условий, обеспечивающих жизнеспособность хозяйственной системы в случае резких изменений внешней экономической среды.

Предпринимательская единица в стадии зрелости предполагает продолжительное устойчивое развитие, что предполагает не только обоснование и выбор способов и методов достижения основной цели – оптимизации прибыли, но и предвидение возможных кардинальных изменений ситуаций, включая кризисную. Устойчивое развитие невозможно без наличия экономической устойчивости предпринимательской единицы, формируется посредством обеспечения:

1. экономической эффективности;
2. конкурентоспособности продукции;
3. финансовой устойчивости.

Схема взаимозависимости компонентов экономической устойчивости как важнейшего условия устойчивого развития предпринимательской единицы приведена на рис. 18.

Экономическая эффективность есть результат сбалансированности внутренних параметров и ресурсов предприятия, вследствие чего оно способно противостоять воздействию внешней среды.

На практике это означает такое положение дел, когда продукция предприятия обеспечивает уровень спроса на нее, необходимый для покрытия расходов и получения выгоды.

Конкурентоспособность, качество и цена продукции обеспечивают востребованность ее потребителями и возможность успешной реализации на рынке.

Финансовая устойчивость характеризует способность предприятия отвечать по своим обязательствам, финансовую самодостаточность и независимость предприятия.

Основу экономической эффективности, конкурентоспособности и финансовой устойчивости составляют:

1) инновационность;
2) диверсификация;

3) гибкость производства;
4) динамичное организационное развитие предприятия.

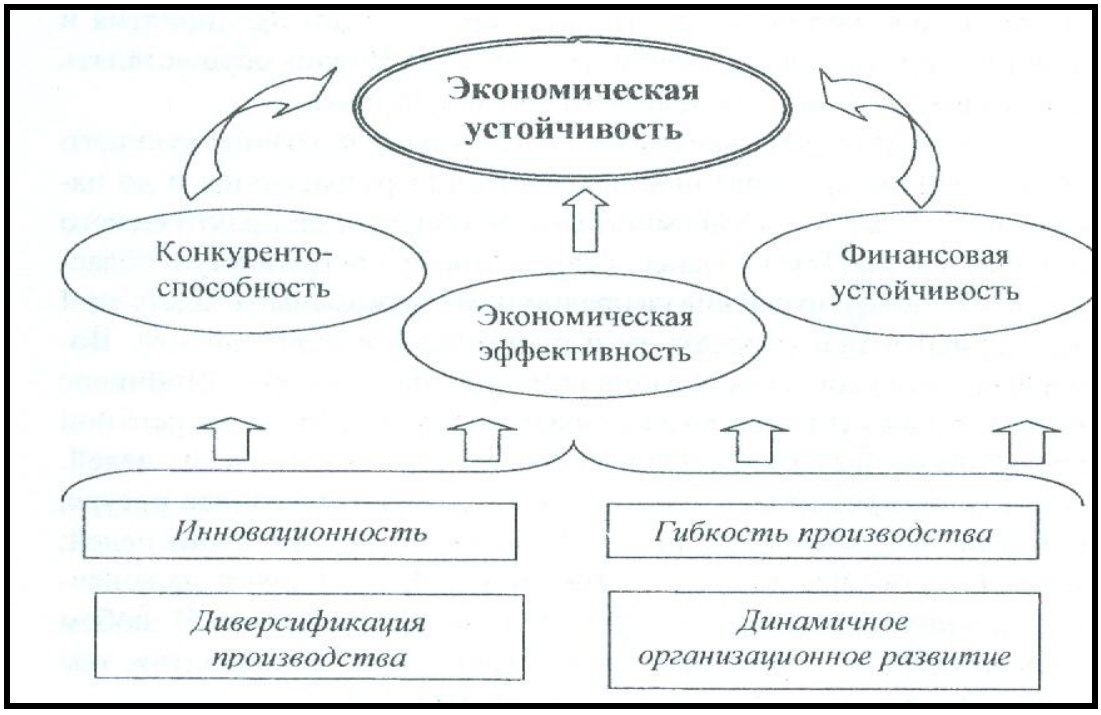


Рис. 18. Взаимосвязь элементов экономической устойчивости

Инновационность проявляется в использовании инноваций. Инновация – востребованный рынком результат творческого, интеллектуального труда человека, продукт научно-технической деятельности, приспособленный к использованию в обновлении товаров и услуг, технологии, организации и мотивации жизнедеятельности людей.

Инновационный процесс представляет собой совокупность последовательных действий, связанных с использованием новых знаний, результатов научно-технической деятельности для получения инновации и их использования в обновлении всех сфер жизнедеятельности человека. Высшей степенью инновационного хозяйствования является инновационный тип развития предприятия.

Диверсификация производства и продукции предполагает разнохарактерность используемых технологий, широкую номенклатуру и структуру производимой продукции и услуг, наличие резервов мощностей, кадрового потенциала.

Гибкость производства свидетельствует о его способности к адекватному реагированию на изменение рыночной конъюнктуры, настройка на максимальное удовлетворение спроса. Это свойство проявляется в наличии резервов мощностей, развитии внутрифирменного предпринимательства.

Динамичное организационное развитие предприятия обеспечивается адаптационными механизмами, приводящими в соответствие изменения внутренней организации предприятия и внешней среды. Оценку данного свойства можно осуществлять через эффективность менеджмента на предприятии.

В условиях переходной экономики проблемы неустойчивости предприятий как следствие их неготовности к изменившимся условиям хозяйствования усугубляются процессами формирования самой рыночной среды. Т. е. устойчивость должна достигаться при одновременном взаимосвязанном разрешении проблем микро- и макросреды. Тесное переплетение внешних и внутренних проблем определяет специфику трансформационного периода.

5.2. Характеристика основных организационно-правовых форм предприятий

Современное состояние рыночной экономики характеризуется развитием разнообразных форм предпринимательства, где, как уже отмечалось, ведущая роль принадлежит предпринимательским единицам (организациям). По юридическому статусу они делятся на две группы:

1. Без образования юридического лица;
2. С образованием юридического лица.

К первой группе относится индивидуальный предприниматель (далее – ИП). Эта организационно-правовая форма не имеет статуса юридического лица. ИП приобретает право на занятие предпринимательской деятельностью с момента государственной регистрации.

Преимущества индивидуального предпринимательства:

1. Более простая процедура государственной регистрации;
2. Единоличное владение и управление своим капиталом;
3. Упрощенная система налогообложения и ведение бухгалтерского учета.

К существенным недостаткам индивидуального предпринимательства можно отнести то, что ИП несет полную ответственность за результаты своей деятельности. В случае образования задолженности перед кредиторами он отвечает всем своим имуществом вплоть до его конфискации. ИП сам принимает решение, если хочет деятельность прекратить. Однако в случае банкротства или нарушения законодательства деятельность ИП может быть прекращена по решению суда.

Вторая группа – предпринимательские единицы – юридические лица.

Юридическое лицо имеет следующие признаки:

- имеет обособленное имущество;
- отвечает этим имуществом по своим обязательствам;
- может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права;
- несет обязанности;
- выступает в качестве истца и ответчика в суде;
- имеет самостоятельный баланс или смету.

Законодательство Республики Беларусь определяет следующие организационно-правовые формы юридических лиц:

1. Полное товарищество. Участники полного товарищества заключают между собой договор и в соответствии с ним занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества. Солидарно друг с другом несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества. Участник (лицо) может быть участником только одного полного товарищества

Фирменное наименование содержит имена (наименования) всех его участников либо одного с добавлением слов «компания» и «полное товарищество». Учредительным документом является учредительный договор, подписанный всеми его участниками. Управление осуществляется по общему согласию, но в учредительном договоре можно предусмотреть случаи, когда решение принимается большинством голосов. Если в учредительном договоре не установлено, что ведение дел все участники осуществляют совместно, либо оно поручено отдельным участникам, то каждый участник вправе действовать от имени товарищества. Минимальный уставный фонд законодательством не определен. Он определяется участниками. Участники к моменту регистрации обязаны внести не менее половины своего вклада, остальное – не позднее года с момента регистрации.

2. Коммандитное товарищество. Наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества всем своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников (вкладчиков, коммандитов), которые несут риск убытков, связанных с

деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

3. Общество с ограниченной ответственностью (ООО). Учреждается двумя или более лицами (количество учредителей может быть ограничено законодательством). Субсидиарная ответственность отсутствует. Уставный фонд разделен на доли, размер которых определяется учредительными документами. Участники ООО несут ответственность за деятельность общества в пределах внесенных долей. Минимальный уставный фонд законодательством не определен. На момент регистрации он должен быть сформирован не менее, чем наполовину, остальная часть – в течение первого года деятельности

4. Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) учреждается двумя или более лицами. В ОДО присутствует субсидиарная ответственность участников. Общество само расплачивается по своим долгам с кредиторами, а субсидиарная ответственность учредителей наступает только в случае отсутствия имущества у ОДО. Уставный фонд разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Законодательно величина уставного фонда не определена.

5. Акционерное общество (АО) – организационно-правовая форма организации, уставный фонд которой разделен на определенное число акций. АО не может быть создано одним лицом или состоять из одного лица. Если акции АО приобретены одним лицом, АО должно быть преобразовано в унитарное предприятие или ликвидировано. Уставный фонд формируется полностью до государственной регистрации. Уставный фонд АО составляется из номинальной стоимости акций, приобретенных акционерами. Акционерные общества создаются в виде открытых и закрытых акционерных обществ.

В открытом акционерном обществе (ОАО) участник может отчуждать принадлежащие ему акции без согласия других акционеров неограниченному кругу лиц. ОАО вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и свободную их продажу на условиях, установленных законодательством. Минимальный размер уставного фонда, установленный законодательством, – 400 базовых величин минимальной заработной платы (далее – БВ).

В закрытом акционерном обществе (ЗАО) участник может отчуждать принадлежащие ему акции с согласия других акционеров и (или) ограниченному кругу лиц. ЗАО не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции, либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц. Уставный фонд – 100 БВ. Число участников ЗАО не должно превышать числа, установленного законодательством. При превышении установленной численности участников подлежит преобразованию в течение года, а по истечении – ликвидации в судебном порядке (в настоящее время ЗАО не должно иметь больше 50 акционеров).

6. Производственный кооператив или артель (ПК). Участники ПК обязаны: внести имущественный паевой взнос; принимать личное трудовое участие в его деятельности (т. е. иметь с организацией трудовые отношения); нести субсидиарную ответственность по обязательствам ПК в равных долях, если иное не определено уставом, но не меньше величины полученного годового дохода в ПК.

Фирменное наименование ПК должно содержать наименование и слова «производственный кооператив» или «артель». Число членов кооператива не должно быть менее трех. Учредительным документом ПК является устав, утверждаемый общим собранием членов. Минимальный уставный фонд законодательством не определен, он определяется членами кооператива и должен быть сформирован к моменту регистрации не менее чем не 10 %. Оставшаяся часть должна быть внесена в течение года со дня государственной регистрации, если меньший срок не предусмотрен уставом.

7. Унитарное предприятие (УП) - коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней имущество. УП могут быть созданы в форме государственных (республиканские или коммунальные) либо частных. Рассмотрим сущность частных унитарных предприятий (ЧУП). Имущество ЧУП является неделимым и не мо-

жет быть разделено по вкладам (долям, паям). Имущество ЧУП находится в частной собственности физического лица (совместной собственности супругов или членов крестьянского фермерского хозяйства либо) либо юридического лица и принадлежащего ЧУП на праве хозяйственного ведения. Долевая собственность на ЧУП не допускается. В случае законного перехода имущества ЧУП к двум и более лицам может быть реорганизовано путем разделения (выделения) либо преобразования в иную организационную форму.

8. Крестьянское (фермерское) хозяйство (КФХ) – коммерческая организация, созданная одним гражданином (членами одной семьи), внесшим (внесшими) имущественный вклад, для осуществления предпринимательской деятельности. Эта деятельность по производству сельскохозяйственной продукции, а также по ее переработке, хранению, транспортировке и реализации, основанной на его (их) личном трудовом участии и использовании земельного участка, предоставленного для этих целей в соответствии с законодательством об охране и использовании земель.

5.3. Основные пути создания предпринимательской единицы

Предпринимательская деятельность всегда содержит элементы рыночной новизны. Организовать деятельность предпринимательской единицы (предприятия) можно путем:

1) создания нового предприятия;

2) покупки действующего предприятия, в том числе через долевое участие;

3) реорганизации действующего предприятия.

При создании (учреждении) нового предприятия существует проблема выбора типа предприятия. В данном случае тип предприятия обусловлен способом принятия решений в процессе производственной деятельности.

С этой точки зрения различают:

предприятие по типу предпринимательской фирмы;

предприятие по типу самоуправляющейся фирмы.

Предпринимательские фирмы – это производственные структуры, основанные, как правило, на единоличных решениях предпринимателя. Исторически они возникли первыми. Длительное время это был единственный тип производственных структур в рыночной экономике.

Позже, когда экономическая и предпринимательская среда сделала возможной экономическую демократию, появились самоуправляющиеся фирмы, которые представляют собой производственные структуры, где решения по поводу деятельности предприятия принимаются коллективно.

В состав руководящего органа в этом случае входят представители коллектива работников. Предприятие может быть самоуправляющейся структурой, но принадлежать одному лицу. В западной экономической науке даже выделяют специальный раздел – теория экономики, управляемой трудом. Эта теория связана с изучением деятельности фирм, организованных в основном на кооперативных началах, т. е. самоуправляющихся фирм, в которых решения принимаются по принципу «один человек – один голос».

Наиболее характерны предприятия такого типа для скандинавских стран и Германии. В немецких акционерных обществах, например, существуют законодательно установленные квоты на представителей персонала в правлении и контрольном (наблюдательном) совете. Фактически оба типа предприятий являются субъектами предпринимательской деятельности, но их системы управления имеют определенные особенности.

Более подробно процесс создания нового предприятия рассмотрим в п. 5.4, а теперь коснемся некоторых аспектов принятия решения относительно покупки действующего предприятия. Приобретение в собственность предприятия, в том числе на долевых началах, связано с проблемой вхождения покупателя в уже сформировавшийся процесс его функционирования. Покупка предприятия сопровождается, как правило, меньшим риском, чем создание нового. Это обусловлено тем, что у работающего предприятия уже имеется определенный круг покупателей продукции. Пройден начальный этап деятельно-

сти, что, однако, не исключает в дальнейшем ее изменения, трансформации в связи с постановкой других целей. Здесь существенное значение имеет исследование потенциального приобретения. В мировой практике применяется следующий алгоритм исследования потенциального приобретения предприятия (рис. 19). Как правило, в группу по изучению целесообразности приобретения включаются покупатель, юрист и бухгалтер, которые осуществляют разносторонний анализ деятельности приобретаемого предприятия.

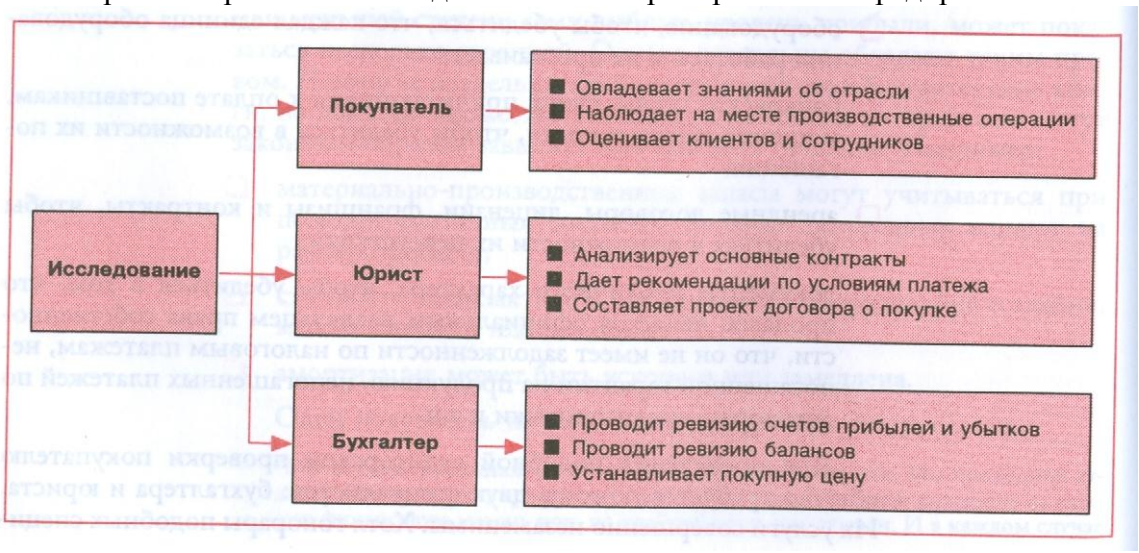


Рис. 19. Схема покупки предприятия

Конечным этапом исследования целесообразности покупки должно стать установление рыночной цены предприятия. Ее можно определить как на основе метода оценки чистой прибыли (прошлой и будущей), так и метода оценки активов (рис. 20).

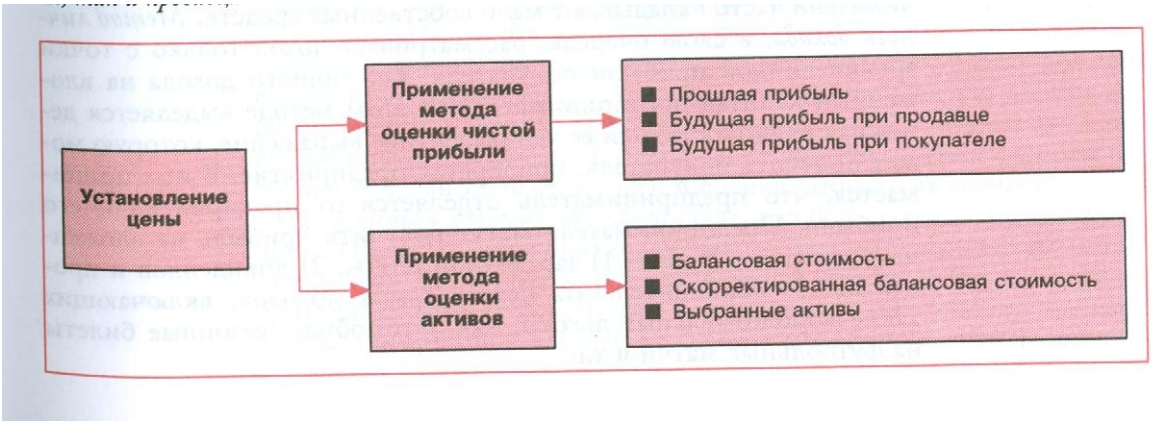


Рис.20. Определение цены предприятия

Рассмотрим пример применения метода определения цены на основе оценки ожидаемой чистой прибыли при покупателе. Предположим, Вы хотите купить книжный киоск, который по Вашим оценкам и проведенным исследованиям приносит ежегодно не менее 10 тыс. у. е. чистой прибыли. Предположим также, что ставка по депозиту составляет 16 % годовых. Тогда покупная цена книжного киоска должна быть значительно менее 62.5 тыс. у.е.

$$\frac{10\,000}{0.16} = 62\,500 \text{ у. е.}$$

Если же покупная цена будет 62 500 у.е. и более, то покупка теряет смысл, поскольку положив 62.5 тыс. у.е. на депозит под 16 % годовых можно иметь ожидаемый от по-

купки киоска годовой доход в 10 000 у.е.

Организация деятельности предпринимательской единицы путем реорганизации действующего предприятия направлена на поиск новых рыночных возможностей в области производства и затрагивает следующие процессы:

- формирование новой товарной политики предприятия;
- обновление технической политики предприятия;
- развитие организации.

Реорганизация предприятия предполагает совершенствование системы внутрипроизводственных экономических отношений, способствующее усилению предпринимательских начал внутри предприятия, внедрению внутрифирменного предпринимательства.

5.4. Общий алгоритм создания нового предприятия

Процесс организации нового предприятия состоит из нескольких принципиально разных этапов в состав которых включаются предынвестиционный, инвестиционный, запуск предприятия и рабочий этапы. Краткая характеристика этих этапов приведена в табл. 20.

Таблица 20

Характеристика основных этапов создания предприятия

Этап	Содержание работы
1. Предынвестиционный	Создание менеджмент-центра (органа управления) Обсуждение идеи проекта Определение источника финансирования Подбор площадки для строительства Согласование с землевладельцем Маркетинговые исследования Разработка бизнес-плана Принятие решения о строительстве предприятия
2. Инвестиционный	Учреждение предприятия Обеспечение финансовыми ресурсами Оформление землепользования Технологическое и строительное проектирование Строительство Инженерное обеспечение: а) закупка серийного оборудования; б) заказ нестандартного оборудования; в) установка и наладка Разработка организационной структуры предприятия Наем и обучение персонала Разработка рабочего плана маркетинга Разработка системы дистрибуции Выбор поставщиков сырья и комплектующих Финансовое планирование Детализация маркетинговых стратегии
3.Послеинвестиционный (запуск предприятия)	Производство: разработка технологических и внутрифирменных логистических процедур; разработка положений отделов и должностных инструкций; разработка штатного расписания; разработка положения об оплате труда; оформление на работу персонала; закупка сырья и комплектующих изделий; постановка бухгалтерского учета; отладка технологии; выполнение плана по выпуску опытной партии;

	организация контроля качества продукции; оснащение помещений; анализ эффективности опытных продаж (за 3 месяца). Сбыт и продвижение: разработка стратегий сбыта на длительный период; детализация плана по сбыту; рекламная кампания; оперативные маркетинговые исследования; заключение договоров и поставка продукции; разработка документооборота сбыта; маркетинг-контроллинг (расчет прибыльности клиентов и каналов сбыта); составление базы данных клиентов
4. Рабочий	Производство: выполнение плана производства; текущее обслуживание оборудования; оценка труда работников; оптимизация закупки сырья и комплектующих; текущий контроль качества продукции; оптимизация производственных процессов; оптимизация процессов логистики; устранение рекламаций; экономический анализ производственной себестоимости Сбыт: выполнение плана по сбыту; расширение базы данных клиентов; оценка труда менеджеров по сбыту; оптимизация маркетинговых мероприятий; поиск новых заказов; оперативное планирование сбыта; оптимизация системы дистрибуции; анализ рекламаций; анализ требований рынка; анализ эффективности сбыта и маркетинга (по товарам, каналам и клиентам)

Предынвестиционный этап включает в себя формирование менеджмент-центра – группы заинтересованных лиц, готовых внести личный материальный или финансовый вклад в создаваемое предприятие. Будущие собственники (акционеры) имеют возможность привлечь специалистов, которые в дальнейшем могут стать руководителями предприятия.

Менеджмент-центр обсуждает предпринимательскую идею: чем будет заниматься создаваемое предприятие, каким будет его размер с точки зрения объемов выпуска продукции, кто будет потребителем данной продукции и т. д.

На предынвестиционном этапе крайне важна проработка вариантов выбора места размещения строящегося предприятия с учетом налогов, близости к сырьевой базе, удобства доставки товара в места продаж, возможностей получения в требуемых количествах электричества, газа, горячей и холодной воды.

На этом же этапе проводятся глубокие (стратегические) маркетинговые исследования. Задачей исследований является не только получение текущей информации, но и составление на основании этой информации прогноза будущего состояния рынка, объема и характера спроса.

Естественно, если предприятие создается в сфере торговли и других услуг, то содержание алгоритма действий будет иным. При этом вне зависимости от типа предприятия, нужно обратить внимание на обязательное проведение маркетинговых исследований и на разработку бизнес-плана. Это нужно для того, чтобы уменьшить риск организации

неудачного бизнеса, когда вложенные средства не могут обеспечить получение достаточной прибыли.

На первом этапе выявляются предпочтения потребителей в отношении свойств товаров, а затем делается прогноз того, как может измениться значимость этих свойств в глазах потребителей со временем. Это является трудной задачей, поэтому необходимо правильно выбрать соответствующий метод исследования. Неправильная оценка тенденций в предпочтениях потребителей может привести к неудаче инвестиционного проекта. Хорошо, если участниками опроса станут не только потребители, но и профессионалы, давно работающие в данной области, например сотрудники торговых компаний.

Общий алгоритм действий на предынвестиционном этапе приведен на рис. 21.

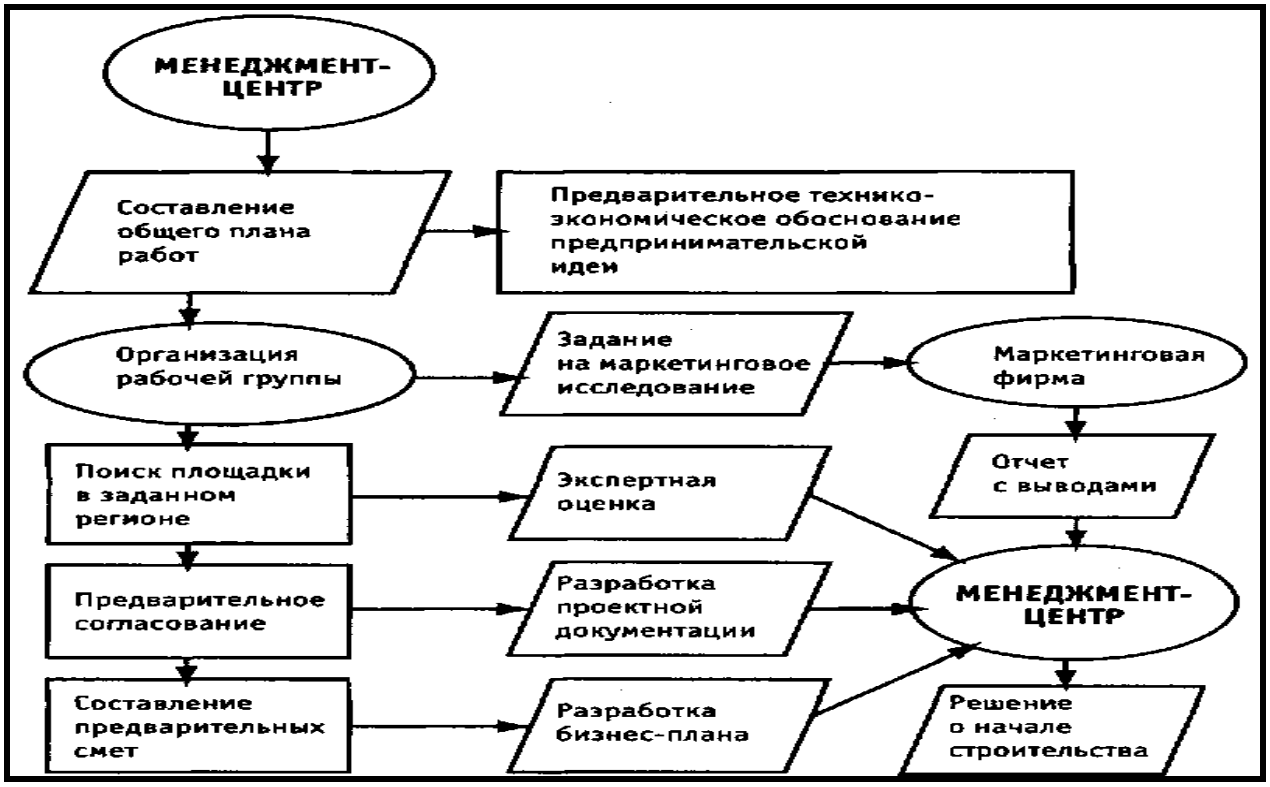


Рис. 21. Содержание предынвестиционного этапа

Инвестиционный этап – наиболее ресурсоемкий период создания предприятия, связанный с большим объемом инженерно-строительных работ. На этом этапе разрабатываются технические строительные проекты, а затем осуществляются строительно-монтажные работы. Одновременно на основании бизнес-плана составляются подробные маркетинговые программы (план маркетинга). При этом могут корректироваться некоторые положения бизнес-плана в отношении стратегий, расходов на продвижение продукции на рынок и даже структура ассортимента.

На этом этапе важно организовать контроллинг производственных и рыночных процессов. Задача контроллинга состоит в том, чтобы оперативно вносить изменения в проектные и строительные работы, если изменилась рыночная ситуация. Следовательно, опережающее внимание контроллеров должно быть обращено на внешнюю среду. Особенное внимание должно быть уделено, как уже упоминалось ранее, оценке характера и состояния спроса на данную продукцию, изменению поведения конкурентов, которые узнали о строительстве нового предприятия, появлению новых конкурентов. Другими словами, должен быть налажен стратегический контроллинг финансовых и маркетинговых показателей.

В завершающей стадии строительства начинаются мероприятия по распространению информации о начале работы нового предприятия, например, публикации редакционных статей, посвященных открытию нового предприятия, т.е. проводится пиар-кампания. Кроме этого, должны быть полностью проработаны следующие вопросы:

1) по каким сбытовым каналам будет осуществляться доставка продукции потребителям;
2) имеет ли отдел сбыта детальный план по сбыту;
3) по какой цене начнется реализация первых партий продукции и будет ли она изменяться в будущем;
4) разработаны ли система скидок и другие мероприятия по стимулированию сбыта для посредников и потребителей;
5) в каком объеме и где будет осуществляться реклама;
6) какие мероприятия по продвижению будут проведены в местах продаж;
7) изготовлены ли представительские материалы для сотрудников отдела сбыта;
8) готов ли сайт предприятия;
9) имеет ли отдел сбыта телефонную, факсимильную и электронную связь;
10) подготовлены ли необходимые финансовые ресурсы для выхода предприятия на рынок.

Разрабатывается организационная структура предприятия и его подразделений. Проводится работа по исследованию рынка труда, подбираются кандидаты на руководящие и исполнительные должности.

На этапе запуска предприятия осуществляется производство опытной партии, заключаются первые сделки, проводится активная рекламная кампания и другие мероприятия по продвижению. Необходимо осуществлять контроллинг принимаемых оперативных решений, чтобы они не противоречили выбранным стратегиям. Задача контроллера состоит в сравнении показателей, имеющихся в бизнес-плане, с реально достигнутыми результатами.

В случае необходимости производится корректировка стратегии и тактики завоевания рынка. На этом этапе происходит отладка технологических процессов производства, взаимодействия подразделений, определяется реальная себестоимость производимой продукции, оцениваются результаты сбытовой деятельности, изучается мнение потребителей о качестве товаров предприятия. Также должна быть дана оценка поведения конкурентов и намечены экстренные меры по преодолению их сопротивления.

Можно условно считать, что этап запуска предприятия завершается, когда предприятие достигает точки безубыточности и в основном охвачены целевые сегменты потребителей. Существует ряд объективных маркетинговых показателей, позволяющих оценить положение на рынке как компании в целом, так и конкретной торговой марки. К таким показателям относятся:

1) рыночные доли компании и ее торговых марок;
2) уровень известности компании и ее торговых марок;
3) уровень удовлетворенности потребителей;
4) уровень повторных покупок и т.д.

Задача отдела маркетинга состоит в замерах этих индикаторов и в разработке соответствующих предложений для руководства предприятия.

Рабочий этап начинается после того, как предприятие закрепилось на рынке и достигло запланированных целей. На этом этапе разрабатываются новые цели и стратегии развития предприятия. В плане текущей деятельности основное внимание уделяется производственно-сбытовым бизнес-процессам с целью повышения конкурентоспособности, развития существующего бизнеса и снижения издержек. Ведущая роль принадлежит оперативному маркетингу, а функции стратегического маркетинга сокращаются. При этом могут быть сокращены и штатные единицы маркетологов-аналитиков. С целью сохране-

ния потенциала предприятия в области стратегического планирования маркетологам – аналитикам может быть предложено создать дочернюю консалтинговую компанию.

Для анализа работы предприятия используются финансовые, маркетинговые и управленческие инструменты. На данном этапе должно быть четкое понимание, какого положения на рынке добилось предприятие (доля рынка, занятые сегменты, уровень имиджа, реальное качество продукции, выгодное позиционирование, число лояльных потребителей и т. д.).

5.5. Порядок регистрации индивидуального предпринимателя (ИП)

Индивидуальный предприниматель может осуществлять предпринимательскую деятельность с момента государственной регистрации. Порядок регистрации ИП состоит из следующих шагов. В самом начале следует выбрать вид экономической деятельности и уточнить, не является ли этот вид деятельности лицензируемым, т.е. требующим специального разрешения. При необходимости наличия лицензии ее следует предварительно получить в лицензирующем органе. Затем осуществляется юридическое оформление права предпринимательской деятельности. Оно происходит в соответствии с Декретом Президента Республики Беларусь 16.01.2009 № 1[17]. Для регистрации в администрацию района по месту жительства необходимо представить:

1. заявление о государственной регистрации установленной формы;
2. фотографию гражданина, обратившегося за государственной регистрацией;
3. лицензию при ее необходимости;
4. документ, удостоверяющий личность;
5. оригинал либо копию платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины – 0,5 базовой величины.

Отказ в регистрации может быть дан в случаях непредставления в регистрирующий орган всех необходимых для государственной регистрации документов, а также оформления заявления о государственной регистрации с нарушением требований законодательства.

Получив в течение одних суток свидетельство о государственной регистрации, ИП может осуществлять свою деятельность. Наличие у индивидуального предпринимателя свидетельства о государственной регистрации является основанием для обращения за изготовлением печатей (штампов) в организации, осуществляющие данный вид деятельности, а также за совершением иных юридически значимых действий. Получения специальных разрешений на изготовление печатей (штампов) не требуется.

В установленном порядке ИП в течение 5 дней будет также поставлен на учет в налоговом органе, органах государственной статистики, органах Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь, зарегистрирован в Белорусском республиканском унитарном страховом предприятии «Белгосстрах». Документом о постановке на учет в налоговом органе является извещение о присвоении учетного номера плательщика (УНП), которое выдается заявителю. УНП не меняется. При утере извещения выдается его дубликат.

Местом жительства плательщика признается место (населенный пункт, дом, квартира или иное жилое помещение), где это физическое лицо постоянно или преимущественно проживает, а при невозможности установить такое место – место прописки (регистрации) или иное место, указанное в паспорте или другом удостоверении личности, либо место нахождения имущества этого лица.

ИП в соответствии с законодательством подлежит социальному страхованию на случаи достижения пенсионного возраста, инвалидности и потери кормильца (пенсионное страхование) и на случаи временной нетрудоспособности, беременности и родов, рожде-

[17] О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования: Декрет Президента Республики Беларусь 16 января 2009 г. N 1 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 19 января 2009 г. N 1/10418

ния ребенка, ухода за ребенком до достижения им возраста трех лет, смерти застрахованного или члена его семьи (далее – социальное страхование).

ИП уплачивает обязательные страховые взносы в размере 30 и 6 процентов и от определяемого им дохода, но не менее суммы названных взносов, исчисленной в том же размере от величины бюджета прожиточного минимума (БПМ) семьи из 4-х человек в среднем на душу населения.

Если ИП принимает на работу работника, он должен зарегистрировать работника как плательщика в Фонде и уплачивать соответствующие взносы, а также застраховать его от несчастного случая на производстве или профессионального заболевания.

ИП, оказывающий бытовые услуги населению, обязан в соответствии с Постановлением Совета Министров №1590 от 14.12.2004 года[18]:

согласовать режим работы с местными органами власти;

обеспечить необходимую информацию для потребителя (ФИО, перечень услуг, сведения о государственной регистрации, режим работы, цены, правила и иную информацию);

получить Книгу жалоб и предложений. Книга выдается и регистрируется в налоговом органе по месту постановки на учет, хранится в установленном порядке. В книгу вносятся предложения и замечания граждан, в данном случае о деятельности ИП, о качестве оказываемых им услуг. ИП должен помнить об ответственности, которая наступает при несоблюдении требований законодательства о порядке ведения книги (штраф в размере от 4 до 10 базовых величин)

Несколько практических советов:

открывая дело, получите информацию от специалистов, какие юридические и иные действия Вы должны совершить, чтобы не нарушать установленные законодательством требования;

помните: всякое нарушение влечет наказание;

посоветуйтесь с теми, кто ведет такие дела, они поделятся с Вами опытом из практики;

Вы обязательно добьетесь успеха, если любите избранное Вами дело;

знайте, что успех притягивает успех;

помните, что индивидуальное предпринимательство – это первая ступенька к большому бизнесу.

5.6. Особенности регистрации юридического лица

Следует помнить общее правило для всех коммерческих организаций – юридических лиц: до подачи в регистрирующий орган для государственной регистрации документов собственник имущества должен согласовать с регистрирующим органом наименование организации. Эта процедура регулируется Положением о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций, утвержденным постановлением Совмина от 05.02.2009 № 154[19], и конкретизируется постановлением Минюста от 05.03.2009 № 20 «О согласовании наименований юридических лиц»[20].

В соответствии с белорусским законодательством согласование наименования юридического лица производится уполномоченным сотрудником регистрирующего органа. Согласование происходит путем оценки предложенного заявителем наименования

---

[18]. Об утверждении правил бытового обслуживания потребителей: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 14 декабря 2004 г. N 1590 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 20 декабря 2004 г. N 5/15304

[19] Об утверждении положения о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 5 февраля 2009 г. N 154 //Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 11 февраля 2009 г. N 5/29271

[20] О согласовании наименований юридических лиц: Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 5 марта 2009 г. N 20 (в ред. постановлений Минюста от 02.07.2009 N 51от 14.05.2010 N 31) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 11 марта 2009 г. N 8/20603

(наименований) на предмет тождественности с наименованиями юридических лиц, внесенными в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, а также с ранее согласованными и зарезервированными наименованиями создаваемых юридических лиц, срок резервирования которых не истек.

Проверяется соответствие предложенных наименований требованиям законодательства в той очередности, в которой они указаны в заявлении, до первого наименования, соответствующего требованиям к наименованиям.

В регистрирующие органы для согласования наименования юридических лиц в отношении вновь создаваемых юридических лиц могут обратиться собственник имущества (учредитель, участник) либо его представитель, руководитель юридического лица либо его представитель, в отношении действующих юридических лиц – руководитель юридического лица либо представитель юридического лица.

Для согласования наименования в регистрирующий орган заявителями представляются заявление установленной формы и копия документа, подтверждающего полномочия заявителя.

Заявитель при обращении в регистрирующий орган, как правило, предлагает для согласования один или несколько вариантов наименований юридического лица. До обращения в регистрирующий орган заявитель может проверить выбранное наименование с помощью перечня согласованных (зарезервированных) наименований юридических лиц, размещаемого Министерством юстиции в глобальной компьютерной сети Интернет на официальном сайте Министерства юстиции Республики Беларусь (www.egr.minjust.by).

Юридическое лицо может иметь сокращенное наименование, то есть наименование, определяемое в целях упрощения взаимоотношений между участниками гражданского оборота собственником имущества юридического лица (учредителями, участниками) в учредительных документах при наличии сложного и многословного полного наименования юридического лица. Согласованию подлежат полное и сокращенное наименования. Наименование юридического лица должно указываться на русском и белорусском языках.

По результатам рассмотрения наименований юридического лица заявителю выдается письменное подтверждение о согласовании наименования по форме, утверждаемой Министерством юстиции. При наличии оснований для отказа в согласовании наименований заявителю сообщается письменно. Согласованное наименование юридического лица регистрирующим органом вносится в базу данных согласованных наименований и размещается в глобальной компьютерной сети Интернет на официальном сайте Министерства юстиции.

Заявители, которым согласовано наименование, в течение трех месяцев со дня согласования обязаны использовать это наименование для государственной регистрации создаваемого юридического лица.

Одновременно с согласованием наименования юридического лица следует определить его предполагаемое место размещения, а также принять решение о создании организации.

Вопрос о предполагаемом месте размещения юридического лица может быть решен следующим образом. Собственник может иметь собственное помещение или взять помещение в аренду. В случаях, предусмотренных Декретом Президента от 16 января 2009 г. №1 «О государственной регистрации и ликвидации (прекращения деятельности) субъектов хозяйствования»[21], местонахождением частного унитарного предприятия может являться жилое помещение (квартира, жилой дом) физического лица - собственника имущества частного унитарного предприятия. Тем не менее, осуществление производственной деятельности (выполнение работ, оказание услуг) в жилом помещении, являющемся

[21] О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования: Декрет Президента Республики Беларусь 16 января 2009 г. N 1 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 19 января 2009 г. N 1/10418

местонахождением частного унитарного предприятия, не допускается. В определенном законодательством порядке его следует перевести из жилого в нежилое помещение.

Решение о создании унитарного предприятия оформляется решением учредителя, а товариществ и обществ — протоколом собрания учредителей, протоколом учредительного собрания и/или учредительным договором. Эти документы понадобятся при открытии временного счета, если уставный фонд будет формироваться деньгами.

При создании юридического лица оформляется устав, который утверждается для унитарного предприятия решением учредителя, а для товариществ и обществ — протоколом учредительного собрания.

В настоящее время требование законодательства о соблюдении минимальных размеров уставного фонда отменено (минимальные размеры остались только для ЗАО — 100 БВ, ОАО — 400 БВ и юридических лиц с иностранными инвестициями — не менее 20 000 долл. США). Таким образом, учредители могут определить любой размер уставного фонда. Однако вряд ли целесообразно формировать его в небольшом размере (например, 1 000 или даже 10 000 руб.). Сразу после регистрации юридическое лицо сталкивается с вопросами арендной платы, закупки товаров, выплаты зарплаты работникам и т.д. А поскольку деятельность только начинается и прибыли может пока не быть, именно уставный фонд и можно использовать для этих целей.

При формировании уставного фонда в денежной форме необходимо открыть в одном из банков Беларуси временный счет, на который будут вноситься денежные средства. Позже, когда будет открываться расчетный счет, нужно будет временный счет закрыть и распорядиться перечислить деньги на расчетный счет. При формировании уставного фонда в неденежной форме до подачи документов в исполком необходимо провести оценку стоимости неденежного вклада.

На момент осуществления государственной регистрации уставные фонды акционерных обществ и юридических лиц с иностранным капиталом, должны быть сформированы в размере не ниже минимального размера, предусмотренного законодательством, других коммерческих организаций - в размерах, предусмотренных их уставами (учредительными договорами - для коммерческих организаций, действующих только на основании учредительных договоров).

Для государственной регистрации коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе коммерческих организаций с иностранными инвестициями, в регистрирующий орган представляются:

- заявление о государственной регистрации;
- устав (учредительный договор - для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) в двух экземплярах, его электронная копия (в формате .doc или .rtf);
- учредители, являющиеся иностранными организациями, дополнительно представляют легализованную выписку из торгового регистра страны учреждения или иное эквивалентное доказательство юридического статуса организации.

Выписка должна быть датирована не позднее одного года до подачи заявления о государственной регистрации с переводом на белорусский или русский язык (подпись переводчика нотариально удостоверяется). Учредители – иностранные физические лица представляют также копию документа, удостоверяющего личность, с переводом на белорусский или русский язык (подпись переводчика нотариально удостоверяется).

- оригинал либо копия платежного документа, подтверждающего уплату государственной пошлины.

Истребование иных документов для государственной регистрации коммерческих и некоммерческих организаций, в том числе коммерческих организаций с иностранными инвестициями, запрещается.

Заявление о государственной регистрации юридического лица регистрации составляется по форме, установленной Министерством юстиции. Заявление о регистрации юри-

дического лица, создаваемого путем учреждения, подписывается собственником имущества или учредителями (участниками) юридического лица. Если количество учредителей (участников) организации более трех, они вправе уполномочить одного из них на подписание заявления, о чем должно быть указано в документе, подтверждающем намерения о создании организации.

Если собственником имущества или учредителем (участником) является юридическое лицо, заявление о государственной регистрации подписывает руководитель этого юридического лица или иное лицо, уполномоченное в соответствии с уставом (учредительным договором – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) или доверенностью действовать от имени этого юридического лица.

При подаче заявления о государственной регистрации граждане предъявляют документы, удостоверяющие личность, а также документы, подтверждающие их полномочия, если они представляют интересы юридического или физического лица.

В учредительных документах юридического лица должны определяться наименование юридического лица, место его нахождения, цели деятельности, порядок управления деятельностью юридического лица, а также содержаться другие сведения, предусмотренные законодательством о юридических лицах соответствующего вида.

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

В уставе юридического лица (учредительном договоре – для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) по желанию собственника имущества, учредителей (участников) юридического лица могут указываться виды деятельности, осуществляемые юридическим лицом.

Регистрирующим и иным государственным органам (организациям) запрещается требовать указания в уставе юридического лица (учредительном договоре - для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора), свидетельстве о государственной регистрации индивидуального предпринимателя осуществляемых ими видов деятельности.

В уставе общества с дополнительной ответственностью должна предусматриваться субсидиарная ответственность учредителей (участников) общества по его обязательствам в пределах, определяемых уставом, но не менее чем в сумме, эквивалентной 50 базовым величинам (БВ).

Коммерческие организации обязаны в двухмесячный срок внести в свои уставы (учредительные договоры – для коммерческих организаций, действующих только на основании учредительных договоров) изменения и (или) дополнения и представить их для государственной регистрации в случае смены собственника имущества или изменения состава учредителей (участников) организации. Исключение составляют акционерные общества, товарищества собственников, отдельные некоммерческие организации. В случае изменения местонахождения коммерческой организации такая организация в течение десяти рабочих дней со дня изменения местонахождения обязана направить в регистрирующий орган соответствующее уведомление.

За государственную регистрацию коммерческих организаций взимается государственная пошлина в размере – 5 БВ. Льготный размер госпошлины за регистрацию в размере 0,8 БВ установлен для создаваемых коммерческих организаций, в которых будет использоваться труд учащихся; коммерческих организаций, в которых число учредителей (участников) – инвалидов превышает 50 процентов; коммерческих организаций, создава-

емых организациями ветеранов, обществами инвалидов; а также сельскохозяйственных производственных кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств.

В соответствии с Декретом Президента Республики Беларусь от 16 января 2009 года №1[22] регистрирующие органы принимают документы, представленные для государственной регистрации, рассматривают их состав и содержание заявления о государственной регистрации, при необходимости разъясняют лицам, представляющим такие документы, правила их представления и оформления, предусмотренные законодательством. Государственная регистрация юридических лиц осуществляется следующими уполномоченными органами:

Национальным банком – банков и кредитно-финансовых организаций;

Министерством финансов – страховых организаций, страховых брокеров;

Министерством юстиции – торгово-промышленных палат;

облисполкомами и Минским горисполкомом – коммерческих организаций с иностранными инвестициями;

гор-, райисполкомами, администрациями районов г.Минска – других коммерческих организаций.

В день подачи документов, представленных для государственной регистрации, уполномоченный сотрудник регистрирующего органа ставит на уставе (учредительном договоре - для коммерческой организации, действующей только на основании учредительного договора) штамп, свидетельствующий о проведении государственной регистрации, выдает один экземпляр устава (учредительного договора) лицу, его представившему, и вносит в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей запись о государственной регистрации субъекта хозяйствования.

Он также представляет в Министерство юстиции необходимые сведения о субъектах хозяйствования для включения их в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Зарегистрированными считается юридическое лицо с даты проставления штампа на его уставе (учредительном договоре) и внесения записи о государственной регистрации юридического лица в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Наличие у юридического лица устава (учредительного договора) со штампом, свидетельствующим о проведении государственной регистрации является основанием для обращения за изготовлением печатей (штампов) в организации, осуществляющие данный вид деятельности.

В государственной регистрации юридического лица может быть отказано по следующим основаниям:

- непредставления в регистрирующий орган всех необходимых для государственной регистрации документов;
- оформления заявления о государственной регистрации с нарушением требований законодательства;
- представления документов в ненадлежащий регистрирующий орган.

При неосуществлении государственной регистрации юридического лица, уполномоченный сотрудник регистрирующего органа в день подачи документов ставит на заявлении о государственной регистрации соответствующий штамп и указывает основания, по которым не осуществлена государственная регистрация.

Свидетельство о государственной регистрации юридического лица подписывается уполномоченным сотрудником регистрирующего органа, заверяется оттиском печати для заверения свидетельств и иных документов, выдаваемых субъекту хозяйствования по результатам государственной регистрации, и является бланком строгой отчетности. Свидетельство о государственной регистрации установленного Советом Министров Республики

[22] О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования: Декрет Президента Республики Беларусь 16 января 2009 г. N 1 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 19 января 2009 г. N 1/10418

Беларусь образца выдается не позднее рабочего дня, следующего за днем подачи документов для государственной регистрации.

Регистрирующий орган в течение пяти рабочих дней со дня внесения записи о государственной регистрации субъекта хозяйствования в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей выдает документы, подтверждающие постановку на учет в налоговых органах, органах государственной статистики, органах Фонда социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты, регистрацию в Белорусском республиканском унитарном страховом предприятии "Белгосстрах".

Министерство юстиции вносит запись о включении субъекта хозяйствования в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей датой внесения регистрирующим органом соответствующей записи о государственной регистрации субъекта хозяйствования в данном регистре.

Руководитель организации несет ответственность за достоверность сведений, указанных в документах, представленных для государственной регистрации, включая заявление о государственной регистрации. Деятельность субъектов хозяйствования, государственная регистрация которых осуществлена на основании заведомо ложных сведений, представленных в регистрирующие органы, является незаконной и запрещается, а их государственная регистрация признается недействительной по решению хозяйственного суда. Доходы, полученные от такой деятельности, взыскиваются в местные бюджеты в судебном порядке.

При обнаружении оснований для аннулирования государственной регистрации органы Комитета государственного контроля, прокуратуры, внутренних дел, Комитета государственной безопасности, Министерства по налогам и сборам и иные уполномоченные органы вносят представление в регистрирующий орган для принятия решения об аннулировании государственной регистрации.

ТЕМА 6. Производственная предпринимательская деятельность

6.1. Сущность производственного предпринимательства

Производство является процессом создания материальных благ и услуг, необходимых для существования и развития общества. Созданные в процессе производства блага завершают своё движение в процессе потребления. В системе рыночного хозяйства непосредственной целью производства является получение прибыли. Общество не может перестать потреблять, не может и перестать производить, следовательно, общество не может существовать, не воспроизводя постоянно все элементы производства. В этом смысле производственное предпринимательство является определяющим видом предпринимательской деятельности, создающим основу богатства страны. Предприниматели, занятые производством конкретных товаров, оказанием различных видов услуг для потребителей, создают новую стоимость. В рамках общества – это валовой внутренний продукт.

Производственная деятельность предприятия, которую следует рассматривать как воспроизводственный процесс, включает в себя следующие этапы:

1) ввод требуемых факторов производства в производственный процесс (с требуемыми качественными и количественными характеристиками);

2) осуществление операций технологического процесса;

3) выход результата осуществленного технологического процесса.

Такой подход называется процессным и хорошо согласуется с системным подходом (рис. 22).

Рис. 22. Схема производственной деятельности

Предприниматель отличается от других хозяйственных субъектов умением по-новому, наиболее эффективно использовать факторы производства, что и обеспечивает предпринимательскую прибыль.

Решения по вводу ресурсов являются предпринимательскими и связаны с ответами на следующие вопросы:

• какой объем определенного ресурса использовать для достижения намеченной цели?

• на производство каких видов продукции следует использовать определенный ресурс с наибольшей выгодой в условиях его ограниченности?

• каким наиболее эффективным должно быть сочетание ресурсов и их замена в производстве?

Ответы на эти вопросы определяются на основе учета следующих закономерностей использования ресурсов:

1. Объем одного вида вводимого ресурса можно увеличивать до тех пор, пока при прочих равных условиях стоимость прироста продукции (ΔCn) превышает стоимость прироста ресурса $\Delta C\,p$.

$$\Delta C\,n > \Delta C\,p$$

2. Начиная с определенного момента, увеличение объема вводимого ресурса (V) не будет увеличивать добавочный продукт (Д) адекватно увеличению ресурса (С). В этом заключается суть закона убывающей отдачи, или доходности (рис. 23).

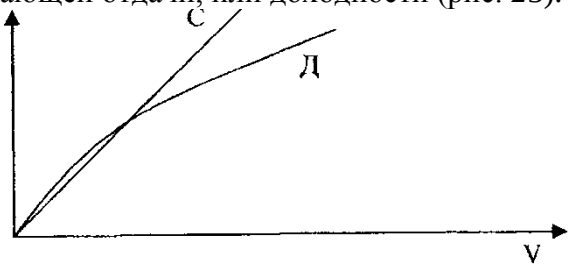


Рис. 23. Закон убывающей доходности

Однако следует иметь в виду, что закон убывающей доходности справедлив только для кратковременного периода и фиксированных инвестиций. В долгосрочном периоде научно-технические достижения будут способствовать более эффективному использованию ресурсов и увеличению инвестиций и доходов.

3. Замена одного ресурса другим экономически эффективна в том случае, если при сохранении неизменным объема производства продукции стоимость замещающего ресурса меньше, чем затраты на замену ресурса. Алгоритм распределения ресурсов следующий:

• рассчитывается показатель приращения выпуска продукции для каждого последующего внесения одной и той же величины ресурса ΔV;

• рассчитывается показатель стоимости приращения выпуска продукции

$$\Delta\,Cn = Ц * \Delta V,$$

где Ц – цена единицы продукции;

• рациональное распределение ресурса производится среди продуктов, для которых

показатель стоимости приращения выпуска продукции максимален, т. е. справедливо условие:

$$\Delta C_{max} > \Delta C_{n1}; \Delta C_{n2}; \Delta C_{n3}; \ldots$$

6.2. Основные факторы организации производства

Предпринимательская деятельность в области производства товаров, работ, услуг всегда содержит элементы рыночной новизны. Она достаточно сложна в организации и управлении. Проблемы организации и управления производством могут возникнуть под воздействием как внешних, так и внутренних факторов.

Отправной точкой организации предпринимательской деятельности в сфере производства является анализ информации. Поскольку все предпринимательские решения основаны на спросе, важное значение имеет информация, полученная в результате маркетинговых исследований. Анализу должны быть подвергнуты факторы макросреды, в первую очередь, экономические и технологические. Обязательно анализируются цели и ресурсы предприятия (как настоящие, так и будущие).

На основе полученной информации принимаются стратегические решения. Они касаются двух аспектов. Первый аспект – это производственные капиталовложения, обусловленные долгосрочными прогнозами сбыта. Эти прогнозы определяют мощности для удовлетворения перспективного спроса. Второй аспект – это размещение производства, которое также связано с капиталовложениями.

Решения о капиталовложениях тесно связаны с сущностью и формой производственных процессов. В отдельных случаях такие решения принимаются на много лет вперед. Например, сталелитейная и химическая отрасли содержат сложные капиталоемкие производственные процессы, поэтому существенное увеличение их производственных мощностей может быть осуществлено только за счет переоборудования существующих предприятий или строительства новых. Естественно, решения о капиталовложениях такого масштаба принимаются не часто, а если и принимаются, то проходит много лет, прежде, чем предприятие начнет работать на полную мощность. В некапиталоемких отраслях, например, в легкой промышленности, даже фундаментальные изменения их производственных процессов осуществляются без особых проблем (более подробно вопросы формирования и финансирования производственной базы будут рассмотрены в следующем параграфе).

Важное значение имеет выбор технологии производства. Как известно, в зависимости от технологии производства существуют три типа производственных систем. Один из типов основан на дискретном производстве, другой на непрерывном, третий занимает промежуточное положение.

Предпринимательское решение по выбору типа производственной системы зависит от рынка, который она обслуживает, стратегии маркетинга и вида продукции. Наиболее распространенным примером дискретного производства является работа по заказам, когда предприятие производит специализированную продукцию по индивидуальной спецификации каждого потребителя (единичное производство).

Непрерывное производство в виде потока организуется при выпуске однородной продукции для массового сбыта и распределения. При выпуске различных версий основного изделия производство организуется партиями (серийное производство). Заказ и партия относятся к сегментированному рынку, а поток – к недифференцированному.

При выборе типа производственной системы также учитываются уровень затрат на единицу продукции и время, необходимое для производства. Обычно существует значительная разница между инвестициями в дискретную и непрерывную производственные системы. Последняя, как правило, требует более крупных инвестиций в связи с применением специального оборудования и большим числом операций. Производственный цикл в непрерывном производстве обычно короче, чем в дискретном. В дискретных производственных системах основные маркетинговые усилия направлены на получение и вы-

полнение индивидуальных заказов на различные изделия. При непрерывном производстве усилия направляются на развитие каналов распределения для крупных объемов продукции и на то, чтобы убедить потребителя принять стандартизированную продукцию.

Важное значение имеет выбор места расположения производства. Очевидно, оно размещается между поставщиками ресурсов для производства и потребителями произведенной продукции (рис. 24).

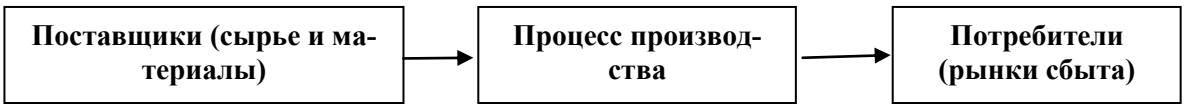


Рис. 24. Размещение производства

Где конкретно будет размещено производство, зависит в значительной мере от того, что происходит в ходе этого процесса. Если производственный процесс увеличивает вес или объем исходного сырья, то он, вероятнее всего, будет расположен ближе к рынку сбыта, так как затраты на распределение из расчета на тонно-километр будут относительно выше, чем затраты на поставку сырья. Например, пивовары и изготовители прохладительных напитков, как правило, располагаются ближе к рынку сбыта, так как связаны с источниками воды, добавляемой к основным компонентам (сухим концентратам). Если же производственный процесс сокращает вес или объем сырья, то он, скорее всего, будет ближе к источникам сырья, т.е. сырьевой базой. Так, производители сухих пищевых концентратов обычно располагаются в местах получения сырья.

Факторами размещения производства являются также:

1) возможности обеспечения рабочей силой;
2) транспортные возможности;
3) возможности обеспечения сырьем и материалами;
4) близость рынков сбыта;
5) возможности обслуживания;
6) государственная поддержка.

1) Возможности обеспечения рабочей силой оцениваются исходя из наличия потенциального контингента работников определенной квалификации при определенном уровне зарплаты. Обычно необходимо местное предложение неквалифицированной рабочей силы. Необходимы местные организации для обучения и развития работников. Если персонал будет перемещаться вместе с предприятием, потребуются удовлетворительные жилищные условия. Регионы, обладающие условиями для отдыха, более привлекательны для персонала.

2) Транспортные возможности могут побудить к расположению предприятия вблизи основных источников сырья или рынков быта. Характер перемещаемых грузов, длительность хранения также влияют на выбор вида транспорта. Для предприятий с крупными экспортными заказами близость к портам может быть особенно необходима в случае производства крупнотоннажных изделий.

Если выпускаются экспортные товары небольшого веса или россыпью, целесообразно рассмотреть вопрос о близости аэропорта. Основным транспортным средством для обеспечения внутреннего рынка считаются железные дороги. Автотранспорт характеризуется низкими расходами и возможностью доставки на дом. Развитие контейнерных пере возок, сочетание различных видов транспорта делают проблему доставки менее острой. Но необходимо иметь в виду, что не все товары пригодны для контейнерных перевозок.

3) Возможности обеспечения сырьем как определяющий фактор для материалоемких отраслей становится менее важным с развитием транспорта. Однако расположение производства вблизи источников сырья сокращает расходы на транспортировку. Для производств, использующих импортное сырье в больших количествах, следует принять во внимание близость портов, железнодорожных узлов, ав-

тотранспортных магистралей и т. д.

4) Близость к рынкам важна для сыпучих и грузоемких товаров, если нет других, более важных факторов. Для субпоставщиков характерна тенденция размещения поблизости от крупных предприятий, которым они поставляют всю или большую часть своей продукции.

5) Возможности обслуживания. Важнейшими учитываемыми услугами являются энергообеспечение (газ, электроэнергия), вода и дренаж, утилизация отходов, коммерческие услуги.

Энергообеспечение. Источники энергии в настоящее время не столь существенно влияют на расположение предприятия.

Вода может требоваться в производственных процессах. Ее доступность, качественный состав являются существенными факторами при расположении некоторых производств.

Утилизация отходов является главной проблемой и фактором, воздействующим на расположение. Необходимо учитывать и общественное мнение, решения центральных и местных властей о защите окружающей среды и т. п. С ней взаимосвязана проблема реализации побочных продуктов производства. Отходы одного предприятия могут служить сырьем для другого. Готовый рынок для побочных продуктов является хорошим подспорьем.

Коммерческие услуги обеспечиваются различными коммерческими организациями: финансовыми, страховыми, рекламными, консалтинговыми и пр. Наличие их в районе предполагаемого размещения является особенно важным при организации нового дела.

6) Правительственные льготы (поддержка) имеют значение при освоении новых районов, а также при организации и развитии новых отраслей. Политика правительства, как правило, динамична, и льготы постоянно меняются.

Кроме перечисленных факторов на решение о выборе месторасположения производства оказывают и условия размещения, под которыми понимают:

- условия города;
- условия вблизи крупного промышленного города (пригорода);
- условия сельской местности.

Условия города сопряжены с высокой стоимостью, высокими налогами и платежами, могут также возникнуть трудности получения разрешения на строительство. Нет недостатка в квалифицированной рабочей силе, но в условиях постоянного спроса на нее может быть высокой текучесть кадров. Высокий уровень коммерческих услуг, привлекательные условия для проживания персонала, в целом хорошие транспортные возможности (в зависимости от района города). Хорошее снабжение водой, энергией, приемлемый уровень утилизации отходов.

Пригород предполагает умеренную стоимость земли, относительно невысокие налоги и платежи. Достаточные условия для отдыха. Меньшие трудности с получением разрешения на строительство. Достаточный уровень коммерческого обслуживания, энерго- и водоснабжения. Возможно привлечение квалифицированной рабочей силы из города и неквалифицированной из прилегающих сельских районов, но потребуются транспорт, места парковок и т. д.

Сельская местность имеет относительное преимущество в низкой стоимости земли. Возможность получения дотаций от органов власти на развитие инфраструктуры района размещения. Низкие налоги и платежи. Условия отдыха должна обеспечивать сама фирма. Достаточное предложение неквалифицированной рабочей силы, в то время как квалифицированным работникам требуется обеспечить переезд и проживание. Затраты на строительство невелики, но могут возникнуть проблемы по охране окружающей среды. Транспортные услуги ограничены. Недостаточный уровень коммерческих услуг, коммерческого обслуживания, энерго- и водоснабжения. Возможно привлечение квалифицированной рабочей силы из города и неквалифицированной из прилегающих сельских районов, но по-

требуются транспорт, места парковок.

Анализ перечисленных выше факторов должен завершиться принятием решения о размещении производства. Оптимальным размещением будет такое, которое обеспечивает наилучший компромисс между преимуществом и недостатками. Решение должно приниматься с учетом перспектив развития технологии, транспортных коммуникаций и т.д. Эти изменения могут привести к тому, что решение, считавшееся удачным, со временем превратится в свою противоположность.

6.3. Источники средств формирования производственной базы

Производственный процесс, лежащий в основе производственной деятельности, требует определенного материального обеспечения.

Под материальным обеспечением понимается оборудование, машины, аппараты, приспособления. Кроме этого, необходимы здания (помещения), где будет установлено такое оборудование, а также земля (земельный участок), где будут размещены необходимые производственные корпуса, складские помещения, управленческие подразделения. Все вместе это составляет технические элементы производства, или производственную базу.

С точки зрения экономики предприятия производственная база выступает как основные производственные фонды. Проблема формирования производственной базы, по существу, является проблемой формирования основных производственных фондов предприятия, которая в конечном итоге сводится к поиску источников капитальных вложений в производство (рис. 25).

В момент создания предприятия производство авансируется. Продукция еще не произведена и не реализована, а определенные средства уже затрачены на формирование необходимых производственных фондов. Авансирование осуществляется в виде формирования уставного капитала. На этом авансирование и заканчивается, теперь необходимо возвратить авансированные средства после производства и реализации продукции.

Рис. 25 Источники формирования производственной базы предприятия

Все последующие после авансирования вложения средств, в том числе и в основные производственные фонды, являются инвестированием. Если же вложения в производство осуществляются из получаемой прибыли, то такие вложения принимают форму реинвестирования.

При нормальном, прогрессивном росте производства реинвестированных средств явно не достаточно. Поэтому проблема поиска источников финансовых ресурсов существует почти всегда. Вот почему одна из основополагающих задач работы предпринимательства – организация его финансирования, обеспечение различными ресурсами и, в первую очередь, инвестиционными, в состав которых входят не только денежные средства, но и выражаемые в денежном эквиваленте прочие инвестиции, в том числе:

1) основные и оборотные средства;

2) имущественные права и нематериальные активы;
3) кредиты;
4) займы;
5) залоги;
6) права землепользования и др.

Финансирование предпринимательства и его проектов может осуществляться следующими способами (рис. 26):

1) самофинансирования, то есть использования в качестве источника финансирования внутренних, собственных средств;

2) использования заемных и привлекаемых средств (краткосрочных и долгосрочных).

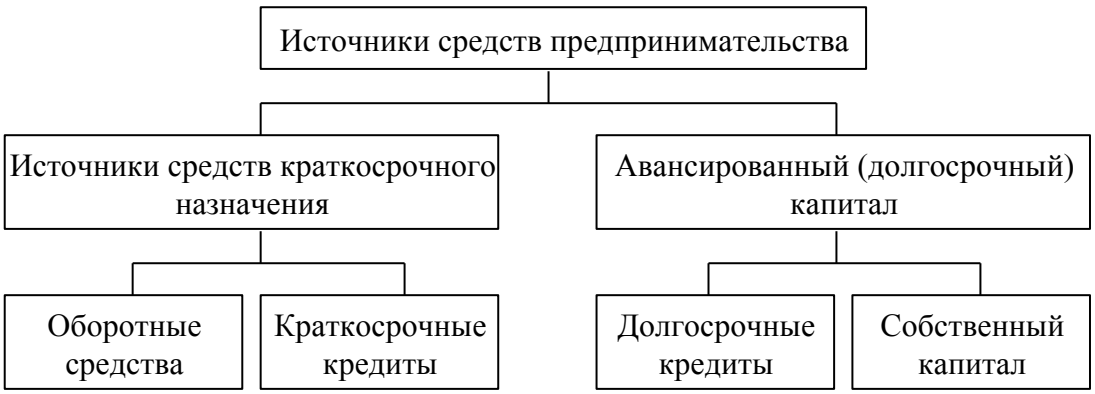


Рис. 26. Источники средств предпринимателя

6.4. Формы делового сотрудничества в сфере производства

Предпринимательские решения в области инвестирования в основные производственные фонды направлены на выбор наиболее эффективных, экономичных источников. Очень часто, если не всегда, для создания и последующего использования производственной базы применяются соответствующие формы делового сотрудничества.

Из многообразия форм сотрудничества выделим следующие формы сотрудничества в сфере производства:

1) аренда;
2) лизинг;
3) франчайзинг;
4) проектное финансирование;
5) совместное предпринимательство;
6) производственная кооперация;
7) лицензирование;
8) концессия;
9) управление по контракту;
10) подрядное производство.

1. Аренда позволяет предприятиям вовлекать в хозяйственный оборот необходимое имущество без значительных единовременных вложений, связанных с его приобретением, и предоставляет возможность получать доход посредством сдачи в аренду временно неиспользуемых объектов, сохраняя право собственности на них. Аренда представляет собой основанный на договоре имущественный наем, предполагающий срочное владение и/или пользование имуществом путем передачи его арендодателем арендатору за плату.

Аренда как форма имущественных отношений весьма разнообразна как по объекту, виду и сроку действия договора, так и по праву собственности на имущество, выступающее предметом договора. Объектом договора аренды выступают оборудование;

транспортные средства; здания и сооружения; предприятие; земельные участки и другие обособленные природные объекты.

В случае сдачи действующим предприятием в аренду отдельных объектов основных фондов арендная плата включается в состав доходов от внереализационных операций. Амортизационные отчисления начисляются арендодателем и возмещаются за счет полученной арендной платы с отнесением их в состав расходов от внереализационных операций. Исключение составляют амортизационные отчисления, производимые арендатором по имуществу по договору аренды предприятия. В этом случае арендатор включает их в затраты на производство. Размер арендной платы должен учитывать сложившийся в данном регионе размер арендных платежей и изменяться в связи с изменением условий функционирования предприятий, в первую очередь, с изменением рыночных цен на оборудование.

Но частый пересмотр арендной платы (более 1 раза в год) недопустим, так как не создает условий для нормального использования арендованного имущества. При передаче в аренду зданий и сооружений плата должна включать и стоимость пользования отведенными под них земельными участками. При заключении договора аренды предприятий арендатор получает во временное владение и пользование объекты, образующие целостный имущественный комплекс:

- здания и сооружения;
- нематериальные активы (право пользования землей, водой и другими природными ресурсами и др.);
- оборудование и прочие основные средства;
- земельные участки;
- запасы сырья, топлива, материалов и иные оборотные средства.

Кроме того, с согласия кредиторов происходит переуступка требований и перевод долгов предприятия на арендатора. Если согласия кредиторов не получено, то арендодатель и арендатор отвечают совместно по данным обязательствам.

Если вид деятельности предприятия подлежит лицензированию, то арендатор должен получить лицензию, так как лицензия не подлежит передаче другому лицу.

Арендатор получает самостоятельность в сфере осуществления программ технического развития, при условии, что мероприятия приведут к увеличению стоимости имущества. Арендатор имеет право продавать, обменивать, сдавать в субаренду материальные ценности, но не имеет права снижать стоимость имущества с целью уменьшения суммы налогообложения.

2. Лизинг – это вид аренды, которому присущи элементы заемных операций. В отношения лизинга вступают три стороны: лизингодатель, лизингополучатель, поставщики объектов лизинга. Мировая практика показывает, что в качестве лизингодателя могут выступать:

- банки, имеющие в своих структурах лизинговые службы;
- специализированные лизинговые компании;
- лизинговые компании, созданные предприятиями, выпускающими машины и оборудование;
- лизинговые компании, организованные фирмами, занимающимися поставками и обслуживанием оборудования.

Наиболее привлекательными объектами лизинговых сделок являются автотранспортные средства. Второе место занимают машиностроительное и технологическое оборудование, третье – компьютеры и офисное оборудование. Такие объекты, как речные суда, железнодорожный подвижной состав занимают всего около 5 % от всех операций. Наибольшее развитие лизинг получил в азиатском регионе, в странах с высокой инвестиционной активностью: Японии, Индонезии, Тайване. В итоге от 20 до 25 % общего объема инвестиций индустриально развитых стран финансируется на основе лизинга.

По своему экономическому содержанию лизинг представляет прямые инвестиции.

При осуществлении лизинговых операций лизингодатель несет затраты по приобретению и передаче имущества лизингополучателю, а также расходы, обусловленные созданием нормальных условий для использования имущества (стоимость имущества, транспортировка, установка, налог на имущество, таможенное оформление и таможенные пошлины, страхование, проценты за использование привлеченных средств, регистрация сделки, резервы на капремонт имущества, содержание и обслуживание).

В стоимость сделки входит вознаграждение лизингодателю (оплата услуг за осуществление сделки и процент за использование собственных средств лизингодателя). Вознаграждение является доходом лизингодателя. Его прибыль определяется как разница дохода и затрат. Норма прибыли должна соответствовать размеру банковского процента.

Платежи за лизинг лизингополучатель относит на себестоимость продукции или на расходы, связанные с основной деятельностью.

По окончании срока договора имущество возвращается лизингополучателю, если иное не предусмотрено договором.

Разновидность лизинга, получившая распространение в странах с переходной экономикой, – финансовый лизинг. Его особенность заключается в полной амортизации имущества в течение срока договора. Поскольку за длительный срок (срок полной амортизации) имущество физически и морально устаревает, оно не представляет интереса для лизингодателя и обратно ему не возвращается.

Чаще всего объектом финансового лизинга становится новое, специально приобретаемое высокотехнологичное оборудование. Это позволяет предприятиям быстро и с минимальным инвестиционным риском осуществить замену морально устаревшего оборудования.

3. Франчайзинг как форма сотрудничества известных крупных фирм и малых предпринимательских форм (малых предприятий) предоставляет возможность быстрого роста производственной деятельности без помощи кредитов. В частности, производственный франчайзинг как одна из форм франчайзинга подразумевает передачу партнеру технологии.

Специфика предмета договора франчайзинга обусловливает передачу не только самого права в виде лицензии, но и практической возможности пользоваться им. В большинстве случаев это означает передачу технической документации, рабочих инструкций, поставку оборудования и материалов, обучение персонала и последующее оказание консультационных услуг. Все эти вопросы должны быть отражены в договоре. В ряде случаев, когда программа практической помощи обширна, она может быть вынесена из основного текста договора в приложение.

4. Проектное финансирование как форма предоставления необходимых средств связано с привлечением инвестиций под конкретные проекты, в том числе формирования или развития производственной базы. Проект организации (реорганизации) производства, требующий приобретения оборудования или других элементов основных производственных фондов, должен быть привлекательным для потенциальных инвесторов. Его привлекательность выражается в соответствующем уровне таких показателей, как чистый дисконтированный доход за весь период осуществления проекта, срок окупаемости, внутренняя норма доходности, норма рентабельности.

5. Совместное предпринимательство – осуществляется посредством создания совместных или смешанных предприятий. Совместным предприятием (СП) называется такое предприятие, уставный фонд которого образован на основе внесения паевых взносов двумя или более учредителями, один из которых – иностранное физическое или, чаще всего, юридическое лицо.

К смешанным предприятиям относятся предприятия, уставный фонд которых сформирован двумя или более юридическими лицами одной страны.

При планировании образования СП предприниматель вырабатывает план действий. В этом плане предусматривается:

- определение профиля будущего СП;
- поиск партнера, готового к сотрудничеству в создании СП;
- подписание протокола о намерениях;
- подготовка вариантов возможных путей получения иностранными партнерами своей доли прибыли СП;
- предварительное формирование пая, вносимого при учреждении СП;
- получение разрешения на право выступать в качестве учредителя СП (если требуется такое разрешение), назначение директора (лица, ответственного за подготовку к учреждению СП);
- подготовка проектов всех документов, необходимых для учреждения и регистрации СП;
- подписание договора о создании СП;
- государственная регистрация СП;
- реализация договоренностей по созданию СП на практике.

6. Под производственной кооперацией понимается такая форма сотрудничества, когда каждый из партнеров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного процесса (цикла); доход же, получаемый по окончании данного производственного цикла и реализации произведенного товара, делится между партнерами в точном соответствии с долей каждого партнера в общем объеме работ.

7. Лицензионные соглашения – соглашения на определенных условиях о передаче прав в установленных пределах на пользование лицензией, ноу-хау, товарным знаком, изобретением и т. д.

Лицензиар – собственник лицензии, патента на изобретение, товарного знака, торговой марки и т. д.

Лицензиат – покупатель лицензии, патента, торговой марки и т. д.

Роялти – регулярные платежи лицензиата лицензиару за пользование предметом лицензионного соглашения.

8. Концессия – это договор на сдачу государством в эксплуатацию частным предпринимателям, юридическим лицам, в том числе иностранным, промышленных предприятий, участков земли с правом строительства, добычи полезных ископаемых и т. д.

9. Управление по контракту – вид предпринимательской деятельности, при осуществлении которой за соответствующее вознаграждение обеспечивается эффективное функционирование предприятия.

10. Подряд – договор, по которому одна сторона (подрядчик) обязуется выполнить определенную работу на свой риск по заданию другой стороны (заказчика) из ее или своих материалов, а заказчик обязуется принять и оплатить выполненную для него работу.

ТЕМА 7. Коммерческая деятельность предпринимательской единицы

7.1. Понятие «коммерческая деятельность» и его сущность

В широком смысле под коммерческой деятельностью (коммерцией) часто понимают деятельность, направленную на получение прибыли. Однако это только один из ее признаков. Общепринятым является представление о коммерции как о виде торгового предпринимательства.

Коммерция – процесс обмена товарами, услугами, ценностями и деньгами. В широком смысле – вид деятельности (в том числе предпринимательской), связанный с куплей-продажей товаров. Коммерция как вид деятельности относится к посредническим услугам, т. е. является третьей стороной между производителями и покупателями товаров.

Коммерция, как процесс обмена товарно-материальными ценностями, известна начиная с каменного века. Как в то время, так и сейчас, сутью торговли является предложение к обмену, либо к продаже товарно-материальных, а также не-

материальных ценностей с целью извлечения выгоды из этого обмена. Торговля возникла с появлением разделения труда как обмен излишками производимых продуктов, изделий. Обмен сначала носил натуральный характер; с возникновением денег возникли предпосылки для установления товарно-денежных отношений.

Коммерция в современном толковании имеет двойное значение:

1) самостоятельная отрасль народного хозяйства (торговля);

2) торговые процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи товаров.

Но операции по купле-продаже товаров, сырья, заготовленной продукции, полуфабрикатов и т. п. осуществляются во всех видах предпринимательства, поэтому коммерческую деятельность следует рассматривать не только как особый вид предпринимательства (торгово-посреднического), но и как элемент любой другой предпринимательской (а в более широком представлении и любой хозяйственной) деятельности.

Коммерческая деятельность базируется на актах купли-продажи товаров, в основе которых лежит основная формула товарного обращения:

$$Д \rightarrow Т \rightarrow Д'$$

где Д – денежная форма капитала;
Т – товарная форма капитала;

Д' – денежная форма капитала после продажи товара.

Поскольку акт купли-продажи сопровождается рядом других необходимых хозяйственных операций, коммерческую деятельность следует рассматривать как деятельность по осуществлению актов купли-продажи и сопутствующих операций:

- изучение спроса населения и рынка сбыта товаров;
- нахождение поставщиков и покупателей товаров;
- налаживание с ними рациональных хозяйственных связей;
- транспортировка товаров;
- организация торгового обслуживания и др.

В условиях рынка к занимающимся коммерческой деятельностью предпринимателям предъявляются особые требования: высокий профессионализм, наличие специальной подготовки, коммерческая инициатива, предприимчивость, искусство продать товар и т.д.

7.2. Содержание процессов в коммерческой деятельности

Процессы, осуществляемые в торговле, можно подразделить по характеру на два вида:

1) коммерческие (или чисто торговые);

2) производственные (или технологические).

Коммерческие процессы – это процессы, связанные со сменой формы стоимости, т. е. с куплей-продажей товаров, а также взаимосвязанные с ними организационно-хозяйственные процессы, обеспечивающие беспрерывность процессов купли-продажи и не имеющие производственного (технологического) характера.

К основным коммерческим процессам относятся:

изучение и прогнозирование покупательского спроса;

выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;

организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров (заключение договоров (контрактов) на поставку товаров, разработка и представление заявок и заказов на товары, организация учета и контроля за выполнением договорных обязательств, различные формы коммерческих расчетов и др.);

организация и проведение оптовых закупок товаров у различных поставщиков;

организация и проведение оптовой и розничной продажи товаров;

рекламно-информационная деятельность;

формирование товарного ассортимента на складах и в магазинах, управление товарными запасами.

Технологические процессы – это процессы, связанные с движением товара как потребительной стоимости и являющиеся продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортирование, хранение, упаковка, фасовка, подсортировка и т. д.).

Для технологических процессов характерно единство трех элементов: живого труда, средств труда, предметов труда.

К средствам труда относятся орудия труда, производственные здания, склады, транспортные средства и др. Орудиями труда в торговле являются торговые машины, аппараты, различное торгово-техническое оборудование.

К предметам труда в технологических процессах относятся находящиеся в обращении товары, тара.

Помимо коммерческих и технологических процессов в торговле выполняются так называемые дополнительные торговые услуги, поскольку осуществление актов купли-продажи «обрастает» разнообразными операциями по обслуживанию покупателей. В цивилизованной торговле именно эти услуги становятся все более доминирующими по массе затрачиваемого на них труда. К таким услугам относятся: доставка товаров на дом, установка сложно-технических изделий у покупателя, прием заказов у покупателей и т. д.

В коммерции принято выделять три основных направления деятельности, которые характеризуются специфическими задачами и методами их решения:

- закупочная деятельность;
- сбытовая деятельность;
- коммерческое посредничество.

7.3. Коммерческая работа по закупкам

Коммерческая работа по закупкам складывается из ряда этапов. Чаще всего их насчитывается пять.

Этап 1. Определение потребности в материальных ресурсах по номенклатуре, ассортименту, количеству и качеству; иным специальным требованиям.

На промышленном предприятии обычно применяют два метода установления потребности в материальных ресурсах:

на плановой основе;

на основе расхода материалов прошлых периодов.

Этап 2. Выявление и изучение источников закупки и поставщиков материальных ресурсов (в терминологии коммерческой деятельности – товаров).

Источники закупки (покупки) – это различные отрасли народного хозяйства, вырабатывающие товары, используемые на предприятии в качестве материальных ресурсов.

Поставщики товаров – это конкретные предприятия различных источников поступления, т. е. тех или иных отраслей народного хозяйства, различных сфер производственно-экономической деятельности, вырабатывающих товары и услуги.

Этап 3. Организация рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров. Хозяйственные связи считаются рациональными, если выбор их формы, оформление и другие вопросы взаимодействия с поставщиком соответствуют интересам предприятия.

Основными формами хозяйственных связей с поставщиками товаров явля-

ются договор поставки, заказы и заявки, а также прямые хозяйственные связи.

Договор поставки – это официальный документ, определяющий права и обязанности сторон по организации оптовых поставок товаров. По договору поставки поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупленные им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Обязательными условиями договора поставки являются:

- дата заключения договора;
- полное наименование сторон, заключивших договор;
- количество и ассортимент подлежащих поставке товаров; сроки исполнения; порядок восполнения недогрузов (недопоставок) товаров поставщиками и выборке покупателями невыбранных (недополученных по договору) товаров;
- порядок поставки товаров (вид используемого для перевозки транспорта, кем и как организуется перевозка, за чей счет осуществляется погрузка и разгрузка товаров и возвратной тары, возмещение транспортных расходов, минимальные нормы отгрузки и т. д.);
- качество, комплектность, упаковка и маркировка товаров; цены и порядок расчетов;
- имущественная ответственность.

Имущественная ответственность (санкция) применяется как средство воздействия на виновную сторону с целью побудить ее к полному и своевременному выполнению обязательств. Санкции устанавливаются в форме:

- штрафа;
- неустойки;
- пени;
- возмещения убытков.

Уплата пени, неустойки, штрафа и возмещение убытков не освобождают стороны от выполнения обязательств по договору.

При отсутствии в договоре условий о предмете поставки (наименование, количество, ассортимент и качество товаров), сроках поставки, цене на товары договор считается незаключенным.

Заявка – документ, отражающий потребность какой-либо организации (торговой, промышленного предприятия) в товарах.

В отличие от заявки, заказ – требование к поставщику изготовить и поставить в установленные сроки определенные товары.

По существу заказ на поставку товаров – это дальнейшая конкретизация заявки, посредством которой конкретным поставщикам сообщается развернутый ассортимент подлежащих поставке товаров на предстоящий период. Представленный покупателем заказ служит основанием для определения таких условий договора, как количество, ассортимент, качество, сроки поставки. При принятии поставщиком заказа к исполнению он фактически превращается в договор поставки.

Этап 4. Осуществление закупок товаров у поставщиков.

Этап 5. Организация учета и контроля закупок. В ходе реализации договоров поставки нередко стороны по каким-либо объективным или субъективным причинам не выполняют принятых на себя обязательств, нанося тем самым материальный и моральный ущерб торговому партнеру. В этом случае потерпевшая сторона имеет право предъявить другой стороне претензии с изложением требований, предусмотренных условиями договора или действующими правовыми нормами.

Претензия – письменное требование о добровольном устранении нарушения

условий договора или законодательства. Для того чтобы претензий было меньше, целесообразно руководствоваться следующими правилами:

• в максимальной степени защищать свои интересы, составляя договор поставки;

• стремиться к устранению возникших противоречий с поставщиком путем переговоров и взаимных компромиссов, не доводя их разрешение до судебных (арбитражных) органов;

• всегда тщательно оформлять претензии, имея в виду, что это способствует достижению взаимного компромисса или положительного решения в арбитражном суде.

7.4. Сбытовая деятельность предприятия

Сбыт – это процесс реализации произведенной продукции в целях превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей. Важнейшими сбытовыми функциями являются:

1) установление коммерческих взаимоотношений с покупателями, завершающихся заключением договоров купли-продажи;

2) разработка сбытовой программы;

3) составление графиков поставки продукции и ее отгрузка покупателям;

4) ведение расчетов за проданную продукцию;

5) контроль за расчетами с покупателями и их платежеспособностью;

6) коммерческая работа по розничной продаже товаров (для предприятий, которые имеют в собственности фирменные магазины).

Для эффективного сбыта продукции предприятия должны исследовать рынок по следующим основным направлениям:

- изучение товара;
- определение емкости рынка;
- анализ конъюнктуры рынка;
- изучение потребителей и сегментирование рынка; анализ деятельности конкурентов;
- изучение основных форм и методов сбыта продукции.

На основе анализа полученной информации планируется ассортимент и разрабатывается план сбыта.

Планирование ассортимента продукции – это обоснованный отбор изделий для будущего производства и сбыта, а также приведение всех характеристик изделий в соответствие с требованиями потребителей. Как известно, каждое изделие проходит в своем развитии пять стадий (фаз): внедрение, рост, зрелость (замедление роста), насыщение, спад. На каждой стадии жизненного цикла изделия должна быть выбрана своя стратегия сбыта.

После планирования ассортимента осуществляется планирование сбыта продукции. Чтобы составить сбытовую программу, необходимо:

1) осуществить прогнозирование объема продаж;

2) определить каналы и виды сбыта;

3) установить цену продаж.

В практике стран с развитой рыночной экономикой наибольшее распространение в прогнозировании получили методы экспертных оценок. Такие методы основаны на изучении мнений:

1) руководящих работников предприятия о перспективе объема продаж;

2)торговых агентов предприятия о возможных продажах;

3) потребителей.

Кроме экспертных оценок могут использоваться и экономико-математические методы.

В условиях неопределенности на предприятии применяют в сочетании два метода прогнозирования продаж: уровневое и ситуационное.

Уровневое прогнозирование – это предсказание объема продаж по трем уровням: максимальный, минимальный и наиболее вероятный. Такой подход имеет следующие достоинства:

во-первых, предприятие может заранее подготовиться к наихудшему (пессимистическому) объему продаж;

во-вторых, можно заранее выявить факторы, ведущие к снижению объема продаж;

в-третьих, выявление таких факторов позволяет разработать ситуационный план**,** т. е. заранее определить действия сотрудников в той или иной ситуации.

Ситуационный план позволяет предприятию подготовиться к неожиданностям и быстро действовать в неблагоприятной ситуации. Прогнозированием объема продаж, как правило, занимаются отдел маркетинга или сбыта.

При выборе канала промышленное предприятие должно учитывать, какие каналы сбыта используют конкуренты, доступность рынка, периодичность совершения покупок потребителями, стоимость транспортировки и хранения запасов и другие факторы.

Одновременно с выбором канала определяется вид сбыта каждого товара.

Различают следующие виды сбыта:

- прямой;
- косвенный;
- интенсивный;
- селективный;
- нацеленный;
- ненаселенный.

Прямой сбыт – это непосредственное взаимодействие с потребителем без посредников.

Косвенный – продажа товаров через торговые организации, не зависящие от производителя.

Интенсивный – сбыт через множество посредников, предназначен для продажи товаров широкого потребления.

Селективный сбыт применяется для товаров, требующих специального обслуживания, обеспечения запасными частями, создания ремонтных мастерских, специально подготовленного персонала.

Нацеленный сбыт предполагает продажу товара определенной группе покупателей.

Ненацеленный сбыт применяется для всех покупателей, поэтому требует больших рекламных расходов.

Следующий параметр, который подлежит планированию, – это цена. Как правило, устанавливается нижняя предельная цена. Определяется нижняя граница цены по издержкам и минимальной норме прибыли. В отдельных случаях идут на установление бесприбыльной цены, чтобы обойти конкурента.

Составной частью планирования сбыта является формирование портфеля заказов предприятия. Портфель заказов – это количество продукции в ассортименте, которое должно быть произведено за определенное время и продано покупателям на основе договоров (или контрактов). Исходными данными для формирования портфеля заказов являются данные о производственных мощностях и загрузке оборудования, транзитные и заказные нормы продукции, количество потребителей, обеспеченность производства сырьем, материалами и комплектующими изделиями.

Канал распределения – это путь, по которому товары движутся к потребите-

лю (покупателю) от производителя. Каналы распределения устраняют достаточно длительные разрывы или во времени, или между местом производства и местом потребления, а также между правами собственности на товары и правами на пользование ими. Каналы распределения, как оказывается, будут наиболее эффективными, когда они базируются не на прямых связях, а на основе включения посредника.

Прямые связи – это договорные отношения, которые устанавливаются между производителем товара (или услуги) и его непосредственным потребителем.

7.5. Виды посреднической деятельности

Одной из наиболее распространенных разновидностей торгово-посреднических структур являются *дилерские компании* и *фирмы*. Их главная особенность – работа за свой счет, покупка товаров в собственность и последующая их перепродажа. Дилеры сами выбирают продавцов и покупателей из желающих прибегнуть к услугам посредников или обслуживают своих клиентов по их заказам.

В последнем случае, работая от своего имени, дилерские организации могут одновременно представлять крупных и известных производителей и помогать им таким образом в создании крупномасштабного имиджа.

Одной из форм такого сотрудничества, наиболее престижной, является выполнение дилерскими компаниями дистрибьюторских функций в отношении производственных, торговых и финансово-промышленных групп, особенно зарубежных. Заключая дистрибьюторские контракты, дилерские компании выполняют функции официальных представительств на местах со всеми вытекающими последствиями. В такой ситуации корпорации-производители создают в районе сбыта сеть распределительных центров, с которыми сотрудничают независимые дистрибьюторы, обслуживающие конечных потребителей

Другая многочисленная группа коммерческих посредников – агенты и брокеры. Отличительная их черта – обслуживание торговых сделок без приобретения права собственности на товар. Услуги их оплачиваются в виде процентов, зависящих от сложности обслуживаемых ими торговых сделок.

Иногда агент выступает в качестве оптовика-комиссионера, который самостоятельно распоряжается товаром, принимая его на комиссию. Комиссионер действует на основе договора комиссии, заключаемого между комиссионером (агентом) и принципалом, который в таком случае выступает в виде комитента.

Отношения между комиссионером и комитентом, регулируемые договором комиссии, могут включать и обязательство, которое комиссионер дает комитенту и содержание которого сводится к гарантии того, что заключаемый комиссионером договор с какой-либо третьей стороной будет исполнен. Такое обязательство (вернее, ручательство) называется делькредере и предполагает передачу комиссионеру дополнительного вознаграждения.

В международных отношениях нередко используют тактику разовых комиссионных поручений – индентов. Это разновидность комиссионной операции, когда импортер одной страны дает поручение комиссионеру другой страны на покупку определенной партии какого-либо конкретного товара.

К комиссионным операциям относят и операции консигнации. Это вид торгово-посреднической операции, когда консигнатор (посредник) продает товар со своего склада на основе договора поручения (реже – консигнационного соглашения).

Товарные брокеры – наиболее активный тип торгового посредника. Он не покупает и не продает товары, не предоставляет кредиты. Он оказывает помощь в совершении сделок купли-продажи. Действует на основе разовых поручений и в

строго определенных пределах инструкций своих клиентов.

Торговый представитель как самостоятельный предприниматель также относится к категории посредников. Он одновременно может представлять интересы нескольких принципалов.

Коммивояжер – предприниматель-посредник, который не только продает, но и доставляет товар покупателю (продажа с доставкой). К коммивояжерам обычно относят разъездных представителей торговых фирм, которые предлагают покупателям товары по имеющимся образцам. Коммивояжеры обеспечивают достаточно эффективную рекламу товарам и создают прочные каналы сбыта продукции, а также ее послепродажного обслуживания.

Аукционная форма торговли также относится к категории посреднических операций. Аукционатор – лицо, передающее товар аукционисту по договору для его последующей реализации на аукционе в соответствии с условиями договора и правилами аукциона. *Аукционист* – лицо, проводящее аукцион. Аукционеры – участвующие в аукционе потенциальные покупатели.

Аукцион представляет собой публичный торг. Это соревнование покупателей за право приобретения товара, выставляемого на аукционную продажу. Товары, выставляемые на аукцион, имеют стартовую цену и обычно предлагаются к продаже лотами.

Стартовая цена – начальная цена, назначаемая аукционатором и аукционистом в аукционном договоре, с которой начинается торг во время проведения аукциона.

Лот – неделимая партия товара, выставляемая на аукционную продажу. Все лоты под номерами обычно выставляются для предварительного осмотра до начала аукциона. Товар (лот) считается проданным после третьего удара молотка аукциониста тому аукционеру, который предложил наивысшую цену. К примеру, на международные аукционы выставляются пушнина, скаковые лошади, пряности, чай, табак, шерсть, ряд других товаров, включая антиквариат.

7.6. Биржевое предпринимательство

Биржа представляет собой особую организационную форму оптовой торговли. Обычно для каждой биржи характерна специализация, которая определяется или данным географическим регионом (региональные универсальные биржи), или же избранным профилем ее деятельности. Биржи, специализация которых определяется профилем деятельности, подразделяются на следующие виды:

- товарная биржа – специализируется на оптовой торговле обычно массовыми товарами, имеющими устойчивые и четкие качественные параметры;
- фондовая биржа – центр систематических операций по купле-продаже ценных бумаг;
- валютная биржа – место для осуществления операций по купле-продаже золота и валюты;
- биржа труда – специализируется на учете потребностей в различных видах рабочей силы и имеющихся предложений рабочей силы (купля-продажа рабочей силы с помощью посредника).

Более подробно рассмотрим содержание деятельности товарной биржи. Товарная биржа – это корпоративная, некоммерческая ассоциация, ограниченная определенным числом частных лиц и корпораций, обеспечивающая материальные условия для купли-продажи товаров на рынке путем публичных торгов согласно правилам и процедурам, защищающим и обеспечивающим справедливость и равенство для клиентов и членов биржи.

Предприниматель-посредник, который сам не участвует в заключении сделки, а только указывает на возможность ее заключения называется торговым макле-

ром. Обычно его функции сводятся к тому, что он лишь сводит партнеров по сделке. Маклер занимается посреднической деятельностью при заключении торговых сделок на биржах. Предпринимательский доход он получает в форме маклерского вознаграждения, размер которого зависит от суммы заключенной сделки.

Неотъемлемым элементом биржевой торговли всегда выступала спекуляция. Она присуща экономическим (торговым) отношениям, основу которых составляет обмен. А обмен всегда (или в подавляющем большинстве случаев) распадается на две отдельные операции – продажу и покупку. В условиях неопределенности рынка и отсутствия достоверной информации это делает возможным осуществление операций по «деланию денег» без обращения к процессу производства.

Спекулянтов в зависимости от направленности их действий называют «быками» и «медведями». «Бык» – биржевой игрок, полагающий, что цены скоро возрастут, и скупающий по этой причине или сохраняющий ранее приобретенные контракты. Спекулянт, играющий на повышение. «Медведь» – биржевой игрок, полагающий, что цены вскоре пойдут на снижение, и по этой причине продающий контракты. Спекулянт, играющий на понижение.

К сделкам спекулятивного характера относится хеджирование (хеджировать – ограждать, страховать себя от возможных потерь). Хедж – страховка от ценовых рисков или фьючерсный контракт по страхованию от ценовых рисков.

К особым формам предпринимательской деятельности относится торговля недвижимостью, или, как ее еще называют, риелторский бизнес. Людей, занимающихся этим видом бизнеса, называют риелторами.

7.7. Финансовое предпринимательство

Финансовое предпринимательство является разновидностью коммерческого предпринимательства, поскольку объектом его купли-продажи выступает специфический товар: деньги, валюта, ценные бумаги (акции, облигации, векселя, ваучеры и т.д.). Т.е. происходит продажа одних ценных бумаг на другие по ценам, обеспечивающим получение прибыли.

С переходом к рыночным отношениям рынок денег, валюты и ценных бумаг становится реальностью, его участниками выступают коммерческие банки, фондовые биржи, предприятия, организации и физические лица. Поскольку финансовое предпринимательство является разновидностью коммерческого, то технология финансовой предпринимательской сделки аналогична технологии коммерческой сделки с той лишь разницей, что товаром являются финансовые активы.

Предприниматель, вступающий в эту сферу, начинает свою деятельность с анализа рынка ценных бумаг и маркетинговой деятельности. Последняя связана с поиском и привлечением потенциальных покупателей денег, валюты и ценных бумаг. Одновременно с этим он устанавливает источник получения денег, валюты и ценных бумаг. В данном случае первичным обладателем "финансового товара" может быть сам предприниматель (им ранее были накоплены деньги, валюта, ценные бумаги). Он выступает как бы в роли продавца или ростовщика, предоставляющего деньги, валюту и т.п. потребителю взаймы за определенную плату или под определенный процент.

Еще одной формой финансового предпринимательства является своеобразная эмиссия ценных бумаг, таких, как собственные акции, облигации, коммерческие ценные бумаги (денежные обязательства, векселя). Ценные бумаги предприниматель продает, размещает при определенных условиях и обязательствах о качестве "финансового товара". Эту форму предпринимательства ведут, как правило, предприятия, банки, а не отдельные предприниматели.

Наиболее распространенной формой является покупка ценных бумаг самим предпринимателем. Смысл ее состоит в том, что предприниматель покупает день-

ги, валюту, ценные бумаги за определенную сумму, а затем продает их другому покупателю за большую сумму. Разница между суммой продажи и покупки и составляет доход предпринимателя.

Если у предпринимателя нет денег для покупки ценных бумаг, то он осуществляет покупку в кредит либо обращается в банк за кредитом. В этом случае предпринимательский доход уменьшается на сумму, необходимую для обслуживания полученного кредита.

Финансовое предпринимательство, как никакой другой вид предпринимательства, нуждается в наличии достоверной информации, в обеспечении вычислительной и организационной техникой. За все предприниматель должен платить сам. При проведении финансово-кредитной сделки он предоставляет потребителю свои деньги, валюту, ценные бумаги в долг (в кредит), а через определенное время получает увеличенную на определенный процент сумму. При этой сделке предприниматель должен особое внимание уделить проверке финансовой состоятельности покупателя, установить гаранта, который поручается за покупателя.

Считается, что финансовая сделка целесообразна, если в условиях стабильных цен на рынке при продолжительности сделки до одного года расчетная чистая прибыль составляет не менее 5% объема сделки (денежной выручки). При долговременных сделках этот процент повышается до 10-15%. Предпринимательство в финансовой сфере может осуществляться банкирами или финансистами за счет учреждения и организации деятельности банков, инвестиционных компаний и фондов.

ТЕМА 8. Оценка деятельности предпринимательской организации

8.1. Цели, задачи и принципы управления затратами

Цель – желаемый результат, своего рода «мишень», в которую нужно попасть. Цель управления затратами – достижение запланированных финансовых результатов, а в стратегическом плане – обеспечение долговременной конкурентоспособности производства.

Одним из показателей затрат является себестоимость, которая определяется путем суммирования затрат в соответствии с перечнем согласно п. 3 Основных положений по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), утвержденных Постановлением Министерства экономики, Министерства финансов, Министерства статистики и анализа, Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь[23].

Следует, однако, заметить, что с принятием 23 сентября 2010 г. Указа Президента Республики Беларусь № 484[24] утвержденный перечень затрат, относимых на себестоимость продукции, стал носить рекомендательный характер.

Управление затратами не сводится только к минимизации себестоимости, а представляет собой деятельность, направленную на решение следующих задач:

определение и расчет затрат по видам, местам возникновения, по носителям;

разработка системы нормирования затрат;

создание информационной базы для планирования, бюджетирования и контроля затрат;

совершенствование системы учета затрат, оптимизация учетной политики пред-

[23] Об утверждении основных положений по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг): Постановление Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства финансов Республики Беларусь, Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 30 октября 2008 г. N 210/161/151 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 22 января 2009 г. N 8/20374

[24] О признании утратившим силу Указа Президента Республики Беларусь от 5 февраля 1997 г. № 132: Указ Президента Республики Беларусь от 23 сентября 2010 г. № 484 //Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь, 2010 г., № 227, 1/11966

приятия;

поиск резервов снижения затрат;

выявление технических способов и средств измерения и контроля затрат;

обоснование решений по оптимизации производственной программы;

обоснование решений по изменению технологии и организации производства.

В данном контексте рациональная минимизация себестоимости является следствием деятельности по управлению затратами.

Управление затратами должно базироваться на принципах:

1) системного подхода;
2) единства методов, практикуемых на различных уровнях управления затратами;
3) управления затратами на всех стадиях жизненного цикла изделия;
4) органичного сочетания снижения затрат с высоким качеством продукции (работ, услуг);
5) недопущения излишних затрат;
6) широкого внедрения эффективных методов снижения затрат;
7) совершенствования информационного обеспечения об уровне затрат;
8) повышения заинтересованности производственных подразделений в снижении затрат.

8.2. Классификация затрат для целей управления

Для целей управления затраты классифицируются по трем основным направлениям:

1) для расчета себестоимости и оценки запасов;
2) для планирования и принятия решения;
3) для осуществления контроля и регулирования.

1. Классификация затрат для расчета себестоимости и оценки запасов имеет целью отслеживание затрат на отдельные операции и виды продукции. Это позволяет распределить их между себестоимостью реализованной продукции и себестоимостью запасов (нереализованной продукции), что необходимо для составления достоверной финансовой отчетности.

В рамках данной классификации различают затраты:

- входящие и истекшие;
- прямые и косвенные;
- основные и накладные;
- входящие в состав себестоимости;
- отчетного периода.

Входящие затраты представляют собой средства, ресурсы, которые были приобретены, имеются в наличии и могут, как ожидается, принести доходы в будущем. В балансе регистрируются как активы. Истекшие затраты (расходы) представляют собой входящие затраты, израсходованные для получения доходов и потерявшие способность приносить доход в дальнейшем.

Прямыми являются затраты, которые непосредственно можно отнести на конкретное изделие: затраты на материалы, заработную плату, отчисления на социальное страхование. Косвенные затраты невозможно напрямую отнести на какое-либо изделие. Они учитываются обособленно и распределяются между отдельными изделиями пропорционально выбранной базе распределения.

Основные расходы – это расходы всех видов ресурсов, потребление которых связано с выпуском продукции. Накладные расходы – это расходы на организацию, обслуживание и управление предприятием. Они в свою очередь подразделяются на производственные и непроизводственные.

Затраты, входящие в себестоимость продукции (производственные), представляют собой затраты, которые учитываются при определении себестоимости готовой продукции

или незавершенного производства до момента реализации. После реализации эти затраты сравниваются с выручкой от продажи для определения валовой прибыли. К таким затратам относятся: прямые материальные затраты, прямые затраты на оплату труда, общепроизводственные затраты. Отличительной особенностью затрат, входящих в себестоимость, является возможность их инвентаризации.

Затратами отчетного периода (внепроизводственными) считаются затраты, не учитываемые при оценке запасов и рассматриваемые как расходы, приходящиеся на тот период, когда они были понесены.

2. Классификация затрат для планирования и принятия решений имеет целью установление зависимости между величиной затрат и влияющими на них факторами. Для оценки возможных вариантов действий при принятии решений и планировании выделяют следующие затрат:

по отношению к объему производства: постоянные, переменные, полупеременные и полупостоянные;

с точки зрения принятия в расчет в решении: устранимые и неустранимые;

по зависимости от принятого решения: безвозвратные или затраты истекшего периода; вмененные, или альтернативные; приростные (инкрементные) и предельные (маржинальные).

Переменные затраты изменяются прямо пропорционально уровню производственной деятельности. Примером таких затрат служат прямые материальные затраты, прямые затраты на заработную плату (сдельная оплата), затраты на вспомогательные материалы и покупные полуфабрикаты. Совокупные переменные затраты имеют линейную зависимость от объема производства, а переменные затраты на единицу продукции являются постоянной величиной

Вмененными (альтернативными) являются затраты, которые, возможно, не представляют собой реальных денежных расходов в будущем. Такие затраты невозможно учесть в рамках системы бухгалтерского учета, но следует обязательно учитывать при принятии решения.

Рассмотрим определение альтернативных затрат на следующем примере. Предприятие работает на полную мощность и выпускает изделий на сумму 100 млн. руб. в месяц. Заказчик предлагает заключить договор на производство специализированной продукции. Выясним, какой должна быть цена договора, если потребуются дополнительные переменные затраты в сумме 20 млн. руб.?

Выпуск новой продукции потребует отказаться от дохода от обычной продукции в размере 100 млн. руб. в виду ограниченности ресурсов. Это и есть вмененные издержки. Кроме этого, потребуются дополнительные затраты в размере 20 млн. руб. Таким образом, цена договора должна быть не менее 120 млн. руб.

3. Классификация затрат в целях контроля и регулирования применяется для установления взаимосвязи затрат и доходов с действиями конкретных лиц, ответственных за расходование соответствующих средств. Такой подход к учету затрат известен как учет затрат по центрам ответственности.

Центр ответственности – это подразделение внутри предприятия, руководитель которого несет ответственность за принимаемые им решения.

Выделяют следующие виды центров ответственности:

центр затрат, руководитель которого отвечает только за затраты (например, цех по ремонту оборудования). Обычно это самые мелкие подразделения предприятия;

центр прибыли, руководитель которого отвечает как за затраты, так и за прибыль (например, филиал предприятия);

центр выручки (дохода), руководитель которого отвечает главным образом за выручку, а за затраты отвечает в ограниченном объеме (например, отдел сбыта отвечает не за всю себестоимость реализуемой продукции, а лишь за затраты на ее реализацию);

другие центры (инвестиций, стоимости и т. д.).

8.3. Прогнозирование и учет затрат

В процессе управления затратами важнейшими элементами управленческого цикла выступают прогнозирование и учет затрат. Основной задачей прогнозирования затрат является определение экономических результатов деятельности предприятия, ожидаемых в будущем периоде. Прогнозирование затрат позволяет оценить приемлемость принятия отдельных заказов и может быть поставлено в один ряд с методами определения стратегии развития предприятия. Прогнозирование заключается в выявлении состава затрат и их количественной оценке.

При прогнозировании затрат рассчитывается:

- стоимость ресурсов, необходимых для производства продукции;
- общий объем затрат на производство;
- себестоимость производства каждого вида продукции.

Исходными данными для расчета выступают структура (номенклатура и ассортимент) и объем выпуска продукции.

Продукция (работы, услуги), являясь целью производственного процесса, одновременно, как результат производственного процесса, воплощает в себе затраты всех этапов жизненного цикла.

На этапе исследования и разработки – это суммарные затраты на научно-исследовательские работы, конструкторскую и технологическую подготовку производства. На этапе производства – это суммарные затраты на изготовление продукции, поддержание ее качества и уровня производства. На этапе реализации – это суммарные затраты на упаковку, доставку продукции, в том числе целевое приобретение транспортных средств, содержание торгового подразделения, маркетинговые мероприятия. Эксплуатационные затраты связаны с подготовкой к эксплуатации, содержанием, восстановлением и улучшением эксплуатационных (потребительских) свойств. Утилизация связана с затратами на соответствующие исследования, изготовление средств утилизации, транспортировку, тару и т. п.

Учет затрат обеспечивает возможность проведения последующего анализа затрат и определения эффективности производства. Определение затрат по стадиям жизненного цикла нового продукта (ЖЦИ) требует соблюдения таких условий, как:

- полнота расчета;
- учет всех потребляемых ресурсов;
- использование единой методологии определения по этапам ЖЦИ;
- соответствие классификации состава и содержания затрат по этапам ЖЦИ;
- использование наиболее подходящих этапу ЖЦИ методов учета затрат.

Долгое время учет затрат осуществлялся так называемым «котловым» методом, при котором в течение отчетного периода в едином бухгалтерском регистре учитывалась вся совокупность затрат. Основным недостатком метода является то, что представляемая в результате информация о себестоимости обезличена и не дает возможности контролировать издержки и управлять ими.

К сожалению, такой подход еще имеет место, особенно на малых предприятиях. Более эффективными являются методы, основанные на принципе «различной себестоимости для различных целей»:

- метод учета по нормативным затратам;
- учет по центрам ответственности;
- стандарт-костинг;
- директ-костинг.

Метод учета по нормативным затратам (нормативный метод) применяется в отечественной практике в отраслях обрабатывающей промышленности с массовым и серийным производством разнообразной и сложной продукции.

Основная задача метода – предотвращение неоправданных затрат. Сущность этого метода заключается в следующем:

• отдельные виды затрат учитываются по текущим нормам, предусмотренным нормативными калькуляциями;

• обособленно ведется оперативный учет отклонений фактических затрат от текущих норм с указанием места возникновения отклонений, причин и виновников их образования;

• учитываются изменения, вносимые в текущие нормы затрат в результате внедрения оперативно-технических мероприятий, и определяется их влияние на себестоимость продукции.

Фактическая себестоимость продукции определяется сложением суммы затрат по текущим нормам, величины отклонения норм и величины изменений норм. Текущий учет по нормам и отклонениям ведут только по прямым расходам. Отклонения по косвенным расходам распределяют между видами продукции по истечении месяца.

Учет по центрам ответственности предполагает отнесение на каждый центр только тех затрат, на которые руководитель может оказать влияние. Но на практике в ряде случаев такое разграничение провести бывает трудно, поскольку ответственность за ту или иную статью может быть разделена (например, руководитель отдела снабжения несет ответственность за качество сырья, а начальник производственного цеха – за количество).

Для расчета затрат по центрам ответственности используется матрица затрат, строки которой – это центры ответственности, а столбцы – виды продукции. Суммируя по строкам, получают сумму затрат по центру ответственности, а суммируя по столбцам по виду продукции.

Стандарт-костинг применяется в зарубежной учетной практике. Метод в определенной степени родственный нормативному методу. Но в данном случае себестоимость устанавливается заранее только как нормативная (у нас собирается по трем составляющим). Все отклонения списываются на финансовые результаты.

Метод директ-костинг основан на учете неполной себестоимости. Сущность системы учета неполной себестоимости состоит в том, что в себестоимость не включаются некоторые затраты, имеющие отношение к производству. Возмещаются эти затраты общей суммой из выручки.

Существует несколько вариантов учета неполной себестоимости:

- только по прямым затратам;
- только по производственным затратам;
- только по переменным затратам.

8.4. Расчет точки критического объема производства

Более подробно рассмотрим использование метода «Директ-костинг» для целей принятия управленческих решений, включая определение критического объема производства.

Фактическое внедрение системы "Директ-костинг" в США относится к 1953 году, когда Национальная ассоциация бухгалтеров-калькуляторов в своем отчете опубликовала описание этой системы. В основе метода лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода. Современная система директ-костинг предлагает два варианта учета:

простой директ-костинг, при котором в составе себестоимости учитываются только прямые переменные затраты;

развитой директ-костинг, при котором в себестоимость включаются и прямые переменные, и косвенные переменные общехозяйственные расходы.

Учет себестоимости ведется в разрезе переменных затрат, постоянные затраты учитываются в целом по предприятию и их относят на уменьшение операционной прибыли.

В процессе применения этого метода определяется маржинальный доход и чистая прибыль. Взаимосвязь этих показателей следующая:

Обозначим выручку от продажи продукции (Вр), а совокупные переменные затраты (Пез). Тогда маржинальный доход (сумма покрытия) будет (МД = Вр - Пез). Разница между маржинальным доходом и постоянными затратами (Поз) и составит прибыль (П = МД - Поз).

Совокупные переменные затраты имеют линейную зависимость от объема производства, а переменные затраты на единицу продукции являются постоянной величиной. Постоянные затраты остаются неизменными для различных масштабов производства. Примером таких затрат являются амортизационные отчисления, заработная плата руководителей, арендная плата. Совокупные постоянные затраты остаются неизменными для всех уровней производства, а постоянные затраты на единицу продукции уменьшаются с увеличением объема производства.

Переменные затраты представляют собой усеченную себестоимость. Остальные затраты покрываются в общей сумме из выручки. Поэтому разница между выручкой от реализации продукции и прямыми переменными затратами называется суммой покрытия.

Соотношение цены, полной и усеченной себестоимости можно проиллюстрировать следующей схемой (рис. 27).

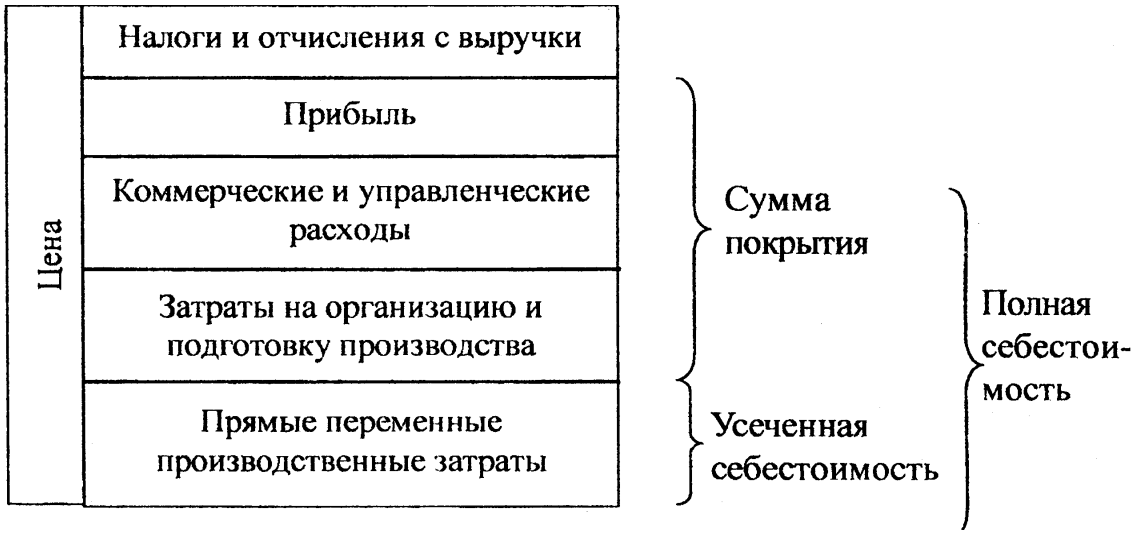


Рис. 27. Соотношение цены, полной и усеченной себестоимости

Изменение величины маржинального дохода характеризует влияние продажных цен и переменных издержек на себестоимость единицы продукции. Величина прибыли зависит от суммы постоянных затрат. Взаимосвязь показателей позволяет влиять на величину прибыли, корректируя цены и объем производства.

Директ-костинг позволяет определить критический объем производства, при котором за счет выручки будут покрыты все издержки производства без получения прибыли. Критический объем производства (количество продукции) можно определить по формуле:

$$Окр = Поз / (Ц - Пез)$$

Где Окр – критический объем выпуска, Поз – постоянные затраты в целом по предприятию, Ц – цена единицы продукции, Пезед – переменные затраты на единицу продукции.

Рассмотрим порядок определения критического объема производства на следующем примере. Предположим цена одного изделия составляет 3200 руб., переменные затраты на единицу продукции – 1200 руб., а совокупные постоянные издержки за отчетный период – 2 000 000 руб. Тогда критический объем производства составит:

2 000 000 / (3200 - 1200) = 1 000 штук,

Т. е. при производстве и продаже 1000 штук изделий по цене 3200 руб. за единицу выручка покроет все производственные затраты, но прибыль будет равна нулю. Производство и реализация изделий в объеме свыше 1 тысячи штук в год будет приносить прибыль.

Расчет суммы покрытия позволяет детально анализировать степень участия каждой единицы реализованной продукции в формировании общего финансового результата. Суммы покрытия могут рассчитываться на отдельные виды продукции, на группы продукции, по подразделениям предприятия, по предприятию в целом. В любом случае это позволяет управлять производственной программой путем сравнения прибыльности отдельных продуктов, обоснования решений о целесообразности включения новых продуктов в производственную программу. В итоге конечные финансовые показатели предприятия будут положительными.

8.5. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы

Анализ финансового состояния предприятия предназначен для определения, выявления сильных и слабых его сторон, выработки действий, которые бы дали возможность использовать имеющиеся преимущества и исправить возникшие трудности.

Исходной базой финансового анализа являются данные бухгалтерского учета и отчетности, аналитический просмотр которых должен восстановить все основные аспекты хозяйственной деятельности и совершенных операций в обобщенной форме, т.е. с необходимой для анализа степенью агрегирования.

Одним из важных приемов анализа отчетности является «чтение» форм отчетности и изучение абсолютных величин, представленных в этих формах. "Чтение" отчетности или простое ознакомление с ней позволяет сделать выводы об основных источниках привлечения средств предприятием, направлениях их вложения, основных источниках полученной предприятием прибыли за отчетный период, основных источниках денежных средств и оборотных активов, применяемых методах учета и изменениях в них, организационной структуре предприятия и направлениях его деятельности, дивидендной политики и т. д. Однако эта информация, несмотря на всю ее значимость для принятия управленческих решений, не позволяет оценить динамику основных показателей деятельности компании, ее место среди аналогичных предприятий страны и мирового рынка.

С этой целью в практике финансового анализа были выработаны основные методы чтения финансовых отчетов. Среди них можно выделить следующее:

- вертикальный анализ;
- горизонтальный анализ;
- трендовый анализ;
- сравнительный анализ;
- факторный анализ
- анализ относительных показателей (коэффициентов).

Вертикальный финансовый анализ представляет собой метод согласно которому каждая статья финансового документа рассчитывается в процентах к самой крупной величине этого документа. Метод вертикального анализа достаточно прост и при использовании оказывается полезным. С помощью вертикального анализа можно анализировать отчет о прибылях и убытках, а также баланс.

Проведем вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках. Самая большая величина в этом отчете – продажи. Поэтому все остальные компоненты счета устанавливаются в процентах от объема продаж. Например, если стоимость проданных товаров со-

ставляет 40 % от объема продаж, то валовая прибыль будет равна 60 % от объема продаж. Пример приведен в табл. 21.

Таблица 21

Отчет о прибылях и убытках	Сумма, руб.	%
Объем продаж	200 000	100
Себестоимость проданных товаров	80 000	40
Валовая прибыль	120 000	60
Коммерческие расходы	30 000	15
Административные расходы	50 000	25
Прибыль от продаж	40 000	20
Налоги	9 600	4,8
Чистая прибыль	30 400	15.2

Самая крупная величина в балансе – совокупные активы или совокупный капитал, а потому все компоненты баланса выражаются в процентах к совокупным активам или совокупному капиталу. Напомним, что совокупные активы и совокупный капитал равны между собой, можно использовать в расчетах и то и другое. Пример приведен в табл. 22.

Таблица 22

Пример. Баланс		
	Сумма, руб.	%
Текущие активы		
Деньги	50 000	10
Дебиторская задолженность	75 000	15
Запасы	75 000	15
Совокупные текущие активы	200 000	40
Здания, сооружения, оборудование (без амортизации)	250 000	50
Инвестиции	50 000	10
Совокупные активы	500 000	100
Пассивы и акционерный капитал		
Кредиторская задолженность	75 000	15
Векселя к оплате	25 000	5
Совокупные текущие пассивы	100 000	20
Долгосрочные пассивы		
Облигации к оплате	150 000	30
Ипотечный заем	50 000	10
Совокупные долгосрочные пассивы	200 000	40
Акционерный капитал		
Обыкновенные акции	150 000	30
Нераспределенная прибыль	50 000	10
Совокупный акционерный капитал	200 000	40
Совокупный капитал	500 000	100

Вертикальный анализ позволяет выявить взаимосвязь всех компонентов финансовых документов и особенно полезен в двух случаях: когда сравнивается деятельность компании за два года или сравниваются две компании, разные по размеру. В первом случае изменение относительных величин делает очевидным для аналитика ситуацию, сложившуюся за два года. Например, если вырос объем продаж, аналитик вряд ли сможет заметить подъем на несколько процентов валовой прибыли или резкий скачок издержек, связанных с реализацией товара. Но с помощью вертикального анализа эти изменения де-

лаются очевидными.

Сравнительный анализ финансовых документов двух компаний является делом гораздо более запутанным. Большая разница в расходах скрывает разницу в доходах, и можно с легкостью не заметить большую разницу между административными расходами или расходами по обслуживанию долга, установленными пропорционально объему продаж.

Горизонтальный анализ весьма популярен в аналитической практике и представляет собой еще одну разновидность финансового анализа. По сути – это вертикальный анализ, который проводится за ряд лет и призван отвечать на вопросы:

1. Увеличиваются или уменьшаются за период времени объем продаж, валовая прибыль, расходы, чистая прибыль?

2. Как изменился объем продаж по сравнению с прошлым годом?

3. Как изменился объем денежной наличности за последние два года? И другие

Что касается трендового анализа то его особенность состоит в том, что в ходе анализа выбирается базовый год и все сравнения производятся в процентах к этому году. Трендовый анализ полезен при сравнении документов за несколько периодов времени. Он дает менеджеру информацию о том, в каком направлении развивается, а может быть, и не развивается предприятие.

Пример (таблица 23). Предположим, затраты на рекламу в базовом году составили 10 000 руб., а в следующие три года соответственно 11 000, 12 000 и 20 000 руб. Трендовый анализ по затратам на рекламу выглядит следующим образом:

Таблица 23

1-й год	2-й год	3-й год	4-й год
10 000 руб.	11 000 руб.	12 000 руб.	20 000 руб.
100%	110%	120%	200%

Важен ли скачок до 200 % на 4-й год? Если затраты на рекламу в 20 000 руб. принадлежат компании, расходы которой 800 000 руб.? В этом случае в рекламу вовлечено слишком мало денег.

Сравнительный анализ позволяет произвести внутрихозяйственное сравнение по отдельным показателям фирмы, дочерних фирм, подразделений, цехов, а также межхозяйственное сравнение показателей данной фирмы с показателями конкурентов, со среднеотраслевыми и средними общеэкономическими данными.

Факторный анализ – это анализ влияния отдельных факторов на результативный показатель с помощью детерминированных или стохастических приемов исследования. Причем факторный анализ может быть как прямым (собственно анализ), то есть заключающимся в раздроблении результативного показателя на составные части, так и обратным (синтез), когда отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель.

Финансовое состояние предприятия можно оценивать с точки зрения краткосрочной и долгосрочной перспектив. В первом случае – критерии оценки финансового состояния, а именно: ликвидность и платежеспособность предприятия, то есть способность своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам.

С позиции долгосрочной перспективы финансовое состояние предприятия характеризуется структурой источников средств, степенью зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов. Каких-либо единых нормативов соотношения собственного и привлеченного капитала не существует. Тем не менее, распространено мнение, что доля собственного капитала должна быть достаточно велика – не менее 60 %. Условность этого лимита очевидна, например, высокорентабельное предприятие или предприятие, имеющее высокую оборачиваемость оборотных средств, может позволить себе относительно высокий уровень заемного капитала.

Результаты анализа позволяют заинтересованным лицам и организациям принимать управленческие решения на основе оценки текущего финансового положения и деятельности предприятия за предшествующие годы.

Анализ относительных показателей (коэффициентов) представляют большой интерес, поскольку, во-первых, позволяют определить тот круг сведений, который важен для пользователей финансовой отчетности с точки зрения принятия решений; во-вторых, предоставляют возможность глубже оценить положение данной отчетной единицы в системе хозяйствования и тенденции его изменения.

Большим преимуществом коэффициентов является также и то, что они сглаживают негативное влияние инфляционных процессов, которые могут существенно искажать абсолютные показатели финансовой отчетности и тем самым затруднять их сопоставление в динамике. Этот метод наиболее удобен в силу его простоты и оперативности. Его суть заключается в сопоставлении рассчитанных по данным отчетности коэффициентов с общепринятыми стандартными коэффициентами, среднеотраслевыми нормами или соответствующими коэффициентами, и с численными по данным деятельности предприятия за предшествующие годы.

8.6. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов

В зависимости от эффективности используемых ресурсов выделяют четыре группы коэффициентов, которые составляют систему показателей анализа состояния экономики и финансов предпринимательской единицы:

1) коэффициенты доходности;
2) коэффициенты эффективности или оборачиваемости активов;
3) коэффициенты ликвидности;
4) коэффициенты финансовой устойчивости.

Каждая из указанных групп коэффициентов соответствует конкретным функциям анализа.

Так, коэффициенты доходности предназначены для оценки общих результатов деятельности предприятия.

Коэффициенты оборачиваемости активов помогают оценить эффективность использования ресурсов предприятия.

Управление платежеспособностью предприятия неразрывно связано с коэффициентами ликвидности.

С помощью коэффициентов финансовой устойчивости у менеджмента возникает реальная возможность регулировать соотношение собственного и заемного капитала, управлять кредитоспособностью.

1. Коэффициенты доходности (рентабельности) связаны в основном с отчетом о прибылях и убытках и характеризуют способность менеджеров компании обращать каждый вложенный рубль в прибыль и поддерживать стабильной цену акций.

Коэффициенты доходности соотносят прибыль с одним из частных аспектов деятельности менеджмента.

В результате мы получаем информацию о доходности используемых в производственной деятельности активов, даваемых инвестициями доходе или генерируемой продажами прибыли. Три ведущие сферы деятельности менеджмента позволяют выделить три основных коэффициента доходности:

$$\textit{Доходность активов} = \textit{чистая прибыль / совокупные активы.}$$

С помощью этого коэффициента измеряется эффективность задействованных в производственной деятельности активов предприятия.

Для оценки эффективности инвестиций применяется коэффициент доходности инвестиций:

$$\textit{Доходность инвестиций} = \textit{чистая прибыль/совокупный капитал.}$$

Наиболее популярным в практике менеджмента показателем оценки финансовой деятельности является доходность собственного капитала предприятия:

Доходность собственного капитала = Чистая прибыль / Собственный капитал.

Введем некоторые обозначения: Дск – доходность собственного капитала; Пч – чистая прибыль; К соб – собственный капитал, тогда

$$Дск = Пч / К\ соб$$

Перед менеджерами предприятия стоит далеко не простая задача: как достичь среднеотраслевой доходности или как сделать, чтобы эта доходность была не ниже, чем у конкурентов.

На практике часто коэффициент доходности продаж объединяется с коэффициентом оборачиваемости активов. Делается это для того, чтобы более внимательно изучить коэффициент доходности активов. Воспользуемся идеей метода Дюпона и постараемся расчленить доходность на компоненты.

$$Дск = Пч / К\ соб = (Пч/О\ пр)* (О\ пр/А)*(А/К\ соб)$$

Где: О пр – объем продаж;

А – активы

В результате получаем произведение трех показателей.

Первый параметр – это доходность продаж (Дп); второй – оборачиваемость активов (ОА); третий – финансовый леверидж (соотношение собственного и заемного капитала) (Л ф).

Иначе говоря:

$$Дск = Дп * ОА * Л\ ф.$$

Это и есть формула Дюпона, в соответствии с которой доходность собственного капитала есть результат взаимодействия трех важнейших факторов финансового управления: доходности продаж; оборачиваемости активов; финансового левериджа (более подробно содержание левериджа будет раскрыто при рассмотрении коэффициентов финансовой устойчивости).

Соответственно доходность можно регулировать, либо манипулируя ценой и затратами, либо оказывая давление на производительность всех видов ресурсов, либо изменяя структуру капитала, увеличивая займы или собственный капитал.

Менеджеры используют эти рычаги для увеличения доходности бизнеса и обогащения собственников (акционеров), увеличения их доходов.

2. Коэффициенты оборачиваемости. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности имеет следующий вид:

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности = продажи / дебиторская задолженность.

Чем меньше денег менеджмент вынужден «связывать» в дебиторской задолженности при заданном объеме продаж, тем лучше.

Предположим, что годовой объем продаж равен 1 млн. руб., а в дебиторской задолженности – 0,5 млн. руб. на конец года.

Очевидно, что деятельность менеджмента будет более эффективна, если большая сумма денег будет собрана по итогам продаж, а дебиторская задолженность уменьшится, к примеру, на 100 000 руб. При годовом объеме продаж 1 млн. руб. дебиторская задолженность в 100 000 руб. оборачивается 10 раз. В нашем примере коэффициент оборачиваемости равен 10. Если известна оборачиваемость дебиторской задолженности, то можно

рассчитать средний срок ее погашения (так называемый коллекционный период). Если дебиторская задолженность оборачивается 10 раз за 360 дней (финансовый год), средний коллекционный период равен 36 дням.

Эта зависимость может применяться и для расчета числа дней оборота любых других активов, если известна их оборачиваемость.

Среди наиболее популярных в финансовом анализе коэффициентов оборачиваемости следует выделить оборачиваемость запасов и оборачиваемость совокупных активов. Эти коэффициенты определяются следующим образом:

Оборачиваемость запасов =
Стоимость проданных товаров / Запасы;

Оборачиваемость совокупных активов =
Продажи / Совокупные активы.

3. Коэффициенты ликвидности. Ликвидность – это мера, с помощью которой оценивается способность предприятия платить по своим краткосрочным обязательствам (долгам); способность предприятия платить по краткосрочным обязательствам. Высокая ликвидность обеспечивается высокими активами, соотнесенными с текущими обязательствами, а также высокой долей текущих активов, представленных денежной наличностью и дебиторской задолженностью. Текущие активы – это, к примеру, дебиторская задолженность, которая будет погашена через 90 дней, или запасы готовой продукции, которые могут быть проданы следующем квартале.

Текущие пассивы – это краткосрочные долги (обязательства), которые необходимо выплатить в течение одного года.

Рабочий капитал, или собственные оборотные средства, есть разница между текущими активами и текущими пассивами. Это грубая мера оценки ликвидности; уменьшение рабочего капитала далеко не всегда есть признак снижения ликвидности.

Рабочий капитал – это абсолютное количество денег, а не соотношение (коэффициент), и трудно давать какие-либо оценки в условиях отсутствия дополнительной информации о деятельности предприятия.

Рабочий капитал = Текущие активы - Текущие пассивы

Приведем пример (таблица 24). Крупное и малое предприятия, согласно цифрам, приведенным ниже, имеют одинаковое количество собственных оборотных средств (рабочего капитала). Однако у большого предприятия меньше возможностей по оплате краткосрочных обязательств, чем у малого предприятия.

Тот факт, что у обоих предприятий 5000 тыс. руб. рабочего капитала, мало что значит.

Таблица 24

Тыс.руб.	Текущие активы	Текущие пассивы	Рабочий капитал
Крупное предприятие	25 000	20 000	5 000
Малое предприятие	10 000	5 000	5 000

Одна из причин, по которой невозможным является сравнение ликвидности двух предприятий по рабочему капиталу, заключается в методах финансового учета запасов, которые приводят к разным уровням запасов в балансах. По этой причине в практике финансового анализа используется два коэффициента ликвидности: текущий коэффициент, или коэффициент текущей ликвидности, и коэффициент срочной ликвидности, или быст-

рый коэффициент. Иногда его называют «кислотный коэффициент». Оба эти коэффициента предназначены для того, чтобы оценить реальную способность предприятия своевременно выполнять текущие обязательства.

Текущий коэффициент – это соотношение между текущими активами и текущими пассивами.

Текущий коэффициент = Текущие активы / текущие пассивы.

Пример (таблица 25). Текущий коэффициент.

Таблица 25

	Текущие активы	Текущие пассивы	Текущий коэффициент
Большое предприятие	25 000	20 000	1,25
Малое предприятие	10 000	5 000	2,00

Разница в ликвидности между большим и малым предприятием в нашем примере очевидна, если подсчитать текущие коэффициенты для этих двух компаний. Этот коэффициент демонстрирует, что у большого предприятия ликвидность меньше, чем у малого.

Быстрый коэффициент. В связи с этим коэффициентом возникает одна серьезная проблема. Это проблема его построения. В нем скрыта информация о том, как быстро текущие активы могут быть обращены в деньги или использованы для покрытия текущих пассивов и с какой степенью должны оплачиваться текущие обязательства. С помощью быстрого коэффициента аналитик получает информацию о том, достаточно ли у предприятия наиболее ликвидных текущих активов для выполнения своих обязательств. Отчасти определяется способность платить по обязательствам.

Быстрый коэффициент = (Текущие активы – Запасы) / Текущие пассивы = (Деньги + Дебиторская задолженность) / Текущие пассивы

В быстром коэффициенте запасы вычитаются из текущих активов. Делается это потому, что запасы прямо и быстро не обращаются в запасы. Вообще говоря, запасы продаются с тем, чтобы создать дебиторскую задолженность. А дебиторскую задолженность нужно обратить в деньги, чтобы заплатить по долгам. Для всего этого нужно время.

Существует правило: для текущего коэффициента необходимо иметь уровень не ниже 2:1, а для быстрого 1:1. Однако после определения величины указанных коэффициентов дополнительно нужно провести сравнение с аналогичными предприятиями в данной отрасли или провести трендовый анализ на рассматриваемом предприятии. По итогам анализа ликвидности перед аналитиком обычно стоят традиционные вопросы. Повышается или понижается ликвидность (текущий коэффициент) на предприятии? Благоприятными ли являются происходящие в отрасли изменения? Что нужно изменить на предприятии для роста ликвидности?

4. Коэффициенты финансовой устойчивости иногда называют коэффициентами структуры капитала, или коэффициентами левериджа. Если коэффициенты ликвидности связаны с краткосрочными обязательствами, то коэффициенты финансовой устойчивости определяют способность предприятия выполнять обязательства долгосрочного характера перед кредиторами и собственниками. Слишком крупные долгосрочные займы являются чрезмерным бременем для менеджмента, а также повышают риск акционеров-собственников. Причина в том, что большие займы увеличивают фиксированные обяза-

тельства, приводят к более быстрому росту процентов по сравнению с тем доходом, который сообщается в каждый отчетный период.

Наиболее популярный в практике перечень коэффициентов финансовой устойчивости следующий:

Коэффициент покрытия =
Прибыль до уплаты процентов и налогов / Проценты за кредит;

Коэффициент долга = Долг / Совокупные активы;

Коэффициент левериджа (финансового рычага) =

Долг / Собственный капитал.

Финансовые трудности компании – достаточно распространенное явление, однако часто причиной их возникновения, прямо или косвенно, становятся действия руководства. Стратегические промахи и ошибочные решения, связанные с производственным процессом, проецируются на финансы, что приводит к финансовым осложнениям, а иногда к банкротству предприятия. Редко финансовые проблемы компании являются результатом принятия одного неверного решения. Обычно этой целый комплекс ошибок, последствия которых обнаруживаются не сразу, а спустя какое-то время. Самые первые симптомы возникновения финансовых трудностей можно распознать до того, как они проявятся в полном объеме, по некоторым признакам, изменениям определенных финансовых и аналитических показателей.

ТЕМА 9. Предпринимательский риск и предпринимательская тайна

9.1. Содержании предпринимательского риска

Без риска нет предпринимательства, но риск предполагается разумный, строго рассчитанный. Риск, с одной стороны, – это вероятность возникновения убытков или снижения доходов по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов. Иначе говоря, риск есть угроза того, что предприниматель понесет дополнительные издержки сверх запланированных, получит доход ниже того уровня, на который он рассчитывал.

С другой стороны, риск может быть сопряжен с положительным результатом от реализации рискованного решения. При этом, чем выше степень риска, тем больший положительный результат может быть в итоге получен. Й. Шумпетер в книге «Теория экономического развития» пишет о том, что если риски не учитываются в хозяйственном плане, тогда они становятся источником, с одной стороны, убытков, а с другой – прибылей[25]. Тем не менее, неоправданный риск представляет собой крайность, которая именуется авантюрой.

Поэтому важное место в деятельности предпринимателя занимает анализ и прогнозирование возможных потерь при совершении определенных операций, сделок, при принятии решений. Имеется в виду анализ не расхода ресурсов, которые обусловлены характером и масштабом предпринимательской деятельности, а случайные, непредвиденные,

[25] См. Шумпетер, Й.А. Теория экономического развития / пер. с нем. В.С. Автономова [и др.]. М.: Прогресс, 1982. С. 277–307.

но потенциально возможные потери, которые возникают вследствие отклонения реального хода процесса от задуманного.

Оценить вероятность непредвиденных потерь можно только тогда, когда знаешь все виды потерь, связанных с предпринимательской деятельностью и умеешь их измерить или рассчитать.

Потери, которые могут возникнуть в предпринимательской деятельности, разделяют на:

- материальные;
- трудовые;
- финансовые;
- потери времени;
- специальные виды потерь.

Материальные потери – это дополнительные затраты или прямые потери имущества, сырья, продукции, энергии и другие потери, которые не были предусмотрены в расчетах предпринимателя, а произошли в связи с неблагоприятными условиями, непредвиденными обстоятельствами.

Трудовые потери представляют собой потери рабочего времени, вызванные случайными, непредвиденными обстоятельствами: несчастный случай, болезнь и т. д. Трудовые потери измеряются в человеко-часах. Перевод трудовых потерь в денежное выражение осуществляется путем умножения человеко-часов на стоимость (цену) одного часа.

Финансовые потери можно оценить в виде прямого денежного ущерба, связанного с непредусмотренными платежами, выплатой штрафов, уплатой дополнительных налогов, потерей денежных средств и ценных бумаг. Кроме того, финансовые потери могут быть при недополучении или неполучении денег из предусмотренных источников, при не возврате долгов, неоплате покупателем поставленной ему продукции, уменьшении выручки вследствие снижения цен на реализуемые продукцию и услуги. Особые виды денежного ущерба связаны с инфляцией, изменением валютного курса рубля, дополнительным изъятием средств предприятий в государственный (республиканский, местный) бюджет.

Наряду с окончательными, безвозвратными могут быть и временные финансовые потери, обусловленные замораживанием счетов, несвоевременной выдачей средств, отсрочкой выплаты долгов.

Потери времени существуют тогда, когда процесс предпринимательской деятельности идет медленнее, чем было намечено. Прямая оценка таких потерь осуществляется в часах, днях, неделях, месяцах запаздывания в получении намеченного результата. Чтобы перевести оценку потерь времени в денежное измерение, необходимо установить, к каким потерям прибыли способны приводить случайные потери времени.

Специальные виды потерь проявляются в виде нанесения ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя, а также вследствие других неблагоприятных социальных и морально-психологических последствий. Чаще всего специальные виды потерь крайне трудно определить в количественном и, тем более, в стоимостном выражении.

Очень важно что бы риск был управляемым, допустимым и существенно не сказывался на предпринимательской деятельности в целом. В этой связи выделяют следующие области риска:

1. Область, в которой потери не ожидаются, называют безрисковой зоной. Ей соответствуют нулевые потери или отрицательные (превышение прибыли над ожидаемой).

2. Под областью допустимого риска понимается область, в пределах которой данный вид предпринимательской деятельности сохраняет свою экономическую целесообразность, т. е. потери имеют место, но они меньше ожидаемой прибыли. Граница зоны допустимого риска соответствует уровню потерь, равному расчетной прибыли от предпринимательской деятельности.

3. Следующую, более опасную область называют областью критического риска. Это область, характеризуемая возможностью потерь, превышающих величину ожидаемой прибыли и достигающих в пределе величины полной расчетной выручки от предпринимательства, представляющей сумму затрат и прибыли. Иначе говоря, зона критического риска характеризуется опасностью потерь, которые заведомо превышают ожидаемую прибыль и в максимуме могут привести к невозместимой потере всех средств, вложенных предпринимателем в дело. В последнем случае предприниматель не только не получает от сделки никакого дохода, но несет убытки в сумме всех бесплодных затрат.

4. Кроме области критического риска, целесообразно рассмотреть область катастрофического риска. Она представляет область потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и в максимуме могут достигать величины, равной имущественному состоянию предпринимателя.

Современный предприниматель должен владеть искусством управления риском. Главная задача управления риском состоит в том, что будущий предприниматель должен уметь:

- обнаружить область повышенного риска;
- оценить степень риска;
- разработать и принять меры, предупреждающие риск;
- в случае, когда уже ущерб имеет место, принять меры к оптимальному его возмещению;
- уметь анализировать и предупреждать риск.

Лучше предотвращать будущую ошибку, чем сожалеть о прошлом прегрешении.

9.2. Классификация предпринимательских рисков

Все многообразие предпринимательских рисков можно классифицировать по соответствующим основаниям или признакам в зависимости от цели проводимого исследования. Рассмотрим некоторые наиболее общие виды классификации.

В зависимости от возможного результата (искового события) риски можно подразделить на две большие группы: чистые, спекулятивные и фундаментальные.

Чистые риски означают возможность получения отрицательного или нулевого результата. Спекулятивные риски выражаются в возможности получения как положительного, так и отрицательного результата. Фундаментальные риски связаны с обстоятельствами непреодолимой силы.

В зависимости от продолжительности во времени предпринимательские риски можно разделить на кратковременные и долгосрочные. Кратковременные – это те риски, которые угрожают предпринимателю в течение небольшого известного отрезка времени, например, транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза, или риск неплатежа по конкретной сделке. К долгосрочным рискам относятся те риски, которые непрерывно, почти постоянно, угрожают предпринимателю.

В зависимости от основной причины возникновения предпринимательские риски делятся на следующие категории:

- природно-естественные;
- экологические;
- политические;
- транспортные;
- другие

К природно-естественным относятся риски, связанные с проявлением стихийных сил природы: землетрясение, наводнение, буря, пожар, эпидемия и др. Экологические риски – это риски, связанные с загрязнением окружающей среды. Транспортные риски – это риски, связанные с перевозками груза автомобильным, морским, речным, железнодорожным транспортом, самолетами и т. д. Политические риски связаны с политической ситуацией в стране и деятельностью государства. Политические риски возникают при нару-

шении условий производственно-торгового процесса по причинам, непосредственно не зависящим от хозяйственного субъекта.

К политическим рискам относятся*:*

невозможность осуществления хозяйственной деятельности вследствие военных действий, революции, обострения внутриполитической ситуации в стране, национализации, конфискации товаров и предприятий, введения эмбарго, из-за отказа нового правительства выполнять принятые предшественниками обязательства и т. п.;

введение отсрочки (моратория) на внешние платежи на определенный срок ввиду наступления чрезвычайных обстоятельств (забастовка, война и т. д.);

неблагоприятное изменение налогового законодательства;

запрет или ограничение конверсии национальной валюты в валюту платежа. В этом случае обязательство перед экспортерами может быть выполнено только в национальной валюте, имеющей ограниченную сферу применения.

По структурному признаку предпринимательские риски можно разделить на: имущественные, производственные, торговые, финансовые.

1. Имущественные риски – это риски, связанные с вероятностью потерь имущества гражданина-предпринимателя по причине кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем и т. п.

2. Производственные риски – это риски, связанные с убытком от остановки производства вследствие воздействия различных факторов и, прежде всего, с гибелью или повреждением основных и оборотных фондов (оборудование, сырье, транспорт и т. п.), а также риски, связанные с внедрением в производство новой техники и технологии.

3. Торговые риски представляют сбой риски, связанные с убытком по причине задержки платежей, отказа от платежа в период транспортировки товара, непоставки товара и т. п.

4. Финансовые риски связаны с вероятностью потерь финансовых ресурсов (т. е. денежных средств).

Финансовые риски подразделяются на два вида:

1) риски, связанные с покупательной способностью денег;
2) риски, связанные с вложением капитала (инвестиционные риски).

К рискам, связанным с покупательной способностью денег, относятся следующие разновидности рисков:

- инфляционные;
- дефляционные;
- валютные;
- риски ликвидности.

Инфляция означает обесценивание денег и, соответственно, рост цен.

Дефляция – это процесс, обратный инфляции, он выражается в снижении цен и, соответственно, в увеличении покупательной способности денег.

Инфляционный риск – это риск того, что при росте инфляции получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут. В таких условиях предприниматель несет реальные потери.

Дефляционный риск – это риск того, что при росте дефляции происходит падение уровня цен, ухудшение экономических условий предпринимательства и снижение доходов.

Валютные риски представляют собой опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой при проведении внешнеэкономических кредитных и других валютных операций.

Риски ликвидности – это риски, связанные с возможностью потерь при реализации ценных бумаг или других товаров из-за изменения оценки их качества и потребительной стоимости.

Риски, связанные с вложением капитала (инвестиционные риски) включают в себя следующие подвиды рисков:

- риск упущенной выгоды;
- риск портфеля ценных бумаг;
- риск прямых финансовых потерь.

Риск упущенной выгоды – это риск наступления косвенного финансового ущерба (недополученная прибыль) в результате неосуществления какого-либо мероприятия, например, страхование, инвестирование и т. п.

Риск портфеля ценных бумаг – это риск вложения денег в ценные бумаги, формирование портфеля ценных бумаг.

При оценке инвестиционного качества ценной бумаги рейтинговые компании выделяют следующие риски, классифицируя их по различным признакам:

Риски прямых финансовых потерь включают в себя: биржевой риск, риск банкротства, а также кредитный риск.

Биржевые риски представляют собой опасность потерь от биржевых сделок. К этим рискам относятся: риск неплатежа по коммерческим сделкам, риск неплатежа комиссионного вознаграждения брокерской фирмы и т. п.

Риск банкротства определяется опасностью потерь предпринимателя в результате неправильного способа вложения капитала и наступающей в следствие этого его неспособности рассчитаться по взятым на себя обязательствам. В результате предприниматель становится банкротом.

Кредитный риск – это риск неуплаты заемщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору. К кредитному риску относится также риск такого события, при котором эмитент, выпустивший долговые ценные бумаги, окажется не в состоянии выплачивать проценты по ним или основную сумму долга. Кредитный риск может быть также разновидностью рисков прямых финансовых потерь.

С точки рения возможности принятия мер, компенсирующих потери от рисков, в классификации выделяют две группы рисков:

1) страхуемые риски – риски, которые поддаются количественному определению и финансовому измерению и подлежат страхованию;

2) нестрахуемые риски – форс-мажорные риски, оценить уровень которых невозможно, а также масштабные риски, которые никто не готов принять на себя.

Проблемы, связанные со страхованием рисков будут рассмотрены в параграфе 9.5.

9.4. Качественная и количественная оценка рисков

При качественной и количественной оценке рисков активно используются статистические инструменты, в том числе: вероятность, вариация, дисперсия и среднеквадратичное отклонение.

Вероятность означает количественную оценку возможности получения определенного результата. Применительно к экономическим задачам методы теории вероятностей сводятся к определению значений вероятности наступления событий и к выбору из возможных событий самого предпочтительного события, исходя из наибольшей величины математического ожидания. Вероятность наступления любого значения рассматривается по формуле:

$$P_{(Xi)} = Ki/n,$$

где $P_{(Xi)}$ – вероятность наступления i-го значения; Ki – количество появлений значения x_i; n – общее количество событий.

Вероятность любого события колеблется от 0 до 1. Если вероятность равна нулю, то событие является невозможным. Если же вероятность равна единице, то событие является достоверным. Вероятность позволяет прогнозировать случайные события. Она дает им количественную характеристику. При этом уровень неопределенности и степень риска уменьшается. При расчетах во избежание ошибок необходимо использовать средневзвешенные величины по следующей формуле:

$$X = \sum X_i P_{(x_i)},$$

Где: X – средневзвешенное ожидаемое значение;
X_i– ожидаемое значение для каждого случая;
$P_{(x_i)}$ – вероятность наступления i-го значения.

Вариация – это изменение (колебание) количественной оценки признака при переходе от одного случая (варианта, исхода) к другому.

Колебание возможного результата представляет собой степень отклонения ожидаемого значения от средней величины. Для этого на практике обычно применяют два близко связанных критерия: дисперсия и среднее квадратичное отклонение.

Дисперсия определяется по формуле:

$$D = \sum (X_{i-} - X)^2 * P_{(X)i},$$

где: D – дисперсия; Xi – ожидаемое значение для каждого случая; X – средневзвешенное ожидаемое значение; $P_{(Xi)}$ – вероятность наступления i-го значения.

Рискованность рассматриваемого проекта (мероприятия) определяется с помощью стандартного, среднеквадратического отклонения, которое определяет разброс, т. е. возможное отклонение как в худшую, так и в лучшую сторону ожидаемого значения рассматриваемого показателя от его среднего значения. Чем больше величина стандартного отклонения, тем больше разброс возможного результата, а, следовательно, выше предпринимательский риск данной сделки. Стандартное отклонение определяем по формуле:

$$\sigma = \sqrt{D}$$

Где: σ – стандартное отклонение; D – дисперсия.

Дисперсия и стандартное отклонение являются мерами абсолютного колебания значений. Для анализа, особенно когда надо сравнить несколько вариантов проекта (мероприятия, сделки) с разными ожидаемыми результатами и разным риском, используют коэффициент вариации. Он представляет собой отношение стандартного отклонения к средневзвешенному ожидаемому значению.

Коэффициент вариации – относительная величина.

$$V = (\sigma / X)\ 100\ \%,$$

где: V – коэффициент вариации; σ – стандартное отклонение; X – средневзвешенное ожидаемое значение.

Коэффициент вариации может изменяться от 0 до 100 процентов. Чем больше коэффициент вариации, тем сильнее колебание значений. Установлена следующая каче-

ственная оценка различных значений вариации: от 0 % до 10 % – слабое колебание; 10–25 % – умеренное колебание; свыше 25 % – высокое колебание.

Оценку рисков обычно подразделяют на два взаимно дополняющих друг друга вида: качественный и количественный.

Главная задача качественной оценки состоит в том, чтобы определить факторы риска, этапы и работы, при выполнении которых риск возникает и т. д. Т. е. установить потенциальные области риска, после чего – идентифицировать все возможные риски.

Существует много методик качественной оценки риска. Все они позволяют получить информацию для принятия хозяйственных решений. Рассмотрим некоторые из них:

- экспертный метод оценки;
- метод Дельфи;
- оценка личной вероятности;
- комбинированный метод.

Экспертный метод оценки риска основан на использовании субъективных критериев, которые базируются на различных предположениях. Он может быть реализован путем обработки мнений опытных предпринимателей и специалистов. К таким предположениям относятся: суждение оценивающего, его личный опыт, знание объекта. Необходимо, чтобы эксперты сопровождали свои оценки данными о возникновении различных величин потерь. Важное значение при этом занимает прием экспертной оценки, т. е. проведение экспертизы, обработка и использование его результатов при обосновании значений вероятности.

Прием экспертной оценки основан на использовании способности специалистами находить нужное решение, его знаниях, опыте, интуиции и т. д.

Каждому эксперту предоставляется перечень возможных рисков и предлагается оценить вероятность их наступления, основываясь на следующей системе оценок:

0 – несущественный риск;

25 – рисковая ситуация, вероятнее всего, не наступит;

50 – о возможности рисковой ситуации нельзя сказать ничего определенного;

75 – рисковая ситуация, вероятнее всего, наступит;

100 – рисковая ситуация наступит наверняка.

Затем оценки экспертов подвергаются анализу на их противоречивость и должны удовлетворять следующему правилу: максимально допустимая разница между оценками двух экспертов по любому виду риска не должна превышать 50, что позволяет устранить недопустимые различия в оценках экспертами вероятности наступления отдельного риска:

$$Max(ai-bi) \leq 50,$$

где a, b – векторы оценок каждого из двух экспертов. При трех экспертах должно быть сделано три оценки для сравнения попарно: мнений первого и второго экспертов, первого и третьего, второго и третьего; i – вид оцениваемого риска.

Например, если три эксперта дали следующие заключения по одному из рисков: А – 25; В – 25; С – 50, то в данном случае разности оценок составляют: А и В = 0; А и С = 25 и В и С = 25, что удовлетворяет условию.

Разновидностью экспертного метода является метод Дельфи. Он характеризуется анонимностью и управляемой обратной связью. Анонимность членов комиссии обеспечивается путем физического разделения, что не дает им возможности обсуждать ответы на поставленные вопросы. Цель такого разделения – избежать «ловушек» группового принятия решения, избежать доминирования мнения лидера. После обработки результата через управляемую обратную связь обобщенный результат сообщается каждому члену комиссии. Основная цель этого – позволить ознакомиться с оценками других членов комиссии, не подвергаясь управлению из-за знания того, кто конкретно дал ту или иную оценку. После этого оценка может быть повторена.

При экспертной оценке предпринимательского риска большое внимание следует уделять подбору экспертов, так как именно от правильности их оценок зависит решение о выборе того или иного предпринимательского проекта.

В мировой практике предпринимательства чаще всего применяется личная оценка вероятности. При личной оценке вероятности важным моментом является максимальный сбор и использование всей доступной информации по данной проблеме. Следует отметить, что личная оценка вероятности не есть нечто постоянное и неизменное. Она должна подвергаться пересмотру и изменениям по мере сбора новых сведений.

При личной оценке вероятности рекомендуется придерживаться следующих правил:

1. Быть как можно более объективным, не поддаваться соблазну принять желаемое за действительное;

2. Необходимо учитывать все возможные события, не упускать крайностей, т. е. событий низшей или высшей вероятности;

3. Распределение степеней вероятности должно основываться на уровне неопределенности: если этот уровень высок, то распределение будет широким и равномерным;

4. Постоянно корректировать расчеты при поступлении новой информации; постоянно искать такую информацию.

Рассмотрим пример личной оценки вероятности. Допустим, предприниматель предполагает, какой будет цена на производимую им продукцию через определенный промежуток времени. Для личной оценки вероятности тех или иных цен (как и любого неопределенного события) предприниматель исходит из таких численных показателей, которые характеризуют его личную уверенность на основе собранной информации и личного опыта. Весь спектр возможностей подразделяется на логические интервалы: в нашем примере, как показано в табл. 27, – это интервал по 2 тыс. руб. за единицу.

Таблица 27

Оценка личной вероятности для цен на производимый товар

Пределы колебания цен, тыс. руб. за единицу товара	*Уверенность, что цена будет в данном пределе (значения от 0 до 100)*	*Степень личной вероятности*
Менее 10	0	0
10–12	15	0,05
12–14	20	0,07
14–16	70	0,24
16–18	100	0,34
18–20	60	0,20
20–22	30	0,10
Выше 22	20	0
Итого	295	1,00

Во второй колонке предприниматель помещает цифровые показатели от 0 до 100, которые отражают степень его уверенности, что цена на товар будет колебаться в соответствующих пределах. По его мнению, цена не опустится ниже 10 тыс. руб. и не поднимется выше 22 тыс. руб. Цифра 100 обозначает наиболее реальные для предпринимателя пределы колебания цен, остальные показатели также отражают его убеждения в реальности событий.

Далее, уверенность, что цена будет в данном пределе, выраженная в пределах от 0 до 100, суммируется. Чтобы определить степень личной уверенности, необходимо каждый цифровой показатель уверенности разделить на сумму показателей. Частные от деления и есть степень личной оценки вероятности, которая отображена в третьей колонке. Совершенно очевидно, что максимальная вероятность колебания цен на предлагаемый предпринимателем товар находится в пределах от 14 до 20 тыс. руб. за единицу товара.

Комбинированный метод является наиболее приемлемым вариантом для определения риска, который представляет собой объединение нескольких отдельных методов или их отдельных элементов. Примером может служить оценка предпринимательского риска при выборе инвестиционного решения, когда используется имеющаяся информация и мнения экспертов. Можно применять также несколько упрощенный метод определения степени риска.

Количественная оценка риска – это численное определение размеров отдельных рисков и общего риска. Риск предпринимателя количественно характеризуется субъективной оценкой вероятной, т. е. ожидаемой, величины максимального и минимального дохода или убытка от данного вложения капитала. При этом, чем больше диапазон между максимальным и минимальным доходом (убытком) при равной вероятности их получения, тем выше степень риска.

В качестве количественного критерия оценки риска можно использовать абсолютную величину возможных потерь, которая определяется как произведение ожидаемого ущерба на вероятность того, что этот ущерб произойдет:

$$R=Y*P(x),$$

где R – размер риска;

Y – ожидаемый ущерб;

$P(x)$ – вероятность ущерба.

При оценке риска в предпринимательской практике часто используются следующие принципы:

- потери от риска независимы друг от друга;
- потеря по одному направлению из «портфеля рисков» не обязательно увеличивает вероятность потери по другому (за исключением форс-мажорных обстоятельств);
- максимальный возможный ущерб не должен превышать финансовых возможностей участника.

9.5. Страхование предпринимательских рисков

Как отмечалось выше все риски делятся на страхуемые и не страхуемые. Страхуемый риск имеет математически выраженную вероятность возникновения ущерба в результате заранее оговоренного неблагоприятного события, которая может быть рассчитана на основе статистических данных.

Перечень страхуемых рисков составляет объем страховой ответственности по договору страхования. Его выражают страховой суммой договора. Цена риска в денежном выражении составляет тарифную ставку, обычно рассчитываемую на какую-то величину (например, на 100 руб.) страховой суммы и в процентах (промилле) к абсолютной величине.

Предпринимательская деятельность и страхование – тесно взаимосвязанные категории рыночного хозяйства. Результатом предпринимательской деятельности является получение прибыли, увеличение вложенного в бизнес капитала, поэтому важное значение приобретает страхование на случай возможной потери ожидаемой прибыли.

Причины, вызывающие потерю или недополучение прибыли, можно разделить на две группы:

1) нарушение процесса производства при наступлении стихийных бедствий, аварий и других событий;

2) изменение рыночной конъюнктуры, срыв или частичное невыполнение контрактов поставщиками и (или) потребителями продукции и т. п.

Обе группы факторов должны попадать в сферу страхования.

Страхование от ущерба, вызванного остановкой производства вследствие различных причин, практикуют во многих зарубежных странах. Страхование от перерывов в производстве по сути своей дополняет страхование основных и оборотных средств, поскольку перерыв в производстве чаще всего бывает вызван гибелью или повреждением этих средств.

Подлежащий страхованию ущерб от приостановки производства складывается из трех составных частей:

1) расходов, произведенных за время остановки производства;
2) недополученной прибыли (упущенная прибыль);
3) дополнительных затрат, понесенных в целях сокращения ущерба.

Упущенную прибыль рассчитывают путем умножения объема продукции, не произведенной за время простоя, на норму прибыли на единицу продукции. При этом размер не произведенной продукции следует исчислять как разницу между объемом продукции, который мог бы быть выпущен за период остановки исходя из производственной программы, и объемом продукции, выпущенной в результате налаживания производства на других объектах.

Ставки страховых взносов устанавливают в процентах к стоимости выпускаемой продукции (при отсутствии страхового случая), как правило, на годичный период.

Страхование рисков, связанных с внедрением новых технологий и новой техники, можно разделить на два вида:

1) страхование самой техники, установок, технологических линий и т. п. на случай их вывода из строя, нарушения работы, гибели (защита от прямых убытков);

2) страхование от непредвиденных неблагоприятных последствий, вызванных внедрением технических и технологических новинок, или их разрушения, остановок и т. п. (защита от косвенных убытков в виде дополнительных расходов и неполученной прибыли).

Оба названных вида страхования являются самостоятельными, однако оправдано их одновременное проведение. Объектом страхования выступают машины, технические и технологические установки, которые после окончания испытаний и пробного пуска признаны годными к работе. Особенность данного страхования состоит в том, что возмещают потери, возникшие по вине отдельных лиц. Убытки подлежат возмещению, если они возникли в результате случайной ошибки или непреднамеренных действий лиц, которые имели необходимую профессиональную подготовку для работы с новой техникой или технологией. Если же к управлению современными технологическими установками были допущены неподготовленные работники, то возникновение убытков нельзя считать непредвиденными обстоятельствами.

Страхование технических и технологических рисков не предусматривает покрытие убытков от пожаров, взрывов, стихийных бедствий, поскольку они включены в ответственность по страхованию основных и оборотных фондов предприятий.

Страхование валютных рисков в определенной мере имеет те же предпосылки, что и страхование биржевых рисков, но в большей части обусловлено специфическими условиями внешнеэкономических связей. Оно необходимо, прежде всего, для возмещения следующих возможных потерь:

1) затрат, связанных с производством экспортной продукции, при отказе от нее зарубежного импортера по каким-либо причинам;

2) убытков от платежа за поставленные товары и оказанные услуги в случае ухудшения финансового положения, банкротства иностранного партнера или вследствие политических событий в какой-либо из стран;

3) убытков от изменения курса валюты платежа за период от заключения контракта до его исполнения.

Следует отметить, что в первых двух случаях речь идет о потерях для отечественного экспортера, а в последнем случае убытки могут нести как экспортеры, так и импортеры. Экспортер терпит убытки при снижении курса валюты, а импортер – при повышении курса.

Объектом страхования коммерческих рисков выступает коммерческая деятельность страхователя, предусматривающая инвестирование денежных и других ресурсов в какой-либо вид производства работ или услуг и получение от этих вложений через определенный срок дохода.

Ответственность страховой организации по страхованию коммерческих рисков заключается в возмещении страхователю потерь, возникших вследствие неблагоприятного непредсказуемого изменения конъюнктуры рынка и ухудшения других условий осуществления предпринимательской деятельности.

Назначение страхования коммерческих рисков состоит в том, чтобы возместить страхователю возможные потери, если через определенный период застрахованные операции не дадут предусмотренной окупаемости. Страховое возмещение определяют как разницу между страховой суммой и фактическими финансовыми результатами от застрахованной предпринимательской деятельности.

9.6. Предпринимательская тайна

Предпринимательская деятельность во всех сферах экономики неразрывно связана с получением, накоплением, хранением и использованием различных сведений, характеризующих как саму предпринимательскую единицу, так и связанных с ней хозяйствующих партнеров. Обеспечение сохранности информации о деятельности предпринимательской единицы, факторах ее развития является важным условием выживания фирмы в конкурентной среде.

Конкуренты фирмы могут осуществлять различные формы получения достоверной информации о ее деятельности, чтобы добиться лучших успехов на рынке. В законодательных актах не сформулировано понятие предпринимательской тайны, а дана характеристика государственной, служебной, предпринимательской, банковской и военной тайны.

Предпринимательская тайна - более широкое, емкое понятие, так как она включает любые сведения (информацию), разглашение которых (утечка) может нанести экономический и моральный ущерб предпринимательской организации, существенно повлияет на ее деловую репутацию. Предпринимательская тайна представляет интегрированную совокупность производственной, технической, предпринимательской и служебной тайны, со-

хранение которой обеспечивает фирме возможность добиваться планируемых результатов.

Постановка этой проблемы позволяет правильно решить вопрос о формах организации защиты тайны, определить затраты на охрану. Поэтому предпринимателю необходимо установить основной перечень сведений, составляющих предпринимательскую тайну, распределить их по категориям важности в зависимости от ценности для фирмы, характера и размера ущерба, который может быть нанесен фирме при разглашении этих сведений.

С другой стороны, излишние меры по ограничению доступа к информации могут осложнить взаимоотношения фирмы с хозяйствующими партнерами, приведут к неоправданным потерям. Защита информации должна способствовать росту прибыли от деятельности фирмы.

Для формирования перечня сведений, подлежащих защите, целесообразно создать группу из специалистов, занимающихся финансовыми вопросами, конъюнктурой рынка и сведениями о конкурентах. Можно привлечь к этой работе сторонних экспертов, но не следует им раскрывать все конкретные сведения, составляющую предпринимательскую тайну. В зависимости от вида осуществляемой деятельности, сферы предпринимательства, поставленной цели перечень сведений может изменяться. Практика предпринимательской деятельности показывает необходимость защиты сведений:

- технологического характера (конструкторская документация, чертежи, схемы; описания технологических испытаний; точные данные конструкционных характеристик создаваемой продукции и характер разрабатываемых технологических процессов; сведения о материалах; описания новых технологических процессов; используемые новые приборы, станки, оборудование; рецептура создаваемых продуктов и др.);
- научно-технического характера (идеи, открытия, изобретения; ноу-хау; патенты; промышленные образцы; отдельные формулы; новые методы организации производства и труда; тематика важнейших научных исследований; результаты научных исследований; программное обеспечение ЭВМ и другие научные разработки);
- делового характера (сведения о заключенных контрактах; о подготовленных к заключению договорах; данные о поставщиках ресурсов и клиентах; обзоры рынка, материалы маркетинговых исследований; информация о конфиденциальных переговорах; калькуляция себестоимости товаров, структура и размер цен, уровень планируемой прибыли; планы инвестиций; стратегические планы развития фирмы; данные об отдельных категориях персонала фирмы и другие сведения).

Перечень сведений, составляющих предпринимательскую тайну, должен быть в установленном порядке доведен до сотрудников. При этом необходимо установить меры заинтересованности ответственных исполнителей за сохранение предпринимательской тайны, а также ответственности при ее утечке по вине отдельных работников.

На рис. 29 приведены угрозы безопасности фирмы, которые необходимо учитывать при разработке мер по защите предпринимательской тайны. В зависимости от вида предпринимательской деятельности, размеров фирмы и других критериев функционирования фирмы набор элементов механизма защиты предпринимательской тайны может кардинально изменяться. Конечно, важную роль играют и финансово-материальные возможности, необходимые для организации защиты экономической безопасности.

Как правило, для комплексного решения всех вопросов, связанных с защитой предпринимательской тайны, создается служба безопасности. Однако отдельными вопросами защиты экономической безопасности могут заниматься специализированные охранные предприятия, выполняющие свои функции по договору с фирмой. Важное значение имеет подбор высококвалифицированных специалистов службы безопасности фирмы, нормативное установление обязанностей сотрудников и следующих функций службы безопасности:

- организация и обеспечение пропускного и внутриобъектового режима в зданиях и помещениях, несение их охраны, контроль за соблюдением установленного режима на фирме сотрудниками, посетителями;
- проведение мероприятий по правовому и организационному регулированию отношений на фирме по защите предпринимательской тайны и экономической безопасности;
- участие в разработке основных нормативных документов (инструкций, положений), устанавливающих порядок и принципы защиты предпринимательской тайны;
- участие в разработке должностных инструкций, обязанностей руководителей подразделений, специалистов, всех категорий работников;
- обеспечение сохранности документов, содержащих сведения, являющиеся предпринимательской тайной, прекращения их хищения или передачи сведений заинтересованным лицам иными способами;
- организация проведения служебных расследований по фактам разглашения сведений, составляющих предпринимательскую тайну, потерь документов и других нарушений безопасности фирмы, а также и другие функции, которые должны быть установлены в положении о службе безопасности, утвержденном руководителем фирмы.

Рис. 29. Угрозы безопасности фирмы

В табл. 28 приведена система мер по защите предпринимательской тайны В состав механизма защиты предпринимательской тайны и безопасности фирмы входят следующие подсистемы: правовое обеспечение тайны, правоведение организационной защиты, осуществление инженерно-технической защиты, мотивация в первую очередь тех сотрудников, от поведения которых зависит утечка сведений, составляющих предпринимательскую тайну; усиление различных форм ответственности за разглашение сведений, наносящих экономический ущерб фирме и другие.

Особое значение имеет организация инженерно-технической защиты, представляющей собой совокупность специальных инженерно-технических средств, применение ко-

торых обеспечивает безопасность фирмы, ее имущества, ресурсов, а также сведений о деятельности фирмы

Таблица 28 Система мер по защите предпринимательской тайны

Система мер по защите предпринимательской тайны	Конкретные мероприятия по защите
Организационно-правовые меры	Разработка соответствующих документов: • перечень сведений, составляющих коммерческую тайну; • дополнение к Уставу; • дополнение к договору; • памятка работника по сохранению предпринимательской тайны; • подписка при увольнении о неразглашении предпринимательской тайны
	Определенный порядок выделения предпринимательской тайны
	Разработка механизма защиты предпринимательской тайны
Инженерно-технические меры	Использование аппаратных средств зашиты
	Использование программных средств
	Использование математических средств – применение кодов различных уровней сложности и других мер
Организационно-технологические меры	Меры по лицензированию, патентованию и защите прав на технологию
	Использование при заключении коммерческих договоров специальных служебных помещений без доступа посторонних лиц
	Перед заключением основного договора следует заключить предварительный договор о намерениях, содержащий статью о предпринимательской тайне и ее использовании
	При заключении международных договоров необходимо определить право страны, которое бы регистрировало процесс определения и меры защиты предпринимательской тайны на уровне законодательства данной страны

ТЕМА 10. Прекращение деятельности предпринимательской организации

10.1. Прекращение деятельности предпринимательской организации

Предпринимательская организация как юридическое лицо создается (учреждается), как правило, на неопределенный срок, о чем указывается в учредительных документах. Однако если в учредительных документах указан срок деятельности организации, она должна прекратить свою деятельность при наступлении этого срока. В соответствии с гражданским законодательством организация может на добровольных основаниях прекратить свою деятельность при соблюдении установленных гражданским законодательством правил. Прекращение деятельности предпринимательской организации осуществляется путем ее реорганизации или ликвидации.

Реорганизация представляет собой изменение юридического лица, при котором все права и обязанности или их часть переходят к другому юридическому лицу, образованному в процессе реорганизации. Вновь организованной фирме (компании) в результате реорганизации переходят соответствующие права и обязанности ранее существующей орга-

низации (организаций). Реорганизация осуществляется в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь и другими актами законодательства, регулирующими деятельность отдельных видов коммерческих организаций.

Решение о реорганизации юридического лица принимают его учредители (участники) либо орган юридического лица, уполномоченный на осуществление этой процедуры учредительными документами. Такая реорганизация считается добровольной. Принудительная реорганизация юридического лица в форме его разделения или выделения осуществляется в случаях, установленных законом, по решению уполномоченных государственных органов или по решению суда.

Юридическое лицо считается реорганизованным, за исключением случаев реорганизации в форме присоединения, с момента государственной регистрации вновь возникших юридических лиц. При реорганизации юридического лица в форме присоединения к нему другого юридического лица первое считается реорганизованным с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц о прекращении деятельности присоединенного юридического лица.

Реорганизация юридического лица осуществляется в следующих формах: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование.

Слиянием организации признается возникновение новой организации путем передачи ей всех прав и обязанностей двух или нескольких организаций с прекращением последних. При слиянии организаций все права и обязанности каждой из них переходят к вновь возникшей организации в соответствии с передаточным актом. Организации, участвующие в слиянии, заключают договор о слиянии, в котором определяются его порядок и условия. Вновь образованная путем слияния организация должна в установленном порядке пройти государственную регистрацию по месту нахождения новой организации.

Присоединением организации признается прекращение одной или нескольких организаций с передачей всех их прав и обязанностей другой организации в соответствии с передаточным актом. Присоединяемая организация и организация, к которой осуществляется присоединение, заключают договор о присоединении, в котором определяются порядок и условия присоединения.

Разделением организации признается прекращение организации с передачей всех ее прав и обязанностей вновь создаваемым организациям. При разделении организации все ее права и обязанности переходят к двум или нескольким вновь создаваемым организациям в соответствии с разделительным балансом. Вновь созданные организации обязаны в установленном порядке осуществить государственную регистрацию и стать на учет в налоговом органе по месту своего нахождения.

Выделением организации признается создание одной или нескольких организаций с передачей им части прав и обязанностей реорганизуемой организации без прекращения последней. При выделении из состава организации одной или нескольких организаций к каждой из них переходит часть прав и обязанностей реорганизованной в форме выделения организации в соответствии с разделительным балансом.

Организация в соответствии с требованиями, установленными белорусским законодательством, может преобразоваться в коммерческую организацию иной организационно-правовой формы. Так, акционерное общество может преобразоваться в установленном порядке в общество с ограниченной ответственностью или в производственный кооператив. Полное товарищество может быть преобразовано в хозяйственное общество. При выбытии из коммандитного товарищества всех вкладчиков полные товарищи имеют право преобразовать товарищество в полное товарищество.

Общество с ограниченной ответственностью вправе преобразоваться в акционерное общество или в производственный кооператив. Производственный кооператив в установленном порядке по единогласному решению его членов может преобразоваться в хозяйственное товарищество или общество. При преобразовании юридического лица одного вида в юридическое лицо другого вида (изменение организационно-правовой формы) к

вновь возникшему юридическому лицу переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с передаточным актом.

При реорганизации организации передаточный акт и разделительный баланс утверждаются общим собранием учредителей (участников) организации или органом, принявшим решение о реорганизации, и представляются вместе с учредительными документами для государственной регистрации вновь возникших юридических лиц или внесения изменений в учредительные документы существующих юридических лиц.

Непредставление передаточного акта или ликвидационного баланса, а также отсутствие в нем положений о правопреемстве по обязательствам реорганизованного юридического лица влекут отказ в государственной регистрации вновь возникших юридических лиц. Передаточный акт и разделительный баланс должны содержать положения о правопреемстве по всем обязательствам реорганизованного юридического лица в отношении всех кредиторов и документов, включая обязательства, оспариваемые сторонами. Учредители (участники) юридического лица или его орган, принявшие решение о реорганизации юридического лица, обязаны письменно уведомить об этом кредиторов реорганизуемого юридического лица.

Предпринимательская организация как юридическое лицо может быть ликвидирована:

• по решению его учредителей (участников) либо органа юридического лица, уполномоченного на то учредительными документами, в том числе в связи с истечением срока, на который создано юридическое лицо, с достижением цели, ради которой оно создано, или с признанием судом недействительной регистрации юридического лица в связи с допущенными при его создании нарушениями закона или иных правовых актов, если эти нарушения носят неустранимый характер;

• по решению суда общей юрисдикции (далее Суда) в случае осуществления деятельности без надлежащего разрешения (лицензии) либо деятельности, запрещенной законом, либо с иными неоднократными нарушениями закона или иных правовых актов;

• по решению Суда в случае признания предпринимательской организации несостоятельной (банкротом) в соответствии с положениями Закона Республики Беларуси «Об экономической несостоятельности (банкротстве)»[26].

10.2. Понятие банкротства

В условиях рыночной экономики принцип ответственности предприятий за результаты финансово-хозяйственной деятельности реализуется в случае образования убытков, неспособности предприятия удовлетворять требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг) и обеспечивать финансирование производственного процесса, т. е. при наступлении банкротства предприятия.

Экономическая несостоятельность – это приобретающая устойчивый характер неспособность (неплатежеспособность) предприятия удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), осуществить платежи в бюджет и бюджетные фонды, выплатить заработную плату наемных работникам, которая проявляется в превышении долга предприятия над стоимостью его имущества.

Банкротство представляет собой долговую несостоятельность, отказ предпринимателя платить по своим долговым обязательствам из-за отсутствия средств и связанное с этим последующее выведение его из гражданского оборота. Основным признаком банкротства является приостановление текущих платежей предприятия.

К числу внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия, обычно относятся:

- размер и структура потребностей;

[26] Закон Республики Беларусь Об экономической несостоятельности (банкротстве) от 13 июля 2012 г. N 415-з // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 24 июля 2012 г. N 2/198

- уровень доходов и накоплений населения, а, следовательно, и его покупательная способность (сюда же может быть отнесен уровень цен и возможность получения потребительского кредита);
- политическая стабильность и направленность внутренней политики;
- развитие науки и техники, которое определяет все составляющие процесса производства товара и его конкурентоспособности;
- уровень культуры, проявляющийся в привычках и нормах потребления, предпочтении одних товаров и в отрицательном отношении к другим;
- конкуренция.

Одной из наиболее сильных внешних причин банкротства являются так называемые технологические разрывы. Для каждой производственной (технологической) системы существуют определенные пределы роста объемов деятельности. Дальнейшее развитие требует скачка в базовых характеристиках системы. В экономической литературе эти моменты называются переломными точками, технологическими разрывами. Переход от электронных ламп к полупроводникам, от грампластинок к магнитной ленте и т. д. является примером технологических разрывов. Перемены готовятся незаметно для большинства, но происходят лавинообразно. В результате предприятие, имеющее престиж лидера, почти сразу оказывается безнадежно отставшим. По оценкам специалистов, при технологических разрывах семь из десяти лидеров становятся отстающими. Для основной массы предприятий значение имеют не только крупные научно-технические сдвиги, но и мелкие оригинальные изменения, которые подрывают их преимущества в данной сфере деятельности.

Следует отличать банкротство от ложного банкротства и преднамеренного банкротства. Ложное банкротство – это подача в Суд заявления должника при наличии у лица, от имени которого подано это заявление, возможности удовлетворить требования кредиторов в полном объеме. Лицо, от имени которого подано заявление, в таком случае несет перед кредиторами ответственность за убытки (вред, в том числе моральный), причиненные этим действием.

Преднамеренное банкротство – это банкротство должника по вине его учредителей (участников), собственника его имущества или иных лиц, в том числе руководителя должника, имеющих право давать обязательные для должника указания либо имеющих возможность иным образом определять его действия. На таких лиц при недостаточности имущества должника может быть возложена субсидиарная ответственность по обязательствам последнего.

Законодательство страны устанавливает основания для признания Судом должника банкротом или объявления должником о своем банкротстве, регулирует порядок и условия проведения производства по делу о банкротстве.

Президент Республики Беларусь может соответствующим законодательным актом устанавливать основания для приостановления любой процедуры процесса банкротства, а также принимать иные необходимые меры по защите суверенитета Республики Беларусь, ее национальной безопасности и территориальной целостности, общественного порядка, жизни и здоровья населения, прав и свобод граждан, обеспечению политической и экономической стабильности.

Для осуществления государственного управления по делам об экономической несостоятельности (банкротстве) создается орган госуправления, образующий территориальные органы.

При государственных органах создаются и действуют комиссии по предупреждению экономической несостоятельности (банкротства).

Предложения комиссии по предотвращению банкротства рассматриваются государственным органом, после чего он не позднее пятнадцати дней со дня проведения заседания комиссии, на котором были разработаны предложения, выносит соответствующее решение.

На период принятия мер по досудебному оздоровлению, предложенных комиссией и утвержденных соответствующим решением государственного органа, юридические лица и индивидуальные предприниматели освобождаются от обязанности подачи в Суд заявления должника.

10.3. Порядок рассмотрения дел о банкротстве

Дела о банкротстве рассматриваются Судами. Правом на подачу в Суд заявления о банкротстве должника в связи с неисполнением денежных обязательств обладают сам должник, его кредиторы, прокурор, орган государственного управления по делам о банкротстве, иные уполномоченные на то государственные органы, налоговые и иные уполномоченные органы.

Основанием для подачи заявления должника о своем банкротстве является его неплатежеспособность, если она имеет устойчивый характер. Должник подает в Суд заявление на основании решения органа (лиц), уполномоченного на принятие решения о его ликвидации, или на основании решения органа, уполномоченного собственником имущества должника – унитарного предприятия.

Должник обязан в срок, не превышающий десяти дней со дня подачи заявления должника или получения соответствующего извещения, оповестить свой трудовой коллектив (коллектив работников организации) о подаче в Суд заявления должника или об извещении его хозяйственным судом о подаче заявления о банкротстве этого должника другими лицами.

Правом на подачу заявления кредитора о признании должника банкротом обладают лица, признаваемые в соответствии с законодательством конкурсными кредиторами. Конкурсные кредиторы – это все кредиторы по платежным обязательствам, за исключением граждан, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда их жизни или здоровью, а также учредителей (участников) должника – юридического лица, перед которыми должник несет ответственность по обязательствам, вытекающим из такого участия, или представитель работников должника – по обязательствам, вытекающим из трудовых и связанных с ними отношений.

Основаниями для подачи заявления кредитора могут быть наличие у кредитора достоверных данных о неплатежеспособности должника, если эта неплатежеспособность имеет или приобретает устойчивый характер. Подтверждением неплатежеспособности должника служит применение к нему принудительного исполнения, не произведенного в течение одного месяца за неимением имущества, либо выявление в процессе принудительного исполнения, что должник не обладает имуществом, достаточным для удовлетворения предъявленных к нему требований. Показателем неплатежеспособности должника служит также невыплата денежных средств кредиторам по обязательствам, вытекающим из трудовых и связанных с ними отношений, в течение срока, предусмотренного законодательством.

Заявление подается в Суд в письменной форме. В нем в обязательном порядке указываются: наименование Суда, в который подается заявление; имя (наименование) должника, его место нахождения, почтовый адрес и банковские реквизиты; размер требований кредиторов по денежным обязательствам, не оспариваемым должником; размер задолженности по возмещению вреда, причиненного жизни или здоровью граждан, а также по выплате выходных пособий, оплате труда лиц, работающих у должника по трудовому договору (контракту); сумма вознаграждений, причитающихся к выплате по авторским договорам; размер задолженности по обязательным платежам; обоснование невозможности удовлетворить требования кредиторов в полном объеме; номера счетов должника в банках и небанковских кредитно-финансовых организациях, почтовые адреса банков и небанковских кредитно-финансовых организаций; иные сведения, подтверждающие основания для подачи заявления.

В заявлении должника – индивидуального предпринимателя указываются также сведения об обязательствах должника, не связанных с его предпринимательской деятельностью.

К заявлению должника прилагаются: список кредиторов и должников заявителя с расшифровкой кредиторской и дебиторской задолженностей, указанием их почтовых адресов и банковских реквизитов; бухгалтерский баланс на последнюю отчетную дату или заменяющие его документы, документы о составе и стоимости имущества должника – индивидуального предпринимателя или их копии, заверенные в нотариальном порядке; решение учредителей (участников) должника – юридического лица или собственника имущества должника – унитарного предприятия о подаче в Суд заявления должника или его копия, заверенная в нотариальном порядке, за исключением случаев, когда в соответствии с законом подача заявления должника является обязательной; протокол собрания работников должника или его копия, заверенная в нотариальном порядке, на котором избран представитель работников должника для участия в судебном процессе по делу о банкротстве, если указанное собрание проведено до подачи заявления должника.

При отсутствии возражений кредиторов должник – юридическое лицо может объявить о своем банкротстве и добровольной ликвидации в порядке. Прокурор вправе подать в Суд заявление о банкротстве должника, когда им выявлены признаки преднамеренного банкротства, сокрытия банкротства; когда у должника имеется задолженность по обязательным платежам; а также в интересах кредиторов – Республики Беларусь.

Суд обязан принять к производству заявление о банкротстве должника, поданное с соблюдением требований законодательства. Вопрос о принятии заявления о банкротстве должника решается не позднее пяти дней со дня поступления заявления в Суд в судебном заседании с участием кредитора и должника.

О возбуждении производства по делу о банкротстве Суд выносит определение. При рассмотрении дела о банкротстве должника – юридического лица применяются следующие процедуры банкротства:

- защитный период;
- конкурсное производство;
- мировое соглашение;

10.4. Защитный период

С момента принятия заявления о банкротстве должника в целях проверки наличия оснований для возбуждения конкурсного производства и обеспечения сохранности имущества должника Судом устанавливается защитный период, продолжительность которого не может превышать трех месяцев.

При введении защитного периода в определении Суда о возбуждении производства по делу о банкротстве должника указывается о назначении временного управляющего, а также указывается дата рассмотрения Судом заявления для решения вопроса о возбуждении в отношении должника конкурсного производства и подготовке дела к судебному разбирательству. В определении могут быть также указаны меры по обеспечению требований кредиторов.

Если при принятии заявления о банкротстве должника невозможно определить кандидатуру временного управляющего, Суд выносит определение о назначении временного управляющего не позднее трех дней со дня принятия указанного заявления.

Временный управляющий принимает меры по обеспечению сохранности имущества должника и его защите; запрашивает у должника полный список его кредиторов и дебиторов с указанием суммы задолженности, развернутый баланс активов и пассивов, отчет о финансовом положении и другую необходимую информацию; проводит анализ финансового состояния и платежеспособности должника; определяет наличие признаков ложного и преднамеренного банкротства; представляет по окончании защитного периода в Суд отчет о своей деятельности и заключение о финансовом состоянии и платежеспо-

собности должника. Он выполняет и некоторые другие поручения Суда, вытекающие из требований законодательства.

Органы управления должника в процессе защитного периода могут совершать сделки и исполнять платежные обязательства только с письменного согласия временного управляющего. Им в процессе защитного периода запрещается принимать решения о реорганизации (слиянии, присоединении, разделении, выделении, преобразовании) или ликвидации должника; создании организаций, вхождении в организации, выходе из организаций, приостановлении своего членства в организациях, принятии (непринятии) в связи с участием в организациях мер, которые могут ухудшить финансовое состояние должника; создании филиалов и представительств; выплате дивидендов; выпуске ценных бумаг; выходе из состава участников должника – юридического лица; приобретении у акционеров ранее выпущенных акций (приобретении у участника должника доли (пая) в имуществе должника или ее части).

По окончании защитного периода Суд рассматривает заявление (заявления) о банкротстве должника, а также отчет временного управляющего. По результатам рассмотрения заявления о банкротстве должника Суд выносит определение о возбуждении в отношении должника конкурсного производства и подготовке дела к судебному разбирательству, освобождает временного управляющего от обязанностей, если был введен защитный период, а также назначает управляющего либо прекращает производство по делу о банкротстве должника.

По результатам рассмотрения дела о банкротстве Суд принимает (выносит) один из следующих актов: решение о банкротстве с санацией должника, решение о банкротстве с ликвидацией должника либо определение о прекращении производства по делу о банкротстве.

Решение о банкротстве с санацией должника принимается Судом при наличии оснований для проведения санации.

Решение о банкротстве с ликвидацией должника – юридического лица, прекращением деятельности должника – индивидуального предпринимателя и освобождением его от долгов принимается Судом, если установлена неплатежеспособность должника, имеющая или приобретающая устойчивый характер, при отсутствии оснований для проведения санации.

В решении Суда об открытии ликвидационного производства в отношении должника – индивидуального предпринимателя указывается о признании утратившим силу решения о регистрации должника в качестве индивидуального предпринимателя.

Решения Суда о санации и об открытии ликвидационного производства подлежат немедленному исполнению.

Суд прекращает производство по делу о банкротстве в случаях восстановления платежеспособности должника в процессе санации, заключения мирового соглашения, удовлетворения всех предъявленных требований кредиторов до принятия Судом решения по делу о банкротстве, установления ложного банкротства.

10.5. Полномочия управляющего

Если по результатам рассмотрения заявления о банкротстве должника Суд выносит определение о возбуждении в отношении должника конкурсного производства и подготовке дела к судебному разбирательству (далее - определение об открытии конкурсного производства), он освобождает временного управляющего от обязанностей, если был введен защитный период, и назначает управляющего. Последний осуществляет свои полномочия на основании лицензии управляющего.

До получения лицензии управляющего физическое лицо, претендующее на ее получение, должно пройти аттестацию на соответствие профессионально-квалификационным требованиям, предъявляемым к управляющему, и получить аттестат управляющего. Это требование распространяется также на руководителя юридического

лица, претендующего на получение лицензии управляющего. Аттестаты выдаются по трем категориям: «А», «В» и «С». Лицензия управляющего дает право при наличии у индивидуального предпринимателя (руководителя юридического лица) аттестата категории «А» – на назначение управляющим в производстве по делу о банкротстве должника, имеющего численность работников до ста человек; аттестата категории «В» – на назначение управляющим в производстве по делу о банкротстве должника, имеющего численность работников до тысячи человек; аттестата категории «С» – на назначение управляющим в производстве по делу о банкротстве должника без ограничения численности работников.

Полномочия управляющего несколько шире, чем у временного управляющего. С момента своего назначения он обязан принять в ведение имущество и дела должника; обеспечивать сохранность имущества должника и принимать меры по его защите; принимать меры по защите прав и интересов трудового коллектива (коллектива работников организации) должника, возврат имущества должника, в том числе находящегося у третьих лиц; производить опись (инвентаризацию) и оценку всего движимого и недвижимого имущества должника и установление его долгов; проводить анализ финансового состояния и платежеспособности должника; организовывать хозяйственную деятельность должника, составлять на основании анализа финансового состояния и платежеспособности должника план санации и (или) план ликвидации должника – юридического лица либо план прекращения деятельности должника – индивидуального предпринимателя и освобождения его от долгов и т.д.

В процессе конкурсного производства он осуществляет санацию или ликвидацию должника, организует продажу его имущества, обеспечивает в соответствии с законодательством удовлетворение требований кредиторов, представлять отчеты о своей деятельности в орган государственного управления по делам о банкротстве в форме и порядке, установленных этим органом, осуществляет иные полномочия, предусмотренные соответствующими нормативными правовыми актами.

10.6. Санация предприятия

При наличии оснований для проведения санации управляющий на основании анализа финансового состояния и платежеспособности должника должен разработать план санации и представить его на утверждение собранию кредиторов не позднее семидесяти дней со дня своего назначения.

В плане санации должны предусматриваться меры по восстановлению платежеспособности должника и срок ее восстановления. На практике применяются следующие виды санации:

организационная санация (изменение организационно-правовой формы; совершенствование структуры управления предприятием и оптимизация численности управленческого персонала путем устранения дублирования управленческих функций и т.п.);

техническая санация (техническое перевооружение и реконструкция);

экономическая и финансовая санация (реструктуризация кредиторской и дебиторской задолженности, продажа неликвидного имущества);

маркетинговая санация (проведение рыночных исследований в целях увеличения доли продаж, реорганизация службы маркетинга);

социальная санация (социальная защита и социальные льготы работникам, коммерциализация объектов социально-коммунальной сферы или передача ее на местный бюджет).

Управляющий может разработать как альтернативные план санации и план ликвидации. План санации и (или) план ликвидации рассматриваются на собрании кредиторов, которое созывается управляющим не позднее восьмидесяти дней со дня опубликования сообщения об открытии конкурсного производства. Санация вводится на срок, не превышающий восемнадцати месяцев со дня вынесения решения о ее проведении.

По ходатайству собрания кредиторов или управляющего срок санации может быть сокращен или продлен Судом, но не более чем на двенадцать месяцев. По окончании санации проценты, неустойка (штраф, пеня) и иные экономические (финансовые) санкции за неисполнение или ненадлежащее исполнение платежных обязательств, а также суммы причиненных убытков, которые должник обязан уплатить кредиторам по платежным обязательствам, могут быть предъявлены к уплате в размерах, существовавших на дату открытия конкурсного производства.

Планом санации может быть предусмотрена продажа предприятия, если она позволяет наиболее эффективно по сравнению с другими мерами по восстановлению платежеспособности должника достигнуть целей санации. При продаже предприятия отчуждается единый имущественный комплекс, включающий все виды имущества и права на обозначения, индивидуализирующие должника, его продукцию, работы и услуги, иные исключительные права должника, а также земельные участки в соответствии с земельным законодательством.

При продаже предприятия платежные обязательства должника, существующие на дату принятия Судом заявления о банкротстве должника, не включаются в состав предприятия. Сумма, вырученная от продажи предприятия, включается в состав имущества должника. Продажа предприятия производится путем проведения открытых торгов. Управляющий выступает как организатор торгов или привлекает в установленном законодательством порядке по решению Суда для этой цели специализированную организацию, оплата услуг которой производится за счет имущества должника в размере, определяемом хозяйственным судом. Торги проводятся в форме аукциона. В день проведения аукциона лицо, являющееся победителем аукциона, и организатор открытых торгов подписывают протокол, имеющий силу договора.

Производство по делу о банкротстве прекращается Судом на основании заявления управляющего в случае, когда должник имеет возможность за счет вырученной от продажи предприятия суммы удовлетворить требования кредиторов в полном объеме. Если вырученная от продажи предприятия сумма недостаточна для удовлетворения требований кредиторов в полном объеме, управляющий предлагает кредиторам заключить мировое соглашение.

В процессе санации управляющий ежеквартально представляет комитету кредиторов, а в случае его отсутствия – собранию кредиторов отчет о своей деятельности. Управляющий обязан по требованию Суда представлять в Суд все сведения, касающиеся санации. Управляющий обязан представить собранию кредиторов отчет управляющего по итогам санации не позднее пятнадцати дней до истечения установленного срока санации, а также при наличии оснований для ее досрочного прекращения.

В отчете управляющего по итогам санации указываются сведения о прибылях и убытках должника, данные реестра требований кредиторов с указанием размера погашенных требований, сведения о наличии денежных средств должника, которые направлены или могут быть направлены на удовлетворение требований кредиторов по обязательствам должника, расшифровка оставшейся у должника дебиторской задолженности и сведения об оставшихся нереализованными требованиях должника, иные сведения о возможности погашения оставшейся кредиторской задолженности должника.

К отчету управляющего по итогам санации должны быть приложены реестр требований кредиторов и баланс должника на последнюю отчетную дату.

По результатам рассмотрения отчета управляющего по итогам санации собрание кредиторов вправе принять решение о прекращении санации в связи с восстановлением платежеспособности должника, о заключении мирового соглашения, о заявлении в Суд ходатайства о продлении установленного срока санации или об открытии ликвидационного производства.

В случаях, если собранием кредиторов не принято ни одно из решений, в течение пятнадцати дней Суд выносит определение об отстранении управляющего и назначении

по представлению органа государственного управления по делам о банкротстве нового управляющего.

Рассмотренный на собрании кредиторов отчет управляющего по итогам санации и протокол этого собрания направляются в Суд не позднее пяти дней после проведения собрания. К отчету управляющего по итогам санации должны быть приложены реестр требований кредиторов и имеющиеся жалобы кредиторов, голосовавших против решения, принятого собранием кредиторов, или не принимавших участия в голосовании.

Отчет управляющего по итогам санации и жалобы кредиторов рассматриваются в заседании Суда. О времени и месте проведения заседания Суда извещаются управляющий и кредиторы, подавшие жалобы. По результатам рассмотрения отчета управляющего по итогам санации и жалоб кредиторов Суд выносит определение об (о):

- утверждении отчета управляющего по итогам санации;
- отказе в утверждении отчета управляющего по итогам санации;
- продлении срока санации;
- утверждении мирового соглашения.

Определение, вынесенное Судом, может быть обжаловано в порядке, установленном законодательными актами. Утверждение Судом отчета управляющего по итогам санации является основанием для прекращения производства по делу о банкротстве.

Если расчеты с кредиторами произведены в установленный Судом срок или до его истечения, производство по делу о банкротстве прекращается после окончания расчетов с кредиторами. Если в установленный Судом срок не произведены расчеты с кредиторами, Суд принимает решение об открытии ликвидационного производства.

10.7. Ликвидационное производство

Ликвидационное производство открывается после принятия Судом решения об открытии ликвидационного производства в отношении должника. Срок ликвидационного производства не может превышать одного года. Суд вправе продлить срок ликвидационного производства на шесть месяцев.

После открытия ликвидационного производства управляющий осуществляет продажу имущества должника на торгах, если Судом, собранием кредиторов или комитетом кредиторов в соответствии с законодательством не установлен иной порядок продажи имущества должника.

Порядок и срок продажи имущества должника должны быть одобрены собранием кредиторов или комитетом кредиторов. Управляющий может выступать как организатор торгов или в установленном законодательством порядке по решению Суда поручить их проведение специализированной организации на основании договора. Специализированная организация, проводящая торги, не может быть заинтересованным лицом в отношении должника, кредитора или управляющего.

Имущество должника, не проданное на первых торгах, выставляется на повторные торги или реализуется управляющим в соответствии с законодательством без проведения торгов на основании заключенного договора купли-продажи.

Полученная в результате ликвидационного производства сумма идет на удовлетворение требований кредиторов, которое осуществляется в следующем порядке:

вне очереди покрываются судебные расходы и расходы, связанные с выплатой вознаграждения управляющему, текущие платежи должника в процессе конкурсного производства за коммунальные, эксплуатационные и иные услуги, а также удовлетворяются требования кредиторов по денежным обязательствам должника, возникшим в процессе конкурсного производства;

в первую очередь удовлетворяются требования физических лиц, перед которыми должник несет ответственность за причинение вреда их жизни или здоровью, путем капитализации соответствующих повременных платежей;

во вторую очередь производятся расчеты по выплате выходных пособий и оплате труда лиц, работающих у должника по трудовому договору (контракту), и по выплате вознаграждений по авторским договорам;

в третью очередь удовлетворяются требования по обязательным платежам;

в четвертую очередь удовлетворяются требования кредиторов по обязательствам, обеспеченным залогом имущества должника;

в пятую очередь производятся расчеты с другими кредиторами.

С момента внесения записи о ликвидации должника в Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей полномочия управляющего прекращаются, ликвидационное производство считается завершенным, должник – юридическое лицо – ликвидированным, должник – индивидуальный предприниматель – свободным от долгов.

10.8. Мировое соглашение

Мировое соглашение в производстве по делу о банкротстве представляет собой процедуру банкротства в виде соглашения между должником (лицами, в установленном порядке, выступающими от его имени) и конкурсными кредиторами об уплате долгов.

Мировое соглашение может быть заключено с момента возбуждения Судом производства по делу о банкротстве на любой его стадии после погашения задолженности по требованиям кредиторов первой и второй очереди. Решение о заключении мирового соглашения со стороны должника принимается должником – индивидуальным предпринимателем, руководителем должника или управляющим (временным управляющим). Допускается участие в мировом соглашении третьих лиц, принимающих на себя права и обязанности, предусмотренные мировым соглашением.

Мировое соглашение подлежит утверждению Судом. В случае его утверждения Суд выносит определение о прекращении производства по делу о банкротстве, в котором указывает об утверждении им мирового соглашения. Мировое соглашение вступает в силу со дня его утверждения Судом и является обязательным для должника, конкурсных кредиторов и третьих лиц, участвующих в мировом соглашении.

Мировое соглашение заключается в письменной форме и может содержать следующие условия:

- отсрочку и (или) рассрочку исполнения обязательств должника;
- уступку требования должника;
- исполнение обязательств должника третьими лицами;
- перевод долга;
- обмен требований кредиторов на акции;
- удовлетворение требований кредиторов иными способами, не противоречащими законодательству.

Мировое соглашение должно содержать сведения о размерах, порядке и сроках исполнения обязательств должника и (или) о прекращении обязательств должника путем предоставления отступного, новацией обязательств, прощением долга либо иными способами, предусмотренными гражданским законодательством.

Условия мирового соглашения для конкурсных кредиторов, не принимавших участия в голосовании по вопросу о заключении мирового соглашения или голосовавших против его заключения, не могут быть хуже, чем для конкурсных кредиторов той же очереди, голосовавших за его заключение.

От имени должника мировое соглашение подписывается должником – индивидуальным предпринимателем, руководителем должника или управляющим (временным управляющим). От имени кредиторов мировое соглашение подписывается лицом, уполномоченным собранием кредиторов.

ТЕМА 11. Социальное партнерство как инструмент повышения эффективности предпринимательской деятельности

11.1. Содержание системы социального партнерства и ее становление в новейшей истории Беларуси

Современный этап развития общества характерен признанием возрастающей роли человеческого фактора в сфере труда, что рассматривается как краеугольный камень повышения конкурентоспособности и эффективности экономики. Вложения в человека в развитых странах Запада стали рассматриваться не как издержки, а как активы компании, которыми необходимо разумно пользоваться. В этой связи характерно высказывание крупного японского менеджера фирмы «Сони» Акио Мориты: «Многие иностранцы, посещая нашу фирму, удивляются, как мы, используя ту же технологию, то же оборудование и сырье, как в Европе и США, добиваемся более высокого уровня качества. Они не понимают, что качество дают не станки, а люди»[27].

Человеческий фактор оказывается несравненно эффективнее, чем введение режима временной занятости, усиление командно-административных начал в управлении. В Японии, как и в других развитых странах Запада, стремятся к гармонизации отношений между трудом и капиталом, прибегая к использованию механизмов социального партнерства при разумном учете интересов сторон коллективных трудовых отношений. Здесь давно усвоили, что социальное партнерство возникает там и тогда, где и когда формируется не просто стихийное спонтанное согласие, но есть и осознанная потребность, необходимость в согласованном поведении и общем упорядочении общественных отношений.

Что же представляет собой «социальное партнерство»? Определений, что это такое, существует много. Социальное партнерство как категория трактуется по-разному, но непременно с акцентом на присущие ей главные элементы. Например, известный российский ученый в этой области И.О.Снигирева пишет, что «социальное партнерство представляет собой систему взаимоотношений между работодателями, государственными органами и представителями наемных работников, опирающуюся на переговоры, поиск взаимоприемлемых решений в регулировании трудовых и иных социально-экономических отношений»[28].

Авторы учебника «Трудовое право России» К.Н.Гусов и В.Н.Толкунова считают, что «социальное партнерство сглаживает антагонизм труда и капитала, является компромиссом (консенсусом) их интересов, т.е. оно означает переход «от конфликтного соперничества к конфликтному сотрудничеству»[29].

Обращает на себя внимание на формула «конфликтное сотрудничество», используемая российскими учеными. Она выражает объективную реальность, присущую коллективным трудовым отношениям в условиях рыночной экономики. Как известно, интересы субъектов коллективных трудовых отношений отнюдь не тождественны.

Для профсоюзов наиважнейшая задача — добиться достойной заработной платы, повышения уровня жизни работников, улучшения условий их труда, то есть, обеспечения охраны труда в самом широком смысле этого понятия.

У нанимателей, органов государственного, хозяйственного управления превалирует интерес, связанный с обеспечением желаемой динамики развития производства, укреплением трудовой и производственной дисциплины, снижением издержек и получением прибыли. И хотя интересы профсоюзов, нанимателей и органов государства по данным позициям не могут быть полностью тождественны, по многим из них они все же пересекаются, что объективно и создает почву для взаимодействия и сотрудничества.

---

[27] Морита Акио. Сделано в Японии. История фирмы «Сони». М., 1993, с. 62.

[28] Новое в законодательстве о коллективных договорах и соглашениях. Практический комментарий. - Москва. МГПИ. «Эрус», 1992, с. 49.

[29] К.Н.Гусов, В.Н.Толкунова «Трудовое право России. Учебник. - М., 2006, с. 121

С принятием в 1999 году Трудового кодекса Республики Беларусь появилось легальное определение понятия «социальное партнерство». Так, ст. 352 определяет социальное партнерство как форму «взаимодействия органов государственного управления, объединений нанимателей, профессиональных союзов и иных представительных органов работников, уполномоченных в соответствии с актами законодательства представлять их интересы, (субъектов социального партнерства) при разработке и реализации социально-экономической политики государства, основанная на учете интересов различных слоев и групп общества в социально-трудовой сфере посредством переговоров, консультаций, отказа от конфронтации и социальных конфликтов»[30].

Тем самым выделяется главное целевое предназначение социального партнерства в сфере труда – разработка и реализация социально-экономической политики государства с учетом интересов работников и нанимателей.

Представляется, однако, что юридическая трактовка социального партнерства лишь как формы «взаимодействия органов государственного управления, объединений нанимателей, профессиональных союзов...» заметно сужает не только сущность, но и сферу влияния этого исторически обусловленного общественного феномена.

Более точно следовало бы толковать социальное партнерство как возникшую на определенном этапе общественного развития систему отношений между нанимателями, государственными органами и представителями наемных работников, основанную на поиске баланса интересов различных слоев и групп общества в социально-трудовой сфере посредством переговоров, консультаций, отказа от конфронтации и социальных конфликтов.

На рисунке 30 приведена схема взаимодействия участников социально-трудовых отношений. Понятно, что в качестве субъектов социального партнерства выступают органы государственного управления, объединения нанимателей и объединения наемных работников, поскольку именно они являются основными носителями интересов в сфере социально-трудовых отношений

В качестве объектов социального партнерства выступают социально-экономические интересы и возникающие в связи с ними общественные отношения, выражающие реальное положение, условия, содержание и формы деятельности различных социально-профессиональных групп, общностей и слоев; качество и уровень их жизни под углом зрения справедливого распределения общественного богатства в соответствии с качеством и мерой труда, как осуществленного в настоящее время, так и в прошлом.

Социальное партнерство связано с установлением и воспроизводством социально допустимой и социально мотивированной системы социального неравенства, обусловленного разделением труда, различиями в месте и роли отдельных социальных групп в общественном производстве и воспроизводстве.

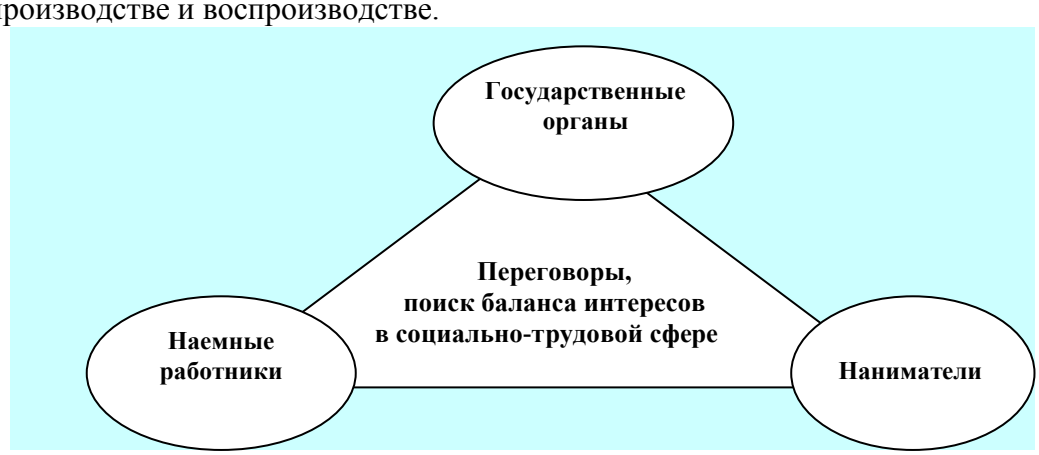


Рис. 30. Схема социального партнерства

[30] Трудовой кодекс Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. N 296-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 27 июля 1999 г. N 2/70

В самом общем виде объектом социального партнерства в сфере социально-трудовой деятельности являются отношения по поводу:

- производства и воспроизводства рабочей силы и трудовых ресурсов;
- создания, использования и развития рабочих мест, рынка труда, обеспечения гарантий занятости населения;
- защиты трудовых прав граждан;
- охраны труда, осуществления промышленной и экологической безопасности и т.д.

Эффективно функционировать социальное партнерство может лишь при системном подходе к его организации. Социальное партнерство как система воспринимает воздействие регулируемых и стихийных факторов общественной жизни и посредством соответствующего инструментария формирует в обществе отношения доверия и конструктивного сотрудничества. Такие отношения не могут возникнуть при отсутствии полноценных субъектов социального партнерства, отлаженных механизмов их взаимодействия, высокой культуры сотрудничества.

Процесс формирования цивилизованных социально-партнерских отношений, как свидетельствует опыт развитых стран Запада, сложный, протяженный во времени. Беларусь, как и другие страны СНГ, пока проходит как бы начальную школу становления и развития социального партнерства.

Механизм социального партнерства в Беларуси стал фактически формироваться лишь в 90-е годы прошлого века. Причем процесс его формирования проходил в сложных условиях. Уровень жизни подавляющего большинства населения резко снижался. Многие отрасли экономики и науки оказались разрушенными. Социальная напряженность в трудовых коллективах достигла критической отметки. Стихийные забастовки, несанкционированные митинги приобрели массовый характер.

В этой взрывоопасной атмосфере профсоюзы Беларуси выступили инициаторами создания правовой базы и механизмов социального партнерства, позволяющих объединить усилия нанимателей, профсоюзов и государства в социально-трудовой сфере, ослабить очаги напряженности. По инициативе и с участием Федерации профсоюзов Беларуси (ФПБ) – крупнейшего профсоюзного объединения страны – 24 ноября 1992 г. был принят Закон «О коллективных договорах и соглашениях», а 18 января 1994 г. Закон «О порядке разрешения коллективных трудовых споров (конфликтов)». Эти законодательные акты положили начало созданию основ социального партнерства, развитию коллективно-договорного регулирования трудовых отношений, установлению примирительных процедур для урегулирования разногласий между нанимателями и работниками (их представителями), определению порядка и условий проведения забастовок.

В развитии многоуровневой системы регулирования коллективных трудовых отношений важную роль сыграли Указы Президента Республики Беларусь: от 15 июня 1995 г. № 278 «О развитии социального партнерства в Республике Беларусь»; от 16 декабря 1997 г. № 639 «О мерах по совершенствованию взаимодействия органов государственного управления и профессиональных союзов»; от 5 мая 1999 г. № 259 «О Национальном совете по трудовым и социальным вопросам».

Беларусь в числе первых в СНГ приняла разработанную на трехсторонней основе Концепцию развития системы социального партнерства. Она была подготовлена во исполнение Указа Президента Республики Беларусь от 15 июля 1995 г. № 278 «О развитии социального партнерства в Республике Беларусь». Согласованный вариант Концепции и программа мер по ее реализации были одобрены Национальным советом по трудовым и социальным вопросам 12 марта 1997 г. (протокол № 11/42).

В Беларуси был принят и введен в действие (с 1 января 2000 г.) Трудовой кодекс. В нем в IV раздел выделены «Общие правила регулирования коллективных трудовых отно-

шений». Этот раздел открывается 33-ей главой, в которой приводятся основополагающие правовые положения о социальном партнерстве.

Трудовой кодекс Беларуси исходит из того, что социальное партнерство как форма взаимодействия органов государственного управления, объединений нанимателей, профессиональных союзов, представительных органов работников в социально-трудовой сфере, имеет своей целью согласование интересов сторон на договорной основе в рамках (пределах), допускаемых государством.

В современных условиях социальное партнерство объективно становится одним из важных компонентов социальной политики государства в сфере труда, политики, направленной не на бесплодное противостояние работников и нанимателей, а на их взаимодействие, что отвечает целям стабильности и поступательного развития общества.

В Республике Беларусь выстроена четкая система коллективно-договорного регулирования трудовых отношений. В его основе – Генеральное соглашение между Правительством Республики Беларусь, республиканскими объединениями нанимателей и профсоюзов, выполнение которого регулярно рассматривается на заседаниях Национального совета по трудовым и социальным вопросам.

На основе Генерального соглашения заключаются отраслевые (тарифные) и региональные (территориальные) соглашения, оговаривающие темпы развития, экономические и социальные гарантии работникам отдельных отраслей и регионов. В эти соглашения, как правило, закладываются еще более высокие параметры. На уровне предприятий заключаются коллективные договоры между первичной профсоюзной организацией и нанимателем.

Характерной особенностью принимаемых в последние годы коллективных договоров, соглашений является то, что в них больше стало вноситься дополнительных, по сравнению с действующим законодательством, положений в части материального стимулирования, защиты трудовых и социально-экономических прав работников.

Либерализация экономического развития в Беларуси происходит, возврата к старому нет и быть не может. Мы идем по пути формирования социально ориентированной рыночной экономики. Как долго продлится процесс ее становления, и какие тенденции возобладают предсказать сегодня достаточно сложно. Однако в перспективе альтернативы социальному партнерству, позволяющему гармонизировать интересы субъектов социально-трудовых отношений, судя по всему, не существует.

11.2. Основные принципы, уровни и механизмы функционирования системы социального партнерства

Социальное партнерство – не только цель, но и средство обеспечения успешного развития экономики и все более справедливого распределения создаваемых обществом материальных и духовных благ.

Социальное партнерство не исключает, а, напротив, предполагает наличие противоречий и споров. Но споры не переходят границ, допустимых законом. Предпочтение в споре отдается не уничтожению и подавлению, а убеждению и согласованию позиций, достижению консенсуса. Практика показывает, что «подавляющую часть конфликтов можно направить и перевести в режим конструктивных решений для всех сторон»[31].

Социальное партнерство как система согласования интересов основана на соответствующих принципах, впервые получивших закрепление 1919 году в Уставе Международной организации труда (МОТ) и Филадельфийской Декларации о целях и задачах МОТ (1944 г.) и получили дальнейшее развитие в Конвенциях и Рекомендациях МОТ, в Декларации МОТ об основополагающих принципах и правах в сфере труда и механизме ее реализации.

К основным принципам социального партнерства относятся следующие принципы:

[31] *Фишер* Д, Путь к согласию, или переговоры без поражения. - М., 1992. С.26—27.

1. Равноправие сторон. В Конвенции МОТ № 144 «О трехсторонних консультациях для содействия применению международных трудовых норм»[32] предусмотрено, что предприниматели и трудящиеся должны быть представлены на равной основе в любых органах, через посредство которых осуществляют консультации. Равноправие не означает равенство, а означает равноправное положение. Применительно к партнерским отношениям это выражается в том, что:

- в коллективно-договорном процессе стороны коллективных трудовых отношений для ведения коллективных переговоров создают на равноправной основе (из равного числа представителей и с равенством прав, свобод и обязанностей) комиссию из уполномоченных представителей;
- примирительная комиссия для разрешения коллективного трудового спора формируется из представителей сторон коллективного трудового спора на равноправной основе;
- Национальный совет по трудовым и социальным вопросам, советы по трудовым и социальным вопросам, комиссии по коллективным переговорам также формируются на принципах паритета и равноправия;
- каждая из сторон коллективных трудовых отношений может направить письменное требование другой стороне (выступить с инициативой) о заключении, изменении или дополнении коллективного договора (соглашения);

2. Соблюдение норм законодательства. Субъекты социального партнерства в своей деятельности должны руководствоваться актами законодательства, международными нормами права. Нормативными актами для сторон партнерских отношений являются также соответствующие коллективные договоры и соглашения. Нормы коллективных договоров и соглашений, ухудшающие положение работников по сравнению с законодательством, являются недействительными;

3. Полномочность принятия обязательств**.** Полномочие – право, предоставленное кому-либо на осуществление чего-нибудь. Полномочный - обладающий какими-либо полномочиями. Следовательно, стороны, ведущие коллективные переговоры, должны наделять своих соответствующих участников переговоров полномочиями, необходимыми для ведения и завершения переговоров, с учетом любых положений о консультациях в рамках их соответствующих организаций. При заключении коллективных договоров, соглашений представители сторон должны иметь документ, в котором подтверждены их полномочия. Органы системы социального партнерства должны принимать решения в рамках их полномочий.

Если будет установлено, что в отраслевых (тарифных) соглашениях предусмотрены иные нормы по сравнению с коллективными договорами, необходимо проверять заключено ли отраслевое тарифное соглашение в соответствии с компетенцией сторон. В противном случае применяются нормы коллективного договора;

4. Добровольность принятия обязательств. Принцип добровольности принятия обязательств проявляется в следующем:

- законодательно закреплено право, но не обязанность заключения коллективных договоров и соглашений, этот вопрос находится в сфере самостоятельного принятия решения сторонами;
- предусмотрен лишь примерный перечень вопросов, которые могут быть включены в содержание коллективного договора (соглашения).

Стороны, при соблюдении требований Трудового кодекса, самостоятельно решают вопрос о включении в его содержание тех или иных условий. Действия, имеющие своей целью способствовать учреждению организаций трудящихся под господством предпринимателей или организаций предпринимателей или поддерживать организации трудящихся путем

[32] О трехсторонних консультациях для содействия применению международных трудовых норм: Конвенция Международной Организации Труда от 21 июня 1976 г. N 144 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 15 ноября 2002 г. N 3/515

финансирования или другим путем с целью поставить такие организации под контроль предпринимателей или организаций предпринимателей, рассматриваются как вмешательство (Конвенции МОТ № 98[33]);

5. Учет реальных возможностей принятия реальных обязательств. Этот принцип тесно взаимосвязан с принципом добровольности принятия обязательств. Коллективные договоры, соглашения не должны заключаться формально и включать в себя невыполнимые обязательства. Необходимо учитывать реальные возможности сторон и воздерживаться от выдвижения требований, реализация которых превышает существующие возможности;

6. Обязательность выполнения договоренностей и ответственность за принятые обязательства. Стороны должны действовать добросовестно, признавая, что они могут преследовать (и преследуют) разные цели, иметь несовпадающие интересы. Они должны действовать добросовестно и не уклоняться от выполнения заключенных компромиссных совместных решений.

Стороны должны выполнять договоренности и исполнять принятые обязательства, в противном случае, сторона, нарушившая договоренности и исполнять принятые обязательства, должна понести ответственность. Всякий коллективный договор должен связывать подписавшие его стороны, а также лиц, от имени которых он заключен. Ответственность сторон за неисполнение норм коллективного договора, соглашения закреплена в ст. 376 Трудового кодекса: «За неисполнение норм настоящей главы и обязательств, предусмотренных коллективным договором, соглашением, стороны несут ответственность в соответствии с законодательством, коллективным договором, соглашением».

7. Отказ от односторонних действий, нарушающих договоренности. Поскольку договор - это взаимное согласование воли сторон, не допускается совершение односторонних действий, нарушающих договоренности. Стороны в соответствии с белорусским законодательством не имеют права прекратить коллективные переговоры в одностороннем порядке.

8. Взаимное информирование сторон переговоров об изменении ситуации. Этот принцип означает, что:

- при необходимости должны приниматься соответствующие национальным условиям меры, чтобы стороны имели доступ к информации, необходимой для компетентного ведения переговоров;
- предприниматели частного и государственного секторов должны по просьбе организаций трудящихся представлять информацию о социально-экономическом положении производственного подразделения, в рамках которого ведутся переговоры, и предприятия в целом, необходимую для компетентного ведения переговоров.
- если разглашение части этой информации может нанести ущерб предприятию, ее представление может быть обусловлено обязательством считать ее в необходимой мере конфиденциальной. Представление информации может определяться соглашением, заключенном между сторонами, ведущими коллективные переговоры;
- государственные органы должны представлять необходимую информацию об общем социально-экономическом положении страны и соответствующей отрасли в той мере, в какой разглашение такой информации не наносит ущерба национальным интересам.

Создание атмосферы взаимопонимания и доверия на предприятии должно облегчаться путем быстрого распространения и обмена возможно более полной и объективной информацией по различным аспектам жизни предприятия и социальным условий трудящихся.

В системе социального партнерства в сфере труда действуют разного уровня нормативные акты. Они органично взаимосвязаны и не случайно законодатели тесно увязывают коллективные договоры и соглашения. Ниже в таблице 29 приведены уровни кол-

[33] Относительно применения принципов права на организацию и заключение коллективных договоров: Конвенция Международной Организации Труда от 1 июля 1949 г. N 98 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 30 марта 2005 г. N 3/1689

лективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений, видов заключаемых в Республике Беларусь соглашений и коллективных договоров и их участников.

Таблица 29

Система социального партнерства в Республике Беларусь

Уровни коллективно-договорного регулирования	**Вид соглашения**	**Участники соглашений**		
Национальный	***Генеральное соглашение***	***Республиканские объединения нанимателей***	***Правительство Республики Беларусь***	***Республиканские объединения профсоюзов (ФПБ, БКДП)***
Отраслевой	***Тарифное соглашение***	***Отраслевое объединение нанимателей***	***Отраслевое министерство, республиканский орган хозяйственного управления***	***Отраслевой профсоюз***
Территориальный межотраслевой (областной, городской, районный)	***Соглашение***	***Объединение нанимателей (областное, городское, районное)***	***Обл., гор., райисполком***	***Объединение профсоюзов (областное, городское, районное, координационный совет)***
Территориальный отраслевой (областной, городской, районный)	***Тарифное соглашение***	***Отраслевое объединение нанимателей***	***Управления и отделы обл., гор., райисполкомов***	***Областной, городской, районный профсоюз***
Предприятие, организация, учреждение	***Коллективный договор***	***Наниматель***	-	***Профсоюз предприятия, организации, учреждения***

Для координации взаимодействия Правительства Республики Беларусь, республиканских объединений нанимателей и профсоюзов (далее – стороны) по реализации согласованной политики в социально-трудовой сфере, защите прав и интересов граждан в Беларуси Указом Президента Республики Беларусь от 15 июля 1995 г. N 278 г. создан Национальный совет по трудовым и социальным вопросам (далее Совет)[34]. В своей деятельности Совет руководствуется Конституцией и другими актами законодательства Республики Беларусь, международными нормами права, утвержденным Положением о Совете и строит свою работу на принципах социального партнерства.

Основными задачами Совета, помимо участия в разработке и проведении согласованной социально-экономической политики, направленной на защиту прав и интересов работников, повышение уровня жизни населения; являются также: поиск компромиссов и содействие конструктивному взаимодействию между социальными партнерами; подготовка генерального соглашения между Правительством Республики Беларусь, республиканскими объединениями нанимателей и профсоюзов и контроль за его выполнением; координация деятельности социальных партнеров на отраслевом и местном уровнях, отраслевых и территориальных (областных, городских и районных) советов по трудовым и социальным вопросам; совершенствование системы и практики коллективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений; развитие взаимодействия с международными организациями и аналогичными структурами других государств.

В основные функции Совета входит:

- рассмотрение вопросов, требующих согласованных действий социальных партнеров;

[34] О национальном совете по трудовым и социальным вопросам: Указ Президента Республики Беларусь от 5 мая 1999 г. N 252 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 7 мая 1999 г. N 1/325

• изучение, обобщение и распространение позитивного опыта регулирования социально-трудовых отношений, выработка рекомендаций и предложений по его практическому применению;

• совершенствование механизмов взаимодействия сторон;

• внесение предложений по совершенствованию трудового законодательства, организация экспертизы и рассмотрение проектов нормативно-правовых актов, регулирующих социально-трудовые отношения;

• анализ выполнения конвенций МОТ, ратифицированных страной;

• информирование общественности о работе Совета, отечественном и зарубежном опыте регулирования социально-трудовых отношений, разрешения коллективных трудовых споров и конфликтов.

Для выполнения возложенных задач Совету предоставлено право:

• осуществлять контроль за выполнением генерального, отраслевых и местных соглашений, Концепции развития социального партнерства и программы мер по ее реализации;

• получать информацию от компетентных органов о ходе выполнения генерального, отраслевых и местных соглашений, социально-экономическом положении республики, регионов, отдельных предприятий, практике регулирования социально-трудовых отношений, проводимой работе по совершенствованию социального партнерства;

• заслушивать должностных лиц по вопросам социально-трудовых отношений;

• в установленном порядке вносить предложения по совершенствованию законодательства Республики Беларусь по социально-трудовым вопросам; о приостановлении действия или отмене решений государственных органов, республиканских объединений нанимателей и профсоюзов, предприятий, учреждений и организаций, противоречащих национальному законодательству, нормам международного права, соглашениям между сторонами;

• рекомендовать своих представителей в состав комиссий по подготовке прогнозов социально-экономического развития республики, проектов нормативных актов и государственных программ;

• привлекать к подготовке вопросов, выносимых на рассмотрение Совета, представителей республиканских органов управления, объединений нанимателей и профсоюзов, формировать из их числа рабочие группы и комиссии;

• освещать свою деятельность в средствах массовой информации.

Решения Совета принимаются голосованием, при наличии более половины представителей сторон и считаются принятыми, если каждая из сторон поддержала их большинством голосов. Принятые в рамках его полномочий, носят обязательный характер для сторон и реализуются ими посредством издания соответствующих нормативных актов, других форм организационно-практической работы.

В соответствии с законодательством Республики Беларусь сторонами социального партнерства выступают:

• на отраслевом уровне — соответствующие отраслевые профсоюзы (их объединения) и объединения нанимателей, а также соответствующие органы государственного управления;

• на местном уровне — соответствующие профсоюзы (их объединения) и наниматели (их объединения), а также местные исполнительные и распорядительные органы.

• на первичном уровне - наниматель в лице своих представителей и наемные работники, представителями которых выступают, как правило, профсоюзы.

В подобной многоступенчатой системе заложен важный принцип социального партнерства: каждый последующий уровень соглашений о труде, начиная от коллективного, не может ухудшать условия соглашений более высокого уровня и должен отличаться от предыдущего большей выгодой для наемного работника.

В то же время эта многоступенчатая система обеспечивает сочетание макро- и микроэкономического уровней. Действует правило: все, что может быть решено внизу, не выносится наверх, но все, что принято наверху в соответствии с делегированными сторонам правами, учитывается в иных звеньях системы. При этом дополнительные социальные гарантии, предусмотренные коллективными договорами и соглашениями, обеспечиваются за счет средств, получаемых в результате роста производительности труда, совершенствования организации производства и управления на предприятии, в отрасли, снижения издержек, т.е. за счет прибыли. Такое обеспечение предоставляемых гарантий может также осуществляться за счет внебюджетных источников финансирования, когда это касается бюджетных организаций.

Основным формализованным документом системы социального партнерства (на уровне отрасли, территории) являются отраслевые (тарифные) и местные (региональные) соглашения, а на первичном уровне – коллективные договоры, позволяющие во многих случаях реально усиливать социально-правовую защищенность работников, да и самих профсоюзов.

Принципы организации и деятельности областных (городских, районных) согласительных комиссий, комиссий по ведению переговоров на предприятиях, в организациях, учреждениях аналогичны тем, что заложены при организации деятельности Национального совета по трудовым и социальным вопросам.

Комиссия осуществляет деятельность в соответствии с утвержденным планом ее работы, регламентом и с учетом необходимости оперативного решения возникающих вопросов. Руководство деятельностью согласительной комиссии обеспечивают ее сопредседатели. Комиссия правомочна принимать решения, если на ее заседании присутствует более 2/3 членов, представляющих каждую из сторон. Решение о приостановлении или отмене решений сторон местного соглашения принимается не мене чем 3/4 голосов лиц, участвующих на заседании комиссии. По остальным вопросам решения принимаются большинством голосов участников заседания.

На заседания комиссии могут приглашаться и в случае необходимости заслушиваться эксперты, представители государственных, профсоюзных и предпринимательских структур. В рамках согласительных комиссий по трудовым и социальным вопросам создаются экспертные группы, специализирующиеся на конкретных вопросах: оплаты труда, занятости населения, охраны труда, медицинского обслуживания, профессиональной подготовки и других важных вопросов для области, города, района.

На уровне организации стороны (наниматель и профсоюз) на равноправной основе создают комиссию для ведения коллективных переговоров. Представителями нанимателя в комиссии по подготовке и заключению коллективных договоров, как правило, являются: заместитель руководителя учреждения, руководители кадровой и экономической службы или главный бухгалтер, юрисконсульт, один или несколько руководителей структурных подразделений. Представителями работников в комиссии обычно являются члены профкома, а также наиболее авторитетные работники коллектива.Если администрация учреждения видит, что предстоят сложные переговоры, так как профсоюз предъявляет серьезные требования, то в состав комиссии для ведения переговоров может быть приглашен консультант, который не работает в данном учреждении, но имеет опыт ведения коллективных переговоров. Это может быть работник министерства, исполкома или эксперт объединения нанимателей.

11.3. Коллективные переговоры как основной инструмент социального партнерства

Коллективные переговоры являются наиболее действенным средством обсуждения и решения самых сложных социально-трудовых вопросов. Именно они, будучи колыбелью коллективных договоров и соглашений, открывают пути смягчения противоречий между трудом и капиталом. В статье 2 Конвенции МОТ № 154 (1981 г.) «О содействии

коллективным переговорам»[35] определено, что термин коллективные переговоры применим ко всем видам переговоров между предпринимателями и трудящимися (или их представительными органами), которые имеют своей целью: 1) зафиксировать условия труда и найма; 2) урегулировать отношения между предпринимателями и работниками; 3) урегулировать отношения между трудящимися и их организациями и предпринимателями и их организациями.

В соответствии с этими международными правовыми положениями представительные органы работников и нанимателей как стороны коллективных трудовых отношений вправе участвовать в коллективных переговорах и выступать инициатором коллективных переговоров по заключению и изменению соглашения или коллективного договора. При наличии на уровне отрасли, территории, организации нескольких представительных органов работников каждому из них предоставляется право на ведение коллективных переговоров от имени представляемых им работников. Не допускается ведение коллективных переговоров и заключение соглашений или коллективных договоров от имени работников лицами, представляющими нанимателей.

Относительно порядка ведения коллективных переговоров устанавливается, что каждая сторона коллективных трудовых отношений вправе направить другой стороне письменное требование о проведении коллективных переговоров по заключению, изменению или дополнению коллективного договора, коллективного соглашения. В этом случае другая сторона обязана начать переговоры в семидневный срок. По соглашению между сторонами, такого рода переговоры могут быть начаты и в иной, согласованный ими срок.

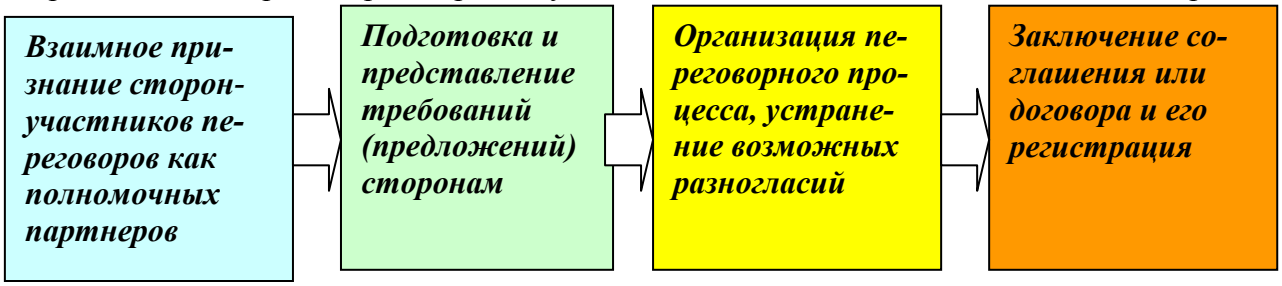


Рис. 31 Структура переговорного процесса

Процесс переговоров условно можно разделить на четыре последовательных стадии, сущность которых приведена на рис.31.

Первая стадия – взаимное признание сторонами друг друга в качестве партнеров, как правило, не связано с какими-нибудь сложностями, за исключением случая, когда в учреждении несколько профсоюзов. В этом случае целесообразно еще до начала переговоров договориться о едином представительстве профорганизаций на переговорах, выдвижении ими единых требований, касающихся защиты интересов и прав всех работников учреждения.

Для успешного конструктивного проведения переговоров профком учреждения должен провести подготовительную работу: изучить мнения и предложения работников, учесть недостатки предыдущего договора, подготовить требования и предложения для обсуждения с администрацией. При подготовке требований со стороны работников необходимо учитывать возможности администрации. Аналогичные действия необходимо предпринимать и администрации предприятия, организации, учреждения.

Для ведения коллективных переговоров стороны на равноправной основе создают комиссию из уполномоченных представителей. При этом представители сторон должны иметь документ, подтверждающий их полномочия. Состав комиссии, сроки и место проведения коллективных переговоров определяются сторонами. Наниматели (их объединения), соответствующие органы государственного управления обязаны предоставлять информацию, необходимую для ведения коллективных переговоров. Представители сторон,

[35] О содействии коллективным переговорам: Конвенция Международной Организации Труда от 19 июня 1981 г. N 154// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 15 ноября 2002 г. N 3/516

участвующих в коллективных переговорах, несут ответственность за разглашение сведений, являющихся государственной или коммерческой тайной.

Как показывает практика, у субъектов нарождающейся у нас системы партнерства часто нет элементарных навыков ведения переговоров, умения договариваться с партнерами. Между тем ведение коллективных переговоров – это наука, которую субъектам и участникам социального партнерства еще предстоит постигать. Она требует основательной подготовки, гибкой тактики, творчества. Переговоры – это интерактивный процесс, когда решение не навязывается одной из сторон, а сообща вырабатывается всеми их участниками.

Теперь о методике ведения коллективных переговоров. Эффективные переговоры возможны при обязательном признании равноправия сторон, участвующих в переговорах, и желании достичь соглашения по наиболее актуальным проблемам. Выбор метода переговоров осуществляется достаточно точно с помощью трех критериев:

1) он должен вести к разумному соглашению, если таковое вообще возможно;

2) он должен быть эффективен;

3) он должен улучшать или, по крайней мере, не обострять отношения между сторонами.

Разумным можно назвать такое соглашение, которое максимально отвечает законным интересам каждой из сторон, справедливо регулирует возникшие разногласия, является долговременным и принимает во внимание интересы общества. Эти правила носят общий характер и применимы в равной мере к любой из сторон, участвующих в переговорах.

Но у профсоюза как стороны, за которой стоят интересы если не всех, то значительной (а в Беларуси наибольшей) части работающих, должна быть на вооружении своя методика подготовки к переговорам и их ведения. Особенно, когда речь идет о заключении нового или изменении действующего коллективного договора, соглашения.

Первое, что необходимо: хорошо знать реальное положение дел на предприятии, в отрасли. Это достигается посредством изучения и оценки документально-статистических материалов по вопросам труда и заработной платы, сложившейся за последний год (квартал) социально-экономической ситуации, финансового состояния предприятия. Именно это позволяет наиболее точно представлять, что можно требовать от нанимателя (нанимателя). Знание реальной обстановки, умение оперировать точными экономическими данными в нынешних условиях архиважно. Нужная, обоснованная, к месту приведенная в ходе переговоров цифра, зачастую оказывается куда полезнее правильных, но общих рассуждений на тему: «что – хорошо, а что – плохо».

Существенное значение имеет и критическое осмысление колдоговорной практики последних лет, знание особенностей договоров, заключавшихся на родственных, близких по профилю предприятиях, выявление «плюсов» и «минусов» в этом деле.

Но как бы хорошо и основательно ни была подготовлена профсоюзная сторона, все же нежелательно идти на переговоры лишь с одними идеями и цифрами, надеясь, что колдоговор родится сам по себе в ходе дискуссий и взаимного обмена мнениями с социальными партнерами. Американские специалисты не без оснований считают: «Кто первым принес на переговоры проект договора, тот зачастую и выигрывает». К этому замечанию стоит прислушаться. На переговорах целесообразно рассматривать не отдельные пожелания и требования работников, а их совокупность, отраженную в первоначальном черновом варианте коллективного договора или соглашения.

Практика убеждает в полезности предварительной (до начала переговоров) разбивки требований, выдвигаемых трудовым коллективом, их своеобразной сепарации. Эти требования условно можно подразделить на три группы, а именно:

1) самые важные требования, которые профсоюз намерен отстаивать до завершения переговоров;

2) требования, по которым допустимы компромиссные решения;

3) и, наконец, требования, какими можно пожертвовать, но за определенные уступки нанимателя по другим значимым для работников вопросам.

С учетом такой предварительной раскладки следует вычленить «позицию максимум» и «позицию минимум». В ходе переговоров, естественно, приходится искать «золотую середину». Цель одна: не уступить больше, чем допустимо, и получить все-таки больше, чем предполагалось получить по минимуму.

Чрезвычайно важен и персональный состав комиссии по ведению коллективных переговоров. Профсоюзная часть определяется профкомом, либо общим собранием, конференцией трудового коллектива. Нужно стремиться к тому, чтобы профсоюзная сторона по уровню компетентности и опыту коллективно-договорной работы по возможности не уступала стороне нанимателя. Явно не рационально вести переговоры большой группой. Практика убеждает: предпочтительнее всего сравнительно небольшая (из 2-3 человек), но дружная профессионально подготовленная команда. В ее состав не следует включать людей чересчур эмоциональных, вспыльчивых, упрямых, а тем более грубых. Отсюда и значимость удачно подобранной фигуры «главного переговорщика», т.е. того лица, на которого ложится основное бремя ведения переговоров. От него требуется не только умение точно формулировать и выражать требования трудового коллектива, но и умение слушать оппонента, ни в коем случае не перебивая его и с уважением относясь к его доводам. Вот что говорил по этому поводу один из капитанов американской индустрии Г.Форд: «Если вообще имеется секрет успеха, то он состоит в умении встать на позицию другой стороны и рассматривать со своей колокольни его дела, как свои».

Кстати, в ходе любых коллективных переговоров незаменимо правило: больше спрашивать, чем говорить. Еще древние греки считали: «кто спрашивает, тот и ведет». И когда профсоюзная сторона в ходе переговоров задает уточняющие вопросы, выясняет детали, то тем самым она демонстрирует стремление понять позицию и взгляды партнера. А это всегда окупается.

Не рекомендуется с ходу опровергать аргументы оппонентов, так как это обычно ничего кроме раздражения и сопротивления у другой стороны не вызывает. Полезен совет: наберитесь терпения и позвольте партнеру «выпустить пар». Надо научиться отклонять заведомо неприемлемые условия, но делать это надлежит в корректной форме, не обижая партнера едкостью и горячностью суждений. На личную критику в свой адрес следует реагировать спокойно. Например, выслушав ее, можно сказать в ответ: «Спасибо, я об этом подумаю».

Заканчивая каждый этап обсуждения, разумно выразить признательность всем участникам переговоров за проделанную совместную работу и достигнутые подвижки (даже если они и не очень велики). Чтобы закрепить и продвинуть линию на сближение позиций партнеров, целесообразно:

1) непременно письменно зафиксировать промежуточные результаты (сказанное забывается, а написанное остается);

2) конкретизировать и закрепить в протоколе позицию каждой из сторон по спорным вопросам;

3) очертить основу для сближения и наметить канву дальнейшего хода переговоров и их завершения посредством заключения колдоговора (соглашения) на согласованных условиях.

На ход и результаты переговорного процесса могут влиять и чисто морально-психологические, эмоционально-речевые факторы. Мировая практика подтверждает, что они играют далеко не последнюю роль. Желательно при переговорах использовать короткие фразы, избегать союзов. Длинные предложения, используемые в речи, затрудняют понимание вопроса, а короткие гораздо быстрее доходят до собеседника. Имеет значение и то, как мы говорим. Выразительность голоса воспринимается не столько разумом, сколько чувством.

И последнее. Психологические исследования и у нас, и за рубежом показали, что люди могут, относительно не напрягаясь, сосредоточенно обсуждать вопросы в течение 90 минут. Если предполагается, что обсуждение потребует более длительного времени, нужно непременно запланировать перерыв в ходе переговоров или устроить «кофейную паузу». Перерыв нужен и для преодоления расхождений во мнениях участников, представляющих одну из сторон. Они должны договориться о единой позиции по обсуждаемому вопросу.

Социальное партнерство вовсе не исключает возможности, а иногда и необходимости предъявления одним из партнеров (профсоюзом) требований в довольно жесткой форме, посредством проведения митингов, пикетов и т.п.

Иначе говоря, партнерство и взаимодействие – диалектически сложный процесс, предполагающий сотрудничество, но не исключающий, при определенных обстоятельствах борьбу профсоюзов в защиту прав и интересов трудящихся с использованием всего арсенала средств, допускаемых законодательством. Но с одной особенностью: здесь либо выигрывают все стороны, либо, когда консенсус не достигается, терпит поражение вся система социального партнерства[36].

11.4. Порядок разрешения коллективных трудовых споров, связанных с заключением и исполнением коллективных договоров

Понятие «коллективный трудовой спор» в Беларуси, как и в других странах СНГ, возникло на закате существования Советского Союза. В мае 1991 года был принят Закон СССР «О порядке разрешения коллективных трудовых споров (конфликтов)». Он и стал отправной правовой базой для регулирования в дальнейшем процедур разрешения конфликтных ситуаций в социально-трудовой сфере. А до этого долгие годы общество находилось как бы под гипнозом идеологических схем, согласно которым конфликты объявлялись присущими только эксплуататорскому строю.

Между тем вся история мировой цивилизации подтверждает, что конфликты – естественная, хотя и болезненная форма существования человеческого общества. Они были, есть и будут, пока существуют классы, группы, государственные и общественные структуры, преследующие различные цели и отстаивающие часто несовпадающие, а нередко и прямо противоположные интересы.

Тем более, это актуально в современных условиях перехода к рыночной экономике, когда складывается объективная основа для противоречий между трудом и капиталом. По мнению ученых, существующие ныне взаимоотношения между нанимателями и наемными работниками образно могут быть выражены рядом символов. Это может быть «кулак» (т.е. жесткая авторитарная власть по праву сильного), «невидимая рука» (т.е. более или менее скрытое экономическое принуждение, давление), «рукопожатие» (т.е. взаимное согласие, партнерство).

В указанной триаде подлинно равноправные партнерские отношения, символом которых служит «рукопожатие», воплощают наиболее конструктивную модель взаимодействия сторон в системе социального партнерства. Это подтверждается и практикой развитых стран Запада, хотя и там авторитаризм и давление в сфере труда отнюдь не исключены. И все же разумные политики и менеджеры отдают предпочтение не «кулаку», а «рукопожатию», то есть переговорам и достижению разумных компромиссов при урегулировании конфликтных ситуаций.

Существенное значение имеет правильное понимание понятий «конфликт» и «спор» применительно к сфере труда.

Во-первых, конфликтом считают столкновение, возникающее подчас независимо от воли субъектов трудового права и проявляющееся, например, при коллизии правовых норм. Во-вторых, для конфликта, сопряженного с волей его субъектов, может быть характерно раз-

[36] Беларускі час. 8-15 июня 2007 г. с. 3.

витие спора (серьезные разногласия) в процессе обсуждения тех или иных вопросов. Но если спор возможен и без возникновения конфликта, то конфликт всегда сопряжен с возникшим спором.

В настоящее время белорусский трудовой кодекс применяет только один термин – «спор». Причем в кодексе содержится легальное определение коллективного трудового спора. Ст. 377 гласит «коллективный трудовой спор - неурегулированные разногласия сторон коллективных трудовых отношений по поводу установления, изменения социально-экономических условий труда и быта работников, заключения, изменения, исполнения либо прекращения коллективных договоров, соглашений».

В социально-правовом аспекте выделяют два вида коллективных трудовых споров: споры по правам и споры, в основе которых лежат интересы (споры по интересам).

Примером коллективного трудового спора по правам может служить ситуация, когда работники и администрация расходятся в оценках, допустим, какого-либо пункта коллективного договора: применим ли он ко всем работникам организации или только к некоторым категориям занятых в ней работников.

Примером же конфликта по интересам является ситуация, при которой переговоры по заключению коллективного договора зашли в тупик, так как работники требуют 10-ти процентного увеличения заработной платы, а администрация соглашается на увеличение лишь в пределах 4-х процентов.

Классификация коллективных трудовых споров может быть и иной. Так, по предмету коллективного трудового спора различают споры:

а) не связанные с коллективно-договорным регулированием социально-трудовых отношений;

б) возникающие в процессе заключения, изменения или выполнения (невыполнения) коллективных договоров и соглашений.

По этой классификации первая группа споров может возникать в связи с изменением или установлением нанимателем условий труда по согласованию с профсоюзом, когда стороны не смогли договориться по вопросу установления или изменения тех или иных условий труда. Споры, связанные с отказом нанимателя учесть мнение выборного профсоюзного органа, при принятии актов, содержащих нормы трудового права, возникают довольно редко. А вот вторая группа коллективных трудовых споров (наиболее часто возникающих) связана с вопросами заключения, изменения или выполнения (неисполнения) коллективных договоров, соглашений.

В свою очередь эта группа подразделяется на два вида коллективных трудовых споров:

1) споры, возникающие в процессе заключения или изменения колдоговоров, соглашений;

2) споры в связи с выполнением (невыполнением) условий и обязательств, предусмотренных коллективными актами о труде.

Коллективные трудовые споры первого вида могут возникнуть в ходе коллективных переговоров, связанных с обсуждением проекта коллективного договора. Как указывается в ст. 379 Трудового кодекса Республики Беларусь в случае возникновения разногласий при заключении, изменении или прекращении коллективного договора, соглашения требования работников выдвигаются по истечении одного месяца (или иного срока, определяемого сторонами) с начала ведения коллективных переговоров.

С момента выдвижения и направления требований нанимателю коллективный трудовой спор считается начавшимся. Причем, наниматель, согласно ст. 379 Трудового кодекса обязан рассмотреть требования и в письменной форме не позднее, чем в десятидневный срок со дня получения требований), уведомить о своем решении представительный орган работников и в 3-дневный срок — Республиканский трудовой арбитраж о возникшем споре. Это — преддоговорный спор. Он может возникнуть на любой стадии кол-

лективных переговоров и на любом уровне (на уровне организации, отрасли, региона, общенациональном уровне: при заключении, например, генерального соглашения).

А вот коллективный трудовой спор по поводу невыполнения положений, закрепленных в актах социального партнерства, чаше всего возникает на уровне организации, поскольку именно здесь реализуются условия труда, предусмотренные коллективным договором, соглашением.

В случае нарушения (неисполнения) нанимателем коллективного договора профсоюз вправе направить ему соответствующее представление с требованием об устранении допущенных нарушений. Наниматель, в свою очередь, обязан рассмотреть представление профсоюза в двухнедельный срок и письменно информировать профсоюз о принятом решении.

Следует отметить, что в Трудовом кодексе при ситуациях, связанных с невыполнением колдоговора, не предусмотрено ведение сторонами коллективных переговоров. Поэтому в соответствии со ст. 379 Трудового кодекса работники вправе выдвинуть требования нанимателю по факту неисполнения тех или иных договорных обязательств и тем самым инициировать возбуждение коллективного трудового спора.

В зависимости от механизма разрешения коллективные трудовые споры можно разделить на три группы:

1. Споры, разрешаемые самими спорящими сторонами на основе примирительно-согласительных процедур, предусмотренных законодательством, коллективными договорами, соглашениями;

2. Споры, разрешаемые третьим органом, который стороны вправе сформировать сами, или они в соответствии с нормами законодательства обязаны обратиться к органу, наделенному правом урегулирования коллективного трудового спора;

3. Споры, разрешаемые властными, административно-командными методами, свойственными государственным структурам.

В советское время последняя разновидность была доминирующей. Но и в современных условиях она не исключена, хотя в Беларуси к командно-административному методу разрешения коллективных трудовых споров власти прибегают лишь в исключительных случаях.

Именно на закон (в широком смысле этого понятия) возлагается в настоящее время задача перевода коллективных трудовых споров в русло примирения и поиска устраивающих спорящие стороны компромиссных решений. Словом, законодатель не позволяет спору принять форму острого конфликта, направляет спор в русло примирительных процедур. Их цель: предоставить возможность сторонам решить спор посредством нахождения взаимоприемлемых решений.

Первый, обязательный этап разрешения спора – примирительная комиссия, которая формируется из представителей сторон на равной основе с участием нейтрального члена комиссии. Предложения примирительной комиссии о возможных путях разрешения спора в письменной форме в пятидневный срок с момента избрания (назначения) нейтрального члена комиссии направляются сторонам. Если спорящие стороны с ними соглашаются, то спор прекращается и предложенный комиссией вариант его решения становится для них обязательным. А несогласие переводит рассмотрение коллективного трудового спора на уровень посредника.

Посредничество выступает как одна из предусмотренных Трудовым кодексом Республики Беларусь стадий разрешения конфликта с помощью лица или органа, независимого от спорящих сторон. Это, как свидетельствует мировая практика, наиболее эффективная регламентированная процедура рассмотрения коллективного трудового спора. Однако (в отличие от процедуры его рассмотрения примирительной комиссией) эта процедура не является обязательной. Привлекать или не привлекать посредника решают сами стороны коллективного трудового спора. Они могут пригласить посредника из выбранных ими лиц самостоятельно или воспользоваться рекомендациями Республиканского трудового арбитража.

Посредник – лицо нейтральное. Он не наделен полномочиями выносить какое-либо решение, а только помогает достичь соглашения, предлагая сторонам альтернативы по процедуре переговоров и возможным договоренностям, создавая тем самым условия для добровольного разрешения коллективного трудового спора усилиями самих сторон.

Свои посреднические функции он осуществляет в тесном взаимодействии со сторонами спора. По соглашению со сторонами определяется порядок рассмотрения спора и принимаются решения по результатам его рассмотрения в пятидневный срок.

Если и с помощью посредника стороны не пришли к компромиссному решению и согласию, спор передается на рассмотрение в трудовой арбитраж, который является последним этапом его разрешения путем переговоров.

Законодательство Республики Беларусь предусматривает два вида арбитража: Трудовой арбитраж и Республиканский трудовой арбитраж. Трудовой арбитраж – временно действующий арбитражный орган, создаваемый из числа трудовых арбитров Республиканским трудовым арбитражем, либо самими спорящими сторонами не позднее, чем в пятидневный срок с момента окончания рассмотрения коллективного трудового спора примирительной комиссией или посредником.

Трудовыми арбитрами могут быть научные работники, общественные деятели, работники органов государственного управления, других нанимателей, иные определенные сторонами лица, имеющие высшее юридическое или экономическое образование и опыт работы по специальности не менее 3-х лет. Арбитры должны быть независимы от сторон спора.

Представители сторон не могут входить в состав трудового арбитража. Но сам коллективный трудовой спор рассматривается в трудовом арбитраже с участием представителей сторон в пятидневный срок со дня получения обращения сторон, а решение, принятое арбитрами, направляется сторонам и имеет для них, как правило, рекомендательный характер. Но такое решение приобретает обязательную силу, если стороны заранее договорились признать его для себя обязательным. При невыполнении обязательного решения трудового арбитража каждая из сторон вправе обратиться в суд для его принудительного исполнения.

Коллективные трудовые споры в объединениях, подчиненных Правительству Республики Беларусь, и в организациях, в которых законодательством установлены ограничения реализации права на забастовку, относятся к исключительной компетенции Республиканского трудового арбитража (РТА). К исключительной компетенции РТА относятся также споры, возникающие при заключении, изменении или прекращении соглашений на республиканском и отраслевом уровнях, и споры, связанные с исполнением коллективных договоров и соглашений.

Коллективные споры рассматриваются Республиканским трудовым арбитражем в составе трех арбитров, избираемых по соглашению сторон из числа трудовых арбитров, рекомендованных Председателем РТА или предложенных сторонами. При не достижении соглашения сторон трудовых арбитров назначает Председатель РТА. Коллективный спор рассматривается с участием представителей сторон, а в необходимых случаях – с привлечением экспертов.

По спорам об исполнении коллективных договоров, соглашений Республиканский трудовой арбитраж вправе на основании мотивированного заключения экспертов признать отдельные положения коллективного договора, соглашения не имеющими юридической силы. Республиканский трудовой арбитраж принимает решение по коллективному спору, как правило, не позднее двухнедельного срока со дня получения заявления. Этот срок может быть продлен Председателем РТА в зависимости от сложности спора, но не более, чем на один месяц. Решение принимается большинством голосов, подписывается трудовыми арбитрами и передается сторонам спора.

Решения РТА по исполнению коллективных договоров и соглашений в организациях, в которых законодательством установлены ограничения реализации права на забастовку, в объединениях, подчиненных Правительству страны, равно как решения об ис-

полнении коллективных договоров и соглашений, а также решения по коллективным трудовым спорам, возникающим при заключении, изменении или прекращении соглашений на республиканском и отраслевом уровнях, обязательны для сторон коллективных трудовых споров. Такого рода решения РТА вступают в законную силу по истечении срока на обжалование. Решение Республиканского трудового арбитража по таким спорам может быть обжаловано заинтересованной стороной в суд в десятидневный срок со дня получения. В случае неисполнения обязательного для сторон решения Республиканского трудового арбитража заинтересованная сторона в месячный срок со дня его получения имеет право обратиться в суд для принудительного исполнения этого решения. В остальных случаях решения Республиканского трудового арбитража носят рекомендательный характер и приобретают для сторон обязательную силу, если стороны заключили соглашение о выполнении этого решения.

С разрешением коллективных трудовых споров, с отказом или нежеланием нанимателей удовлетворить требования работников связан и вопрос о проведении забастовок. Партнерство и взаимодействие в сфере труда диалектически сложный процесс, предполагающий сотрудничество, но не исключающий при определенных обстоятельствах и острую борьбу профсоюзов в защиту прав и интересов трудящихся с использованием всего арсенала средств, допускаемых законодательством, в том числе и забастовок.

Забастовка, как крайний метод борьбы трудящихся за свои права, отнюдь не выводит профсоюзы за рамки социального партнерства. Она также вполне легитимна, если проводится в соответствии с нормами законодательства.

Забастовка – это временный добровольный отказ работников от выполнения трудовых обязанностей (полностью или частично) в целях разрешения коллективного спора. Любая забастовка предполагает:

• временный характер отказа работников от выполнения трудовых обязанностей;

• свободу волеизъявления работников;

• единую цель – побудить нанимателя разрешить коллективный трудовой спор на приемлемой для обеих сторон основе.

Право на забастовку, согласно нормам законодательства Республики Беларусь, может быть реализовано работниками не позднее 3 месяцев после отклонения любой из сторон спора предложений примирительной комиссии, а если стороны обратились к посреднику или (и) в трудовой арбитраж – после отклонения предложений посредника или (и) при несогласии с решением трудового арбитража при условии, что решение трудового арбитража не имеет для сторон обязательной силы.

Решение о забастовке должно приниматься не представительным органом работников, а коллективом работников, возбудившим коллективный трудовой спор, причем тайным голосованием. Решение о забастовке считается принятым, если за него проголосовало не менее двух третей присутствующих на собрании (конференции) работников. Собрание считается правомочным, если на нем присутствовало более половины работников, а конференция – не менее двух третей делегатов.

Законом могут быть установлены ограничения реализации права на забастовку в той мере, в какой это необходимо в интересах национальной безопасности, общественного порядка, здоровья населения, прав и свобод других лиц. По тем же основаниям Президент Республики Беларусь вправе отложить проведение забастовки или приостановить ее, но не более чем на трехмесячный срок. Проведение забастовок в обход установленных законом процедур запрещено.

Согласно белорусскому законодательству не позднее двух недель до начала забастовки представительный орган работников обязан письменно уведомить нанимателя о решении провести забастовку, указав:

• перечень разногласий сторон, являющихся основанием для объявления забастовки;

•дату и время начала забастовки, ее продолжительность и предполагаемое количество участников;

- предложения по минимуму необходимых работ (услуг), выполняемых в организации во время проведения забастовки.

Получив уведомление о забастовке, наниматель обязан немедленно сообщить об этом собственнику или уполномоченному им органу, поставщикам, потребителям, транспортным организациям, местному исполнительному и распорядительному органу.

Участие в забастовке является добровольным. Закон запрещает принуждение к участию в забастовке либо к отказу от участия в ней. Недопустимы преграды (пикетирования) с целью воспрепятствовать выходу на работу тех, кто не желает бастовать, а также приказы и угрозы администрации в адрес работников, принимающих участие в легальной забастовке. Запрещается также оказание материальной помощи участникам забастовки за счет средств политических партий, движений, иных общественных объединений, преследующих политические цели, а также иностранных юридических и физических лиц.

В случае если решение о проведении забастовки было принято с нарушением установленных требований, наниматель обязан обратиться в суд. Заявление о признании забастовки или решения о ее проведении незаконным может быть также направлено прокурором в пятидневный срок в случае нарушений требований законов Республики Беларусь, а при невыполнении минимума необходимых работ во время забастовки, и в случаях создания реальной угрозы национальной безопасности, общественному порядку, здоровью населения, правам и свободам других лиц – немедленно.

Забастовка прекращается, а ее участники обязаны приступить к работе на следующий день после:

- признания ее незаконной в установленном порядке;
- получения письменного согласия нанимателя удовлетворить требования трудового коллектива;
- заключения сторонами спора соглашения о прекращении забастовки;
- принятия об этом решения общим собранием или конференцией работников в порядке, предусмотренном законодательством.

Забастовка или решение о ее проведении могут быть признаны незаконными по решению областного (Минского городского) суда в случаях, когда при принятии решения о забастовке либо в ходе самой забастовки были нарушены требования закона. Участники незаконной забастовки могут привлекаться к дисциплинарной и иной ответственности, предусмотренной законодательством.

Таким образом, в соответствии с действующим в Республике Беларусь законодательством механизм разрешения коллективных трудовых споров можно изобразить в виде схемы, изображенной на рисунке 32.

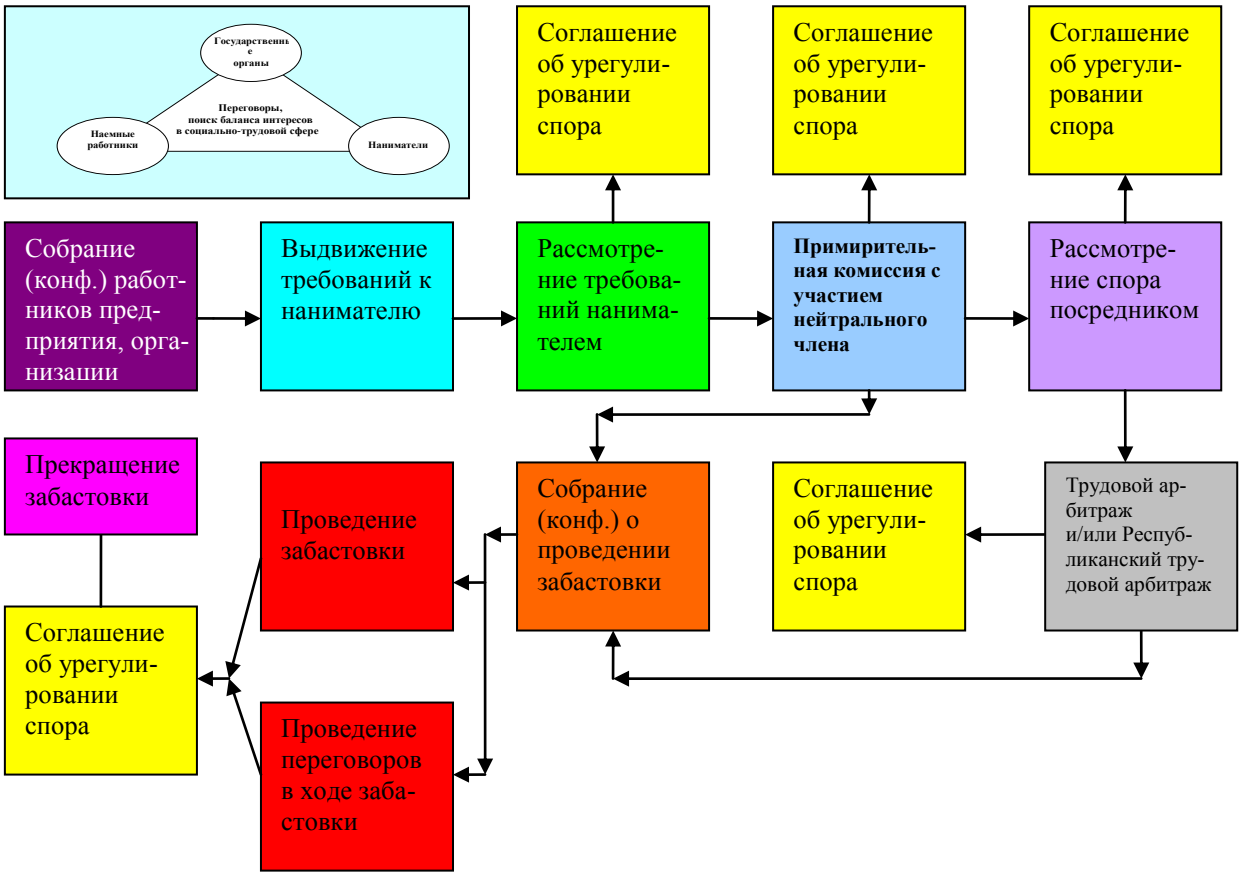


Рис.32. Механизм разрешения коллективных трудовых споров

В Беларуси приоритетными, главенствующими признаются средства и методы, механизмы и процедуры, позволяющие любые разногласия в сфере труда, затрагивающие интересы работников и нанимателей, переводить в русло их цивилизованного урегулирования. Но и в тех случаях, когда конфликт все же возник, нужно стремиться погасить его, что называется, в самом зародыше. Неразрешимых ситуаций не бывает. Тем более, в сфере трудовых отношений, где всегда есть почва для разумных компромиссов, более или менее устраивающих все стороны и способствующих сохранению стабильности в обществе.

II ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

ТЕМА 1. СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

1.1. Возникновение и основные этапы эволюции науки о предпринимательстве
1.2. Современная трактовка категории «предпринимательство»
1.3. Роль предпринимательства в рыночной экономике
1.4. Основные качества предпринимателя
1.5. Й. Шумпетер о предпринимателе как созидательном разрушителе рыночного равновесия
1.6. Понятие, сущность, содержание предпринимательского менеджмента
1.7. Внутреннее предпринимательство

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Раскройте основные этапы эволюции научного осмысления категории «предпринимательство».
2. В чем состоит различие между бизнесом и предпринимательством?

3. Кто в соответствии с законодательством Республики Беларусь может осуществлять предпринимательскую деятельность?
4. Как вы понимаете роль предпринимателя как «созидательного» разрушителя рыночного равновесия?
5. Дайте современное толкование категории «предпринимательство».
6. Каковы основные качества предпринимателя?
7. Что лежит в основе культуры предприятия предпринимательского типа?
8. Назовите основные различия в стиле управления традиционного предприятия и предприятия предпринимательского типа.
9. Дайте определение категории «предпринимательский менеджмент», раскройте его сущность и содержание.
10. В чем состоит основная цель внутреннего предпринимательства?
11. Раскройте основные преимущества и недостатки интрапренерства.

ТЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

2.1. Классификация видов предпринимательской деятельности
2.2. Микро и макросреда предпринимательства: содержание и характеристика
2.3. Содержание и роль инфраструктуры предпринимательства в формировании благоприятной предпринимательской среды
2.4. Государственное регулирование предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой (США, Западная Европа, Япония)
2.5. Формы и механизмы поддержки предпринимательства в Республике Беларусь. Государственная программа поддержки предпринимательства на 2013–2015 годы

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Приведите классификацию предпринимательских структур в зависимости от вида деятельности.
2. Какие предпринимательские организации относятся к малым в соответствии с Указом от 21 мая 2009 г. № 255 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства»?
3. Что такое предпринимательская среда и в чем заключается основной признак ее благополучия?
4. Дайте определение микро- и макросреды предпринимательства.
5. Что включает в себя инфраструктура предпринимательства?
6. В чем заключается государственное регулирование предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой?
7. Назовите типичные трудности, с которыми сталкивается частный предприниматель.
8. Перечислите ключевые направления стимулирования развития инновационного предпринимательства.
9. Какова роль предпринимательства в развитии современной экономики Республики Беларусь?
11. Приведите основные формы и механизмы поддержки предпринимательства в Республике Беларусь.
12. Что такое Белорусский фонд финансовой поддержки предпринимателей?
13. Каковы условия выделения кредитных ресурсов Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей?

ТЕМА 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПРОЦЕСС

3.1. Предпринимательство как форма экономической активности: сущность, содержание и особенности
3.2. Предпринимательская идея: суть, порядок выработки
3.3. Последовательность и характеристика основных стадий предпринимательского процесса
3.4. Содержание предпринимательского дохода

3.5. Венчурное предпринимательство, венчурный капитал

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое экономическая активность?
2. В качестве кого индивиды проявляют экономическую активность?
3. Чем отличается предпринимательство от обычных видов экономической активности?
4. Приведите схему формирования потребительского спроса.
5. Что такое «предпринимательская идея»?
6. Назовите основные источники новых предпринимательских идей.
7. Назовите специальные методы выработки новых идей и дайте их краткую характеристику.
8. В чем заключается деловое проектирование?
9. Что такое деловой цикл?
10. Что представляет собой предпринимательский доход?
11. Дайте характеристику внешним и внутренним издержкам.
12. Раскройте сущность экономической прибыли.

ТЕМА 4. ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1. Сущность планирования предпринимательской деятельности

4.2. Предназначение бизнес-планов и их классификация

4.3. Типичная структура бизнес-плана и содержание его основных разделов

4.4. Порядок и последовательность разработки бизнес-плана, график Ганга

4.5. Бюджетирование как форма финансового планирования, основные составляющие мастер-бюджета

Вопросы и задания для самоконтроля

1. В чем заключается сущность планирования предпринимательской деятельности?
2. Какими должны быть цели предпринимательской деятельности?
3. Что такое бизнес-план и каково его основное предназначение?
4. Для кого и для чего составляется бизнес-план?
5. Приведите типичную структуру бизнес-плана.
6. Чем определяется содержание основных разделов бизнес-плана?
7. Приведите наиболее типичный набор шагов подготовки бизнес-плана.
8. Приведите пример построения графика Ганга.
9. Что такое бюджетирование?
10. Приведите основные составляющие мастер-бюджета.
11. Сформулируйте основные правила бизнес-планирования успешной предпринимательской деятельности.

ТЕМА 5. ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

5.1. Структура и содержание экономической устойчивости предпринимательской единицы, порядок ее длительного обеспечения

5.2. Характеристика основных организационно-правовых форм юридических лиц предприятий

5.3. Основные пути и общий алгоритм создания предпринимательской единицы

5.4. Порядок регистрации индивидуального предпринимателя

5.5. Особенности регистрации юридического лица

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое экономическая устойчивость предпринимательской единицы?
2. Из каких фаз состоит жизненный цикл предпринимательской единицы?
3. Что составляет основу экономической эффективности, конкурентоспособности и финансовой устойчивости предпринимательской единицы?
4. Что такое «инновация»?
5. В чем заключается сущность диверсификации производства и продукции?
6. Какие организационно-правовые формы юридических лиц установлены законодательством Республики Беларусь?

7. В чем состоит различие между полным и коммандитным товариществами?
8. Каковы различия между обществом с ограниченной ответственностью и обществом с дополнительной ответственностью?
9. Назовите и охарактеризуйте основные виды акционерного общества.
10. Что такое производственный кооператив?
11. Дайте характеристику унитарных предприятий.
12. Опишите порядок создания крестьянского (фермерского) хозяйства.
13. Каковы основные пути создания предпринимательской единицы?
14. Назовите основные этапы процесса организации предприятия.
15. Опишите порядок регистрации индивидуального предпринимателя и основные затраты на ее осуществление.
16. В чем заключаются особенности регистрации юридического лица?
17. Что должен сделать собственник имущества до подачи в регистрирующий орган документов для государственной регистрации?
18. По каким основаниям может быть отказано в государственной регистрации юридического лица?

ТЕМА 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

6.1. Производственное предпринимательство: структура и содержание
6.2. Основные факторы организации производства
6.3. Собственные и заемные источники средств формирования производственной базы
6.4. Основные формы партнерских связей и их характеристика

Вопросы и задания для самоконтроля

1. В чем заключается сущность производственного предпринимательства?
2. Дайте определение закона убывающей доходности.
3. Что является исходной точкой организации предпринимательской деятельности в сфере производства?
4. Назовите основные факторы размещения производства.
5. Каковы источники средств формирования производственной базы создаваемого предприятия?
6. Что относится к источникам собственного капитала и привлеченных средств?
7. Можно ли сдать в аренду предприятие?
8. Происходит ли (и если да, то как) переуступка требований и перевод долгов предприятия на арендатора?
9. Опишите сущность лизинга.
10. Что такое совместное предпринимательство?
11. В чем состоит разница между совместным и смешанным пред- приятиями?
12. Что понимается под производственной кооперацией?
13. Что такое лицензионное соглашение, каковы его стороны и содержание?
14. Дайте характеристику управлению по контракту как виду предпринимательской деятельности.

ТЕМА 7. КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЕДИНИЦЫ

7.1. Понятие и сущность «коммерческой деятельности» организации
7.2. Структура и содержание процессов в коммерческой деятельности
7.3. Закупочная деятельность предпринимательской единицы
7.4. Сбытовая деятельность: порядок планирования и организация
7.5. Виды посреднической деятельности и их характеристика
7.6. Биржевое предпринимательство как вид посреднической деятельности
7.7. Особенности предпринимательства в финансовой сфере

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что понимается под коммерческой деятельностью?

2. Назовите основные процессы в коммерческой деятельности и дайте их краткую характеристику.
3. Какие основные направления деятельности выделяются в коммерции?
4. В чем состоит разница между заявкой и заказом?
5. Что такое сбыт и каковы его основные функции?
6. Какие различают виды сбыта?
7. Что такое канал распределения и товаропроводящая сеть?
8. Назовите наиболее распространенные разновидности торгово-посреднических структур и дайте им краткую характеристику.
9. Что такое дилерская компания?
10. Что представляет собой аукционная форма торговли?
11. Опишите сущность и содержание биржевой торговли.
12. Каковы основные различия в действиях «быков» и «медведей» на бирже?
13. Кто осуществляет предпринимательство в финансовой сфере?

ТЕМА 8. ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

8.1. Цели, задачи и принципы управления затратами
8.2. Классификация затрат для целей управления
8.3. Прогнозирование и учет затрат
8.4. Расчет точки критического объема производства
8.5. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы
8.6. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое себестоимость продукции (работ, услуг)? Назовите ее основные элементы.
2. В чем состоит сущность управления затратами?
3. Назовите основные принципы управления затратами.
4. Приведите основные направления классификации затрат для целей управления.
5. Перечислите основные задачи прогнозирования затрат.
6. В чем состоит суть метода учета по нормативным затратам?
7. Дайте характеристику директ-костинга.
8. Что такое маржинальный доход?
9. Для чего осуществляется анализ финансового состояния предприятия?
10. Каковы основные методы чтения финансовых отчетов?
11. Что составляет чистую прибыль предприятия?
12. Дайте краткую характеристику горизонтальному, вертикальному, трендовому и факторному анализу.
13. Как исчисляются коэффициенты доходности; ликвидности; оборачиваемости активов и финансовой устойчивости?
14. Приведите формулу Дюпона и дайте характеристику основных рычагов повышения доходности собственного капитала.
15. Что такое финансовый и операционный леверидж?
16. Как и для чего исчисляется объем рабочего капитала?

ТЕМА 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ РИСК И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ТАЙНА

9.1. Содержание предпринимательского риска
9.2. Классификация предпринимательских рисков
9.4. Качественная и количественная оценка рисков
9.5. Страхование предпринимательских рисков
9.6. Предпринимательская тайна

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что такое предпринимательский риск?

2. Назовите основные виды потерь в предпринимательской деятельности.
3. Перечислите области риска и дайте их краткую характеристику.
4. Какие риски, связанные с покупательной способностью денег, вы знаете?
5. Дайте определение количественной и качественной оценке рисков.
6. В чем состоит сущность экспертного метода оценки риска и метода Дельфи?
7. Как организуется работа оценки риска с помощью метода оценки личной вероятности?
8. Назовите основные инструменты статистического метода оценки риска.
9. Что может быть отнесено к категории страхуемых рисков?
10. Что включается в содержание предпринимательской тайны?
11. Изложите перечень мер по защите предпринимательской тайны.
12. Каковы основные этапы защиты предпринимательской информации?

ТЕМА 10. ПРЕКРАЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

10.1. Прекращение деятельности предпринимательской организации
10.2. Понятие банкротства
10.3. Порядок рассмотрения дел о банкротства
10.4. Защитный период
10.5. Полномочия управляющего
10.6. Санация предприятия
10.7. Ликвидационное производство
10.8. Мировое соглашение

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Каковы основные пути прекращения деятельности предпринимательской организации?
2. Назовите основные формы реорганизации юридического лица и дайте им краткую характеристику.
3. Что такое экономическая несостоятельность?
4. Дайте определение банкротства и назовите его основные признаки.
5. Перечислите основные акты законодательства Республики Беларусь, регулирующие процедуру банкротства.
6. Кто обладает правом на подачу в суд заявления о банкротстве должника?
7. Что такое «защитный период», его назначение и продолжительность?
8. Назовите основные права и обязанности временного управляющего.
9. В чем заключается сущность решения о банкротстве с санацией должника?
10. В каких случаях и в каком порядке принимается решение о банкротстве с ликвидацией должника?
11. При каких условиях выносится определение о прекращении производства по делу о банкротстве?
12. Кто осуществляет ликвидацию предприятия и каков ее порядок?
13. Каков порядок удовлетворения требований кредиторов?
14. Изложите содержание мирового соглашения, назовите его стороны, условия заключения и последствия.

ТЕМА 11.СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11.1. Содержание системы социального партнерства и ее становление в новейшей истории Беларуси
11.2. Основные уровни и механизмы функционирования системы социального партнерства
11.3. Коллективные переговоры как основной инструмент социального партнерства
11.4. Порядок заключения коллективных договоров и соглашений по социально-трудовым вопросам

11.5. Порядок разрешения коллективных трудовых споров, связанных с заключением и исполнением коллективных договоров

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Раскройте сущность категории «социальное партнерство».
2. Назовите основные принципы функционирования системы социального партнерства.
3. Каковы основные функции социального партнерства?
4. Перечислите субъекты коллективных трудовых отношений.
5. Каковы объекты социального партнерства?
6. Назовите основные уровни и механизмы функционирования системы социального партнерства.
7. Как организуется работа Национального совета по трудовым и социальным вопросам?
8. Приведите основные принципы и стадии ведения коллективных переговоров.
9. Каковы права и обязанности участников переговоров?
10. Как добиться целей при ведении коллективных переговоров?
11. Раскройте структуру и содержание Генерального соглашения между правительством, объединениями нанимателей и профсоюзов Республики Беларусь.
12. Дайте определение категории «коллективный трудовой спор», назовите основные этапы его возникновения и разрешения.
13. Назовите основные этапы разрешения коллективных трудовых споров, связаных с заключением и исполнением коллективных договоров

III РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Творческая работа по регистрации юридического лица

Задание №1 на регистрацию фирмы Полное товарищество	Перевозка пассажиров маршрутными такси по городским и загородным маршрутам.	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №2 на регистрацию фирмы Коммандитное товарищество	Торговое предприятие в составе 5 продовольственных магазинов	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры

Задание №3 на регистрацию фирмы Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	Мастерская бытового обслуживания по ремонту обуви, одежды	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №4 на регистрацию фирмы Общество с доп. ответственностью (ОДО)	Мелкооптовая торговля строительными материалами с арендой торговых роллеров.	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание № 5 на регистрацию фирмы Открытое акционерное общество (ОАО)	Сеть предприятий по выполнению отделочных и ремонтных работ в жилых домах	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание № 6 на регистрацию фирмы Закрытое акционерное общество (ЗАО)	Техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №7 на регистрацию фирмы Производственный кооператив (артель)	Организация химчистки одежды и ковровых изделий с доставкой изделий на дом	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №8 на регистрацию фирмы Унитарное предприятие (УП)	Производство нестандартных изделий из гранита и мрамора	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание № 9 на регистрацию фирмы Крестьянское (фермерское) хозяйство (КФХ)	Производство мясо-молочной продукции и ее реализация через торговую сеть «Соседи»	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд

		Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №10 на регистрацию фирмы Полное товарищество	Организация продажи компьютерной техники на городском рынке	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №11 на регистрацию фирмы Коммандитное товарищество	Организация пассажирских перевозок на городских маршрутах на собственных микроавтобусах	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №12 на регистрацию фирмы Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	Организация «Салона красоты» с оказанием косметических и парикмахерских услуг	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №13 на регистрацию фирмы Общество с доп. ответственностью (ОДО)	Организация сети детских витаминных кафе-баров	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №14 на регистрацию фирмы Открытое акционерное общество (ОАО)	Организация сети салонов, оказывающих фото и видео услуги при проведении корпоративных мероприятий	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №15 на регистрацию фирмы Закрытое акционерное общество (ЗАО)	Производство строительных и ремонтных работ жилых помещений	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №16 на регистрацию фирмы Производственный кооператив (ар-	Ремонт и обслуживание сложно-бытовой техники	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы

тель)		Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №17 на регистрацию фирмы Унитарное предприятие (УП)	Автоперевозка пассажиров по городским и загородным маршрутам.	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №18 на регистрацию фирмы Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	Торговое предприятие в составе 3-х продовольственных магазинов, цеха по изготовлению хлебобулочных изделий	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №19 на регистрацию фирмы Полное товарищество	Мастерская бытового обслуживания населения по ремонту обуви, одежды	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №20 на регистрацию фирмы Коммандитное товарищество	Торговля продуктами питания на мелкооптовых рынках	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №21 на регистрацию фирмы Общество с ограниченной ответственностью (ООО)	Организация отделочных и ремонтных работ служебных помещений	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №22 на регистрацию фирмы Общество с доп. ответственностью (ОДО)	Фирма «Автосервис» осуществляет ремонт легковых автомобилей	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №23 на регистрацию фирмы Открытое акционерное	Организация химчистки и окраски кожаных и меховых изделий	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации

общество (ОАО)		Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №24 на регистрацию фирмы Закрытое акционерное общество (ЗАО)	Монтаж стеклопакетов и купешкафов в квартирах	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №25 на регистрацию фирмы Крестьянское (фермерское) хозяйство (КФХ)	Производство плодоовощной продукции, ее переработка и реализация на рынках города	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №26 на регистрацию фирмы Унитарное предприятие (УП)	Создание сети Интернет-кафе	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №27 на регистрацию фирмы Производственный кооператив	Организация пассажирских перевозок на городских маршрутах на собственных микроавтобусах	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №28 на регистрацию фирмы Полное товарищество	Организация фитнес-клуба для пожилых людей	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №29 на регистрацию фирмы Коммандитное товарищество	Создание сети ресторанов белорусской кухни	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №30 на регистрацию фирмы Общество с	Ремонт сантехнического оборудования в жилом секторе	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения

ограниченной ответственностью (ООО)		Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №31 на регистрацию фирмы Общество с доп. ответственностью (ОДО)	Оказание услуг в сфере эко и агротуризма	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры
Задание №32 на регистрацию фирмы Открытое акционерное общество (ОАО)	Организация производства и реализации хлебобулочных и кондитерских изделий	Обосновать организационно-правовую форму коммерческой организации Согласовать наименование Определить предполагаемое место размещения Подготовить решение о создании коммерческой организации Разработать учредительные документы Сформировать уставный фонд Укомплектовать пакет документов в регистрирующий орган Оформить «пострегистрационные» процедуры

Вопросы для подготовки к зачету

1. Историко-экономические аспекты развития предпринимательства
2. Современная трактовка категории «предпринимательство»
3. Рынок – среда существования предпринимателей
4. Основные качества предпринимателя
5. Предприниматель – созидательный разрушитель рыночного равновесия
6. Предпринимательский менеджмент – понятие, сущность, содержание
7. Внутреннее предпринимательство
8. Классификация видов и форм предпринимательской деятельности
9. Микро и макросреда предпринимательства
10. Инфраструктура предпринимательства
11. Государственное регулирование предпринимательства в странах с развитой рыночной экономикой
12. Формы и механизмы поддержки предпринимательства в Республике Беларусь
13. Предпринимательство – особая форма экономической активности
14. Предпринимательская идея: суть, порядок выработки
15. Стадии предпринимательского процесса
16. Содержание предпринимательского дохода
17. Венчурное предпринимательство, венчурный капитал
18. Сущность планирования предпринимательской деятельности
19. Классификация бизнес-планов
20. Типичная структура бизнес-плана
21. Последовательность разработки бизнес-плана
22. Бюджетирование как форма финансового планирования
23. Экономическая устойчивость предпринимательской единицы
24. Индивидуальное предпринимательство, порядок регистрации и организация работы по оказанию услуг населению.
25. Полное товарищество, порядок создания и организация деятельности.
26. Коммандитное товарищество, порядок создания и организация деятельности.
27. Общество с ограниченной ответственностью (ООО), порядок создания и организация деятельности.
28. Общество с дополнительной ответственностью (ОДО), порядок создания и ор-

ганизация деятельности.

29. Акционерное общество (АО), порядок создания и организация деятельности.

30. Открытое акционерное общество (ОАО), порядок создания и организация деятельности.

31. Закрытое акционерное общество (ЗАО), порядок создания и организация деятельности.

32. Унитарное предприятие (УП), порядок создания и организация деятельности.

33. Крестьянское (фермерское) хозяйство (КФХ), порядок создания и организация деятельности.

34. Основные пути создания предпринимательской единицы

35. Суть производственного предпринимательства

36. Основные факторы организации производства

37. Источники средств формирования производственной базы

38. Формы партнерских связей

39. Понятие «коммерческая деятельность» и его сущность

40. Содержание процессов в коммерческой деятельности

41. Коммерческая работа по закупкам

42. Сбытовая деятельность предприятия

43. Виды посреднической деятельности

44. Биржевое предпринимательство

45. Предпринимательство в финансовой сфере

46. Цели, задачи и принципы управления затратами

47. Классификация затрат для целей управления

48. Прогнозирование и учет затрат

49. Расчет точки критического объема производства

50. Анализ финансового состояния предпринимательской единицы

51. Коэффициенты оценки состояния экономики и финансов

52. Содержание предпринимательского риска

53. Классификация предпринимательских рисков

54. Качественная и количественная оценка рисков

55. Страхование предпринимательских рисков

56. Предпринимательская тайна: сущность, содержание и меры по обеспечению

57. Понятие банкротства

58. Порядок рассмотрения дел о банкротства

59. Защитный период

60. Полномочия управляющего

61. Санация предприятия

62. Ликвидационное производство

63. Мировое соглашение

64. Содержание системы социального партнерства и ее становление в новейшей истории Беларуси

65. Основные уровни и механизмы функционирования системы социального партнерства

66. Коллективные переговоры как основной инструмент социального партнерства

67. Порядок заключения коллективных договоров и соглашений по социально-трудовым вопросам

68. Порядок разрешения коллективных трудовых споров, связанных с заключением и исполнением коллективных договоров

IV ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

ТЕСТЫ

Тест на пригодность к занятию предпринимательской деятельностью

Анкета для проверки «Являетесь ли Вы личностью предпринимательского типа»

Занесите Ваш ответ в соответствующую клетку цифрой "1" и Вы увидите количество ответов по рубрикам

Вопрос	да	?	нет
Готовились ли Вы к созданию своего дела длительное время?			
Готовы ли Вы к рискам?			
Открыты ли Вы новшествам?			
Способны ли Вы выдерживать неудачи и их конструктивно преодолевать?			
Способны ли Вы работать в стрессовой ситуации?			
Позволяет ли Ваше здоровье выдерживать длительные стрессовые ситуации?			
Способны ли Вы поставить перед собой цели и их осуществлять без „давления сверху“?			
Реализуете ли Вы свои планы и намерения?			
Можете ли Вы мотивировать партнеров и сотрудников?			
Имеете ли Вы опыт руководителя?			
Умеете ли Вы работать в коллективе и с коллективом?			
Умеете ли Вы определять приоритеты?			
Умеете ли Вы распределять задания?			
Сталкивались ли Вы уже с кризисными ситуациями в предыдущей работе?			
Умеете ли Вы убеждать?			
Согласен ли Ваш семейный партнер с Вашим проектом и готов ли он поддержать Вас?			
Способны ли Вы к контактам?			
Согласны ли Вы в первые годы самостоятельности на нерегулярные личные доходы?			
Готовы ли вы отказаться от свободного времени и семейной жизни?			
Готовы ли Вы работать в первые годы по 60 часов в неделю?			
Результат опроса	**0**		**0**

Если Вы: больше чем 10 раз ответили „Да“ и меньше 4 раза ответили „Нет“, то Вы являетесь предпринимательским типом.
Чем больше Вы ответили „да“ и чем меньше „нет“ или „не знаю“, тем больше развиты у Вас предпосылки к предпринимательской работе.
Дополнительными тестами следует оценить Вашу профессиональную и экономическую подготовленность к реализации предпринимательской деятельности.

Тест на способность разработать взвешенную стратегию и склонность к риску (разработка профессора Н.П. Беляцкого)

Постарайтесь четко ответить на поставленные вопросы и записать соответствующее количество баллов (да 1 балл, нет – 2 балла):

1. Полагаетесь ли вы при принятии соответствующего решения только на себя?
2. Часто ли ваша позиция не совпадает с точкой зрения руководителя?
3. Считаете ли вы, что безвыходных положений нет?
4. Всегда ли вы правдивы?
5. Быстро ли вы осваиваете новые виды работы?
6. Полагаетесь ли вы в оценке людей преимущественно на собственное мнение?
7. Долго ли вы раздумываете при принятии решения?
8. Стремитесь ли вы довести до конца начатое дело?
9. Считаете ли вы, что нужно поменьше «высовываться» во избежание неприятностей?
10. Советуетесь ли вы с другими при покупке дорогостоящих вещей?
11. Стремитесь ли вы к победе в игре?
12. Задумываетесь ли вы о будущем?
13. Стараетесь ли вы при решении сложной проблемы оценить все возможные альтернативы?
14. Часто ли вы публично высказываетесь вразрез с общим мнением?
15. Готовитесь ли вы специально к выступлению?
16. Уверены ли вы, что до сих пор не совершали крупных ошибок?
17. Часто ли вы мечтаете о чем-то неосуществимом?
18. Задумываетесь ли вы об убедительности своих аргументов в споре?
19. Можете ли вы поступиться принципами, если этого требуют интересы дела?
20. Хорошо ли складываются ваши отношения с руководством?
21. Правильными ли бывают ваши первые мысли?
22. Бывает ли, что в неофициальной обстановке вы можете блеснуть экстравагантным поведением?
23. Случается ли, что ваше правильное, в сущности, поведение внешне выглядит нелогичным и непонятным для окружающих?
24. Считаете ли вы, что в жизни уже успели сделать что то серьезное?
25. Трудно ли вас убедить поменять свое решение?
26. Стремитесь ли вы продумать принципиальные решения до мелочей?
27. Готовы ли вы ради дела идти на риск, зная, что шанс на успех невелик?
28. Живете ли вы только сегодняшним днем?
29. Многих ли вы посвящаете в свои дела?
30. Совершаете ли вы решительные шаги без уверенности в поддержке коллег?
31. Относят ли вас окружающие к категории «перспективных»?
32. Предпочитаете ли вы в новых ситуациях придерживаться традиционных правил поведения?
33. Часто ли вы опаздываете?
34. Советуетесь ли вы с близкими при решении ваших личных вопросов?

35. Способны ли вы достаточно точно прогнозировать ситуацию на 1 - 2 года вперед?

36. Случалось ли вам делать выбор с помощью монеты?

37. Можно ли на вас положиться?

38. Занимаетесь ли вы самоанализом?

39. Планируете ли вы свою работу на перспективу?

40. Перестраховщик ли вы?

41. Бескомпромиссны ли вы?

42. Можете ли вы дружить с теми, кто вам не по нраву?

43. Всегда ли вы выполняете свои обещания?

44. Можете ли вы говорить о вещах, в которых ничего не понимаете?

45. Соглашаетесь ли вы всегда и во всем с руководством?

Для выяснения общего результата необходимо определить процент ответов, которые оценены в 1 балл. Он покажет общую склонность к риску. Далее подсчитайте:

1) Степень решительности характера, на которую указывает доля оценок в 1 балл, полученных при ответах на вопросы 1, 2, 7, 9, 10, 27, 30, 54,40.

2) Степень безответственности показывает доля оценок в 1 балл при ответах на вопросы: 1, 2, 9, 14, 20, 23, 25, 29,40.

3) Склонность к стратегии, которую характеризуют аналогичные ответы на вопросы: 11, 12, 13,16, 23, 24, 28, 35, 39.

4) Интуитивность в принятии решений, о склонности к которой свидетельствует процент ответов с оценкой в 1 балл на вопросы: 6, 10, 15, 16, 18,21,23, 26, 28.

5) Способность к творчеству и оригинальным решениям, которая определяется долей таких оценок при ответах на вопросы: 1, 3, 17, 20, 22, 23, 30, 32, 35.

Проявите инициативу и по своему усмотрению выполните анализ, сделайте выводы. Степень проявления свойств в пределах 35-65 % следует признать нормальной.

Тест на проверку Вашей организованности (разработка О.С. Виханского)

Этот тест может служить не только для проверки личной организованности, но и средством, побуждающим к выработке организационных навыков и привычек. На каждый из предлагаемых вопросов выберите только один вариант ответа. Затем по ключу, который помещен в конце теста, зайдите количественные оценки выбранных вариантов ответов. Далее, сложите все оценки и полученную сумму соотнесите с оценками результата, которые даны после ключа к тесту.

1. Имеются ли главные цели в жизни, к достижению которых вы стремитесь:

а) у меня есть такие цели;

б) разве можно иметь какие-то цели, ведь жизнь так изменчива;

в) у меня есть главные цели, и я подчиняю свою жизнь их достижению;

г) цели у меня есть, но моя деятельность мало способствует их достижению.

2. Составляете ли вы план работы на неделю, используя для этого еженедельник, специальный блокнот и т. д.:

а) да;

б) нет;

в) не могу сказать ни «да», ни «нет», так как держу главные дела в голове, а план на текущий день в голове или на листке бумаги;

г) пробовал составлять план, используя для этого еженедельник, но потом понял, что это ничего не дает;

д) составлять планы это игра в организованность.

3. «Отчитываете» ли вы себя за невыполнение намеченного на неделю, на день:

а) «отчитываю» в тех случаях, когда вижу свою вину, лень или неповоротливость;

б) «отчитываю», несмотря ни на какие субъективные или объективные причины;

в) сейчас и так все ругают друг друга, зачем же еще «отчитывать» самого себя;

г) придерживаюсь такого принципа: что удалось сделать сегодня хорошо, а что не удалось выполню, может быть, в другой раз.

4. Как вы ведете свою записную книжку с номерами телефонов деловых людей, знакомых, родственников:

а) я хозяин(ка) своей записной книжки. Как я хочу, так и веду записи телефонов, фамилий, имен. Если понадобится номер телефона, то я обязательно найду его;

б) часто меняю записную книжку с записями телефонов, так как нещадно их «эксплуатирую». При переписывании телефонов стараюсь все сделать «по науке», однако при дальнейшем пользовании вновь сбиваюсь на произвольную запись;

в) записи телефонов, фамилий, имен веду «почерком настроения».Считаю, что были бы записаны номер телефона, фамилия, имя, а на какой странице записаны и как не имеет значения;

г) используя общепринятую систему в соответствии с алфавитом, записываю фамилию, имя, номер телефона, а если нужно, то и дополнительные сведения.

5. Вас окружают вещи, которыми вы часто пользуетесь. Каковы ваши принципы расположения вещей:

а) каждая вещь лежит где попало;

б) придерживаюсь принципа: каждой вещи свое место;

в) периодически навожу порядок в расположении вещей, предметов. Затем кладу их куда придется. Спустя какое то время опять навожу порядок;

г) считаю, что этот вопрос не имеет никакого отношения к самоорганизации.

6. Можете ли вы по истечении дня сказать, где, сколько и по каким причинам вам пришлось напрасно терять время:

а) могу сказать о потерянном времени;

б) могу сказать только о месте, где было напрасно потеряно время;

в) если бы потерянное время обращалось в деньги, тогда бы я считал его;

г) не только хорошо представляю, где, сколько и почему было потеряно времени, но и изыскиваю приемы сокращения потерь в тех же самых ситуациях.

7. Как вы действуете, если на совещании (собрании) начинается переливание из пустого в порожнее:

а) предлагаю обратить внимание на существо вопроса;

б) на любом совещании или собрании бывает и что-то нужное, и что-то пустое. В чередовании того и другого проходит совещание или собрание. И ничего тут не поделаешь приходится слушать;

в) погружаюсь в «небытие»;

г) начинаю заниматься теми делами, которые взял с собой, зная, что будет переливание из пустого в порожнее.

8. Вам предстоит выступить с докладом. Придаете ли вы значение не только содержанию доклада, но и его продолжительности?

а) придаю самое серьезное внимание содержанию доклада. Думаю, что продолжительность нужно определять лишь приблизительно. Если доклад интересен, следует давать время, чтобы его закончить;

б) уделяю в равной степени внимание содержанию и продолжительности доклада, а также его вариантам в зависимости от времени.

9. Стараетесь ли вы использовать каждую минуту для выполнения задуманного?

а) стараюсь, но у меня не всегда получается в силу личных причин(упадок сил, плохое настроение и т. п.);

б) не стремлюсь к этому, так как считаю, что не нужно быть мелочным в отношении времени;

в) зачем стремиться, если время все равно не обгонишь;

г) стараюсь, несмотря ни на что.

10. Какую систему фиксации поручений, заданий вы используете:

а) записываю в своем еженедельнике, что выполнить и к какому сроку;

б) фиксацию наиболее важных дел произвожу в своем еженедельнике. «Мелочь» пытаюсь запоминать. Если забываю о «мелочи», то не считаю это недостатком;

в) стараюсь запоминать поручения, задания и просьбы, так как это тренирует память. Однако должен признаться, что память часто подводит меня;

г) придерживаюсь принципа «обратной памяти»: пусть помнит о поручениях и заданиях тот, кто их дает. Если дело важное, о нем не забудут и вызовут меня для срочного исполнения.

11. Точно ли вы приходите на деловые встречи, собрания, совещания, заседания:

а) прихожу раньше на 5 - 7 минут;

б) прихожу вовремя, к началу мероприятия;

в) как правило, опаздываю;

г) всегда опаздываю, хотя пытаюсь прийти раньше или вовремя;

д) мне нужно помочь научиться не опаздывать.

12. Какое значение вы придаете своевременности выполнения заданий, просьб, поручений:

а) считаю, что своевременность выполнения один из важных показателей умения работать. Она хороша тем, что никого не подводит, но мне кое-то всегда не удается выполнить вовремя;

б) своевременно выполнить что-либо это верный шанс получить новое задание или поручение. Исполнительность всегда своеобразно наказывается, поэтому лучше немного затянуть выполнение задания;

в) предпочитаю поменьше рассуждать о своевременности, а выполнять задания и поручения в срок.

13. Вы пообещали что-то сделать или чем-то помочь другому человеку. Но обстоятельства изменились таким образом, что выполнить обещанное затруднительно. Как вы будете себя вести:

а) сообщу об изменении обстоятельств и невозможности выполнить обещанное;

б) постараюсь сказать, что обстоятельства изменились и выполнить обещанное затруднительно, но одновременно скажу, что не нужно терять надежду;

в) буду стараться выполнить обещанное. Если выполню хорошо, аесли нет объясню причины невыполнения;

г) ничего не обещаю человеку, но выполню обещанное во что бы тони стало.

Оценка ответов в баллах берется по таблице.

Номер вопроса	Оценка ответов, баллы				
	а	б	в	г	д

1	4	0	6	2	
2	6	0	3	0	0
3	4	6	0	0	
4	0	0	0	6	
5	0	6	0	0	
6	2	1	0	6	
7	3	0	0	6	
8	2	6			
9	3	0	0	6	
10	6	1	1	0	
11	6	6	0	0	0
12	3	0	6		
13	2	0	0	6	

Оценка результатов:

72-78 баллов. Вы организованный человек. Но не останавливайтесь на достигнутом. Организованность дает наибольший эффект тому, кто считает ее ресурсы неисчерпаемыми.

63-71 балл. Организованность неотъемлемая часть работы. Но самоорганизацию вам следует улучшить.

Менее 63 баллов. Организованность не постоянное ваше качество. Вам необходимо проанализировать свои действия, затраты времени, технику работы. Чтобы стать организованным человеком, нужны воля и упорство.

Тест на проверку уровня Вашей конкурентоспособности (разработка профессора Н.П. Беляцкого)

Предлагается выбрать один из пяти альтернативных вариантов ответа на каждый из поставленных вопросов.

1.Я знаю, чего хочу и чего могу добиться в ближайшие два – три года:

а) да;
б) скорее, да;
в) трудно сказать;
г) скорее, нет;
д) нет.

2.*Я* ценю деловых, практичных и предприимчивых людей:

а) да;
б) скорее, да;
в) трудно сказать;
г) скорее, нет;
д) нет.

3.Я знаю, в какой сфере деятельности смогу прилично заработать:

а) да;
б) скорее, да;
в) трудно сказать;
г) скорее, нет;

д) нет.

4. У меня хватает энергии, чтобы довести дело до конца:
а) да;
б) скорее, да;
в) трудно сказать;
г) скорее, нет;
д) нет.

5. Я устаю после работы:
а) да;
б) скорее, да;
в) когда как;
г) довольно часто;
д) очень часто.

6. Мои родители и учителя считали меня старательным и приличным:
а) да;
б) чаще всего;
в) когда как;
г) скорее всего, нет;
д) нет.

7. Мне удается при, казалось бы, неразрешимой проблеме найти неожиданно простое решение:
а) да;
б) чаще всего;
в) когда как;
г) сравнительно редко;
д) нет.

8. Я быстро осваиваю новые виды деятельности:
а) да;
б) чаще всего;
в) когда как;
г) не всегда;
д) нет.

9. Я часто бываю инициатором нововведений в нашей фирме, в нашем коллективе:
а) да;
б) чаще всего;
в) иногда;
г) очень редко;
д) нет.

10. Я способен идти на риск, даже если шансы на успех невелики:
а) да;
б) скорее, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

11. Мои друзья считают меня человеком решительным:
а) да;
б) скорее, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

12. Покупая дорогую, но необходимую вещь, я принимаю решение сам, полагаясь на свой вкус:
а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) часто советуюсь;
д) советуюсь практически всегда.

13. Я высказываю свое мнение, даже если оно комуто не нравится:
а) да;
б) скорее, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

14. В дискуссиях и спорах мне удается настоять на своем:
а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) не часто;
д) нет.

15. Принимая ответственное решение, я полагаюсь только на себя ини с кем не советуюсь:
а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) часто советуюсь;
д) всегда советуюсь.

16. В кругу друзей мне нравится и удается быть душой компании:
а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) иногда;
д) нет.

17. Мне легко удается установить контакт с новыми для меня людьми:
а) да;
б) сравнительно часто;
в) когда как;
г) редко;
д) нет.

18. Я предпочитаю брать на себя ответственность руководить людьми, чем подчиняться кому-либо:

а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

19. Я систематически занимаюсь самообразованием, саморазвитиемсвоих личностных качеств:

а) да;
б) периодически;
в) когда как;
г) сравнительно редко;
д) нет.

20. Я веду дневник, где планирую свои дела, анализирую свои промахи и ошибки:

а) да;
б) часто;
в) периодически;
г) очень редко;
д) нет.

21. Если я чего-то добился, то благодаря самообразованию, саморазвитию:

а) да;
б) скорее всего, да;
в) ответить затрудняюсь;
г) скорее всего, нет;
д) нет.

22. Вечером после рабочего дня засыпаю:

а) очень быстро;
б) сравнительно быстро;
в) когда как;
г) иногда страдаю бессонницей;
д) часто страдаю бессонницей

23. Если мне кто-то нагрубит, то я быстро забываю об этом:

а) да;
б) скорее, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

24. Я стремлюсь, и мне удается не втягивать себя в конфликты:

а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

25. Считают ли вас друзья, коллеги по работе человеком «с перспективой» (в плане профессионального роста):

а) да;
б) скорее, да;
в) кто как;
г) скорее, нет;
д) нет

26. Как часто вы участвуете в дискуссиях, семинарах, конференциях:

а) часто;
б) сравнительно часто;
в) периодически;
г) редко;
д) не участвую.

27. В профессиональном плане (в плане профессионального самоопределения и повышения квалификации) в последние два – четыре года я имею продвижение:

а) да;
б) скорее всего, да;
в) трудно сказать;
г) скорее всего, нет;
д) нет.

28. Я считаю, что любую работу нужно делать качественно или не делать вообще:

а) да;
б) чаще всего, да;
в) не любая работа требует одинаковой тщательности;
г) мне не все в равной степени удается делать качественно;
д) делаю все быстро, но недостаточно качественно.

29. Я могу одну и ту же работу неоднократно переделывать, внося качественные изменения:

а) да;
б) чаще всего, да;
в) когда как;
г) скорее, нет;
д) нет.

30. Были ли у вас случаи, чтобы выполненную работу ваш руководитель попросил переделать:

а) такого я не припомню;
б) очень редко;
в) периодически;
г) сравнительно часто;
д) очень часто.

Варианты ответов оцениваются следующим образом: а 5 баллов; б 4 балла; в 3 балла; г 2 балла; д 1 балл. Результаты оцениваются по следующей таблице.

Сумма баллов	Уровень конкурентоспособности менеджера
30-42	Очень низкий
43-57	Низкий

58-70	Ниже среднего
71-83	Чуть ниже среднего
84-96	Средний
97-109	Чуть выше среднего
110-122	Выше среднего
123-137	Высокий
138-150	Очень высокий

ТРЕНИНГ ПО СОЗДАНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ЕДИНИЦ

Задания тренинга 1

Задание 1.

Юридическое лицо планирует организовать коммерческую структуру со статусом общества с дополнительной ответственностью совместно с партнером юридическим лицом. Сфера деятельности – общественное питание (кафе-бар).

Предусмотрите необходимые шаги действий и зарегистрируйте предприятие.

Пример выполнения упражнения тренинга:

Шаги алгоритма:

1. Установить круг учредителей;
2. Разработать учредительные документы;
3. Получить лицензию (при необходимости);
4. Пройти процедуру государственной регистрации;

Реализация шагов алгоритма:

а) обращение к партнеру с предложением совместно осуществлять предпринимательство в статусе коммерческой организации;

б) при положительном ответе совместная оценка экономической ситуации и установление уровня затрат, необходимых для организации дела.

в) заключение учредительного договора с принятием на себя учредителями обязанностей по организации дела и подготовке к регистрации юридического лица;

г) составление проекта устава общества;

д) проведение учредительного собрания с принятием устава (единогласно) и избранием органов юридического лица.

е) подготовка копий учредительных документов, их нотариальное удостоверение;

ж) согласование наименования организации и определение ее местоположения, получение при необходимости лицензии;

з) внесение требуемой доли средств в уставный капитал;

и) уплата государственной пошлины за регистрацию;

к) подача документов в орган по регистрации;

л) получение свидетельства о госрегистрации, регистрации в налоговой инспекции, в фонде социальной защиты, в органах статистики, госстраха;

м) получение в налоговом органе книги жалоб и предложений;

н) согласование с местными органами власти и управления графика работы учреждения.

Задание 2. Гражданин Х, зубной техник по специальности, намерен осуществлять протезирование в статусе индивидуального предпринимателя. Что он должен сделать для реализации своего замысла?

Задание 3. Гражданка М. массажист высокой квалификации, предлагает руководству фирмы «Салон красоты» создать совместную фирму с целью оказания нового вида услуг силами малого предприятия, используя помещение, принадлежащее салону. Проведите регистрацию фирмы.

Задание 4. Гражданин И. желает организовать пассажирские перевозки на городских маршрутах на собственном микроавтобусе. Подготовьте необходимые документы для получения права заниматься перевозками пассажиров.

Задание 5. Гражданин А. планирует открыть часовую мастерскую, придав юридическому лицу статус общества с ограниченной ответственностью. Зарегистрируйте организацию.

Задание 6. Группа студентов решила организовать продажу товаров импортного производства на рынке. Определите их статус и получите право на занятие деятельностью.

Задание 7. Индивидуальный предприниматель, имеющий свидетельство о регистрации, изменяет профиль своей деятельности. Каковы его действия?

Задание 8. Инженер по специальности желает создать малое предприятие при деревообрабатывающем цехе по производству деревянных нестандартных изделий. Производственное помещение, оборудование арендует у предприятия. Зарегистрируйте малое предприятие.

Задания тренинга 2

Задание 1. Фирма «Автосервис», осуществляющая ремонт автомобилей, планирует создать малое предприятие автосервиса в районе резко возросшего спроса на этот вид обслуживания владельцев легковых автомобилей. Предложите структуру предприятия.

Задание 2. В новом микрорайоне с численностью населения 30 тыс. жителей предусматривается организация химчистки. Предложите тип и модель производственной структуры.

Шаги алгоритма	Реализация шагов алгоритма
I. Оценить масштабы производства работ или услуг	1. Анализ ситуации. Обращения граждан показывают, что требуется выполнение кузовных работ, ремонт электрооборудования автомобилей, диагностика двигателя, ходовой части, необходима мойка, покраска и обработка автомобилей против коррозии. 2. Необходимо иметь расходный запас деталей, запасных частей, инструмента, техническое оборудование.
II. Оценить сложность продукции	1. Выполнение заказов по маркам отечественного производства. 2. Выполнение заказов по маркам зарубежного производства.
III. Определить целесообразный тип производственной структуры предприятия	1. Осуществление перечисленных выше работ относится к основным производственным процессам. Участок сварочных работ относится к вспомогательному производству. Автомойка составляет группу обслуживающих производств. 2. Кузовным работам, цеху покраски и автомойки свойственен технологический тип, ремонту электрооборудования и ходовой части предметный тип производственной структуры.
IV. Составить проект производственной и организационной структур	1. Создаются участки кузовных работ, ремонта электрооборудования, ходовой части, окраски и мойки. 2. Для сварочных работ оборудуется рабочее место на участке кузовных работ.

Задание 3. В районе массового жилищного строительства создана организация по выполнению отделочных и ремонтных работ в жилых домах. Предложите производственную и организационную структуры управления.

Задание 4. Индивидуальный предприниматель осуществляет мелкорозничную торговлю продуктами питания на нескольких мелкооптовых рынках, арендуя торговые роллеры. Разработайте проект организационной структуры.

Задание 5. Мастерская бытового обслуживания выполняет заказы в микрорайоне с населением 50 тыс. человек по мелкому ремонту обуви, одежды, химической чистке предметов домашнего обихода. Разработайте проект производственной и организационной структур предприятия.

Задание 6. Торговое предприятие «Дионис» имеет в своем составе 8 продовольственных магазинов, цех по изготовлению хлебобулочных изделий, печенья, пряников. Что бы вы предусмотрели в организационной структуре фирмы?

Задание 7. Частное автопредприятие на 20 микроавтомобилях осуществляет перевозку пассажиров по 5 городским и 4 загородным маршрутам в две смены. Предложите производственную и организационную структуры транспортного предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные правовые акты:

1. Конвенция Международной Организации Труда от 9 июля 1948 г. N 87 Относительно свободы ассоциаций и защиты права на организацию// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 30 марта 2005 г. N 3/1687
2. Конвенция Международной Организации Труда от 1 июля 1949 г. N 98 Относительно применения принципов права на организацию и заключение коллективных договоров// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 30 марта 2005 г. N 3/1689
3. Конвенция Международной Организации Труда от 21 июня 1976 г. N 144 О трехсторонних консультациях для содействия применению международных трудовых норм // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 15 ноября 2002 г. N 3/515
4. Конвенция Международной Организации Труда от 19 июня 1981 г. N 154 О содействии коллективным переговорам// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 15 ноября 2002 г. N 3/516
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 07.12 1998 г. N 218-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь
6. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь от 22 июня 2001 г. N 37-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 26 июня 2001 г. N 2/780
7. Трудовой кодекс Республики Беларусь от 26 июля 1999 г. N 296-З// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 27 июля 1999 г. N 2/70
8. Закон Республики Беларусь Об экономической несостоятельности (банкротстве) от 13 июля 2012 г. N 415-з // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 24 июля 2012 г. N 2/198
9. Закон Республики Беларусь О поддержке малого и среднего предпринимательства от 01 июля 2010 г. N 148-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 06 июля 2010 г. N 2/1703
10. Декрет Президента Республики Беларусь 16 января 2009 г. N 1 О государственной регистрации и ликвидации (прекращении деятельности) субъектов хозяйствования) (в ред. Декрета Президента Республики Беларусь от 01.03.2010 N 3) // Нац. реестр

правовых актов Респ. Беларусь 19 января 2009 г. N 1/10418

11. Указ Президента Республики Беларусь от 21 мая 2009 г. N 255 О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 25 мая 2009 г. N 1/10713

12. Указ Президента Республики Беларусь от 12 ноября 2003 г. N 508 О некоторых вопросах экономической несостоятельности (банкротства) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 14 ноября 2003 г. N 1/5085

13. Указ Президента Республики Беларусь от5 мая 1999 г. N 252 О Национальном совете по трудовым и социальным вопросам // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 7 мая 1999 г. N 1/325

14. Указ Президента Республики Беларусь от 15 июля 1995 г. N 278 О развитии социального партнерства в Республике Беларусь// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 23 февраля 2001 г. N 1/2095

15. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 4 июня 1997 г. N 640 Об инкубаторах малого предпринимательства в Республике Беларусь// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 21 августа 2001 г. N 5/7201

16. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 декабря 2004 г. N 1590 Об утверждении правил бытового обслуживания потребителей// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 20 декабря 2004 г. N 5/15304

17. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 31 августа 2005 г. N 158 Об утверждении правил по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов// Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 3 октября 2005 г. N 8/13184

18. Об утверждении положения о порядке согласования наименований коммерческих и некоммерческих организаций: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 5 февраля 2009 г. N 154 Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 11 февраля 2009 г. N 5/29271

19. О согласовании наименований юридических лиц: Постановление Министерства юстиции Республики Беларусь от 5 марта 2009 г. N 20 (в ред. постановлений Минюста от 02.07.2009 N 51от 14.05.2010 N 31) // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь 11 марта 2009 г. N 8/20603

Основная:

1. Алейников, Анатолий Николаевич. Как начинают бизнес: Учеб. пособие: Для студентов экон. специальностей / А.Н.Алейников. - Мн.: Бел. гос. экон. ун-т, 2001. - 111.

2. Асаул, Анатолий Николаевич. Организация предпринимательской деятельности: учебник для высших учебных заведений, по специальности 060800 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям) / А.Н.Асаул. - Москва и др.: Питер, 2005. – 367.

3. Бусыгин, Анатолий Вячеславович. Предпринимательство: Учеб. для вузов по специальностям "Менеджмент" и "Нац. экономика" / А.В.Бусыгин. - М.: Дело, 2001. - 638.

4. Витко Ф.П. Организация предпринимательской деятельности. Учебно-методическое пособие/Минск - ГИУСТ. 2011 - 304

5. Казанцев А.К., Крупанин А.А. Менеджмент в предпринимательстве, учебное пособие. М – ИНФРА – М 2003.

6. Лапуста, Михаил Григорьевич. Предпринимательство: учебник по управленческим дисциплинам / М. Г. Лапуста. - Москва: Инфра-М, 2009. – 607.

7. Менеджмент малого бизнеса: для студентов, обучающихся по специальности 061100 "Менеджмент организации" / [В. Н. Глумаков и др.]. - Москва: Вузовский учебник: ВЗФЭИ, 2007.

8. Предпринимательский менеджмент / Белорусский государственный университет, [Факультет управления и социальных технологий], Государственный институт управления

и социальных технологий, Кафедра экономики и управления бизнесом: учебно-методический комплекс. - Минск: ГИУСТ, 2004. - 127.

9. Предпринимательство: учебник: для высших учебных заведений по специальностям экономики и управления (060000) / [В. Я. Горфинкель и др.]. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.– (Золотой фонд российских учебников).

10. Шинкевич, Наталья Виловна. Предпринимательская деятельность на предприятии: учебно-методический комплекс / Н. В. Шинкевич. - Минск: Издательство МИУ, 2009.

Дополнительная:

1. Большой экономический словарь: 26500 терминов / [авторы и составители: А. Н. Азрилиян и др.]. - Москва: Институт новой экономики, 2008.

2. Бочаров П. П. Финансовая математика / П. П. Бочаров, Ю. Ф. Касимов. М., 2002.

3. Быкова Е. В., Стоянова Е. С. Финансовое искусство коммерции / Е. В. Быкова, Е. С. Стоянова. М.: Перспектива, 1995.

4. Виссема, Ханс. Стратегический менеджмент и предпринимательство: Возможности для будущего процветания: Пер. с англ. / Ханс Виссема. - М.: Финпресс, 2000. - 271 с. – (Серия "Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом").

5. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. Изд. "Цитадель", г. Москва, 1998 г.

6. Кадзума Татеиси. Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена / Калзума Татеиси. М., 1990.

7. Кирцнер, Израэл М. Конкуренция и предпринимательство / Израэл М.Кирцнер. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001

8. Классики менеджмента/под ред. М. Уортнера/пер. с англ. под ред. Ю.Н. Кутуревского. – СПб. Питер, 2001.

9. Комментарии к Трудовому кодексу Республики Беларусь. — Минск: Амалфея, 2000.- С. 843-851.

10. Лоренц Р. Оценка альтернатив и групповое решение многокритериальных задач / Р. Лоренц // Проблемы теории и практики управления. 1993. № 3.

11. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес план. Учебно-практическое пособие. – М.: “Изд-во ПРИОР”, 2000.

12. Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом / Николас К.Сирополис. М. Дело. 1997.

13. Практикум по экономико-правовым и организационным основам предпринимательства: Учеб. пособие / А.Н.Тур, П.И.Бригадин, А.А.Скорбеж и др.. - Мн.: Тэхналогія, 2001. - 187 с. – (Серия "Современное экономическое образование").

14. Предпринимательство БСПН. Бизнес-среда / Л.К.Злотников и др.. - Минск, 2005.

15. Предпринимательство в Беларуси: опыт становления и перспективы развития: материалы VI Международной научно-практической конференции, г. Минск, 15 апреля 2009 г.: в 2 ч. / Министерство образования Республики Беларусь, Частное учреждение образования "Институт предпринимательской деятельности". - Минск: Белорусский государственный педагогический университет, 2009.

16. Предпринимательство в Республике Беларусь / [Г.В.Германович, Н.К.Мельников, С.Ф.Пятинкин и др.. - Мн.: НИЭИ Минэкономики Респ. Беларусь, 2004.

17. Разумнова И. И. Мелкие фирмы в США: экономика и управление / И. И. Разумнова. М,, 1988.

18. Роберт М. Фалмер. Энциклопедия современного управления / Роберт М. Фалмер - М., 1991.

19. Сенька А. Я, Крум Э. В. Развитие предпринимательства в Республике Беларусь: Опыт, проблемы, обеспечение безопасности / А. II. Сенько и др. Мн.: УП "Технопринт", 2002.

20. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: [перевод с английского] / Адам Смит. - Москва: Эксмо, 2009.

21. Финансовое искусство предпринимателя / Под ред. Е. С. Стояновой М., 1992.

22. Хизрич Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Пер.с англ. / Общ.ред.В.С.Загашвили. - М.: Прогресс-Универс, 1993.

23. Хойер В. Как делать бизнес в Европе / В. Хойер. М., 1990.

24. Хоскипг А. Курс предпринимательства / А. Хоскинг. М., 1990.

25. Шерр И. Ф. Учение о торговле / И. Ф. Шерр. М., 1993.

26. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / перевод с немецкого В.С. Автономова и др. – Москва, Прогресс 1982.

27. Экономика и проблемы управления: сборник научных трудов / Частный институт управления и предпринимательства. - Минск: Частный институт управления и предпринимательства, 2006.

28. Экономика предпринимательства: Курс лекций: Учеб пособие. – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999.

Интернетресурсы

1. http://www.economy.gov.by/

2. http://belstat.gov.by/

3. http://www.pravo.by/

4. http://bspn.nsys.by/

5. http://svoedelo.by/