

**МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ,
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ
ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
«РЕСПУБЛИКАНСКИЙ БИЗНЕС-ИНКУБАТОР
ПО ПОДДЕРЖКЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
И СОДЕЙСТВИЮ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ»
МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ,
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛИ ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

КАК НАЧАТЬ СОБСТВЕННОЕ ДЕЛО

Информационное издание
для школьников и студентов

г. Чебоксары – 2012 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1. БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	5
1.1. Понятие бизнеса	5
1.2. Что такое предпринимательство и кто такой предприниматель.....	7
1.3. История развития предпринимательства.....	10
2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В БИЗНЕСЕ И ПОИСК БИЗНЕС-ИДЕЙ.....	17
2.1. Поиск бизнес-идей	17
2.2. Успешная бизнес-идея.....	19
2.3. Основы выбора вида предпринимательской деятельности	19
2.4. Факторы, учитываемые при выборе вида хозяйственной деятельности.....	20
2.5. Сферы предпринимательской деятельности.....	21
2.6. Где разместить свой бизнес	23
2.7. Где взять деньги на свой бизнес	23
2.8. Знания по бизнесу	24
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	26
3.1. В какой организационно-правовой форме учредить малое предприятие	26
3.2. Индивидуальный предприниматель.....	27
3.3. Хозяйственные общества	28
3.4. Хозяйственные товарищества.....	31
3.5. Производственные кооперативы	33
4. БИЗНЕС-ПЛАН.....	36
4.1. Почему необходимо составлять бизнес-план	36
4.2. Структура бизнес-плана	37
5. ФИНАНСЫ ФИРМЫ.....	43
5.1. Основные сведения и рекомендации	43
5.2. Инструменты прямого финансирования	44
5.2.1. Собственные финансовые средства	44
5.2.2. Банковское кредитование.....	45
5.2.3. Микрокредитование.....	47
5.2.4. Лизинг	47
5.3. Инструменты косвенного финансирования	49
5.3.1. Увеличение уставного капитала или эмиссия акций	49
5.3.2. Кредиты поставщиков и покупателей.....	49

5.3.3. Налоговый кредит	49
5.3.4. Венчурное финансирование.....	50
5.4. Стартовый капитал.....	50
5.5. А может пересмотреть ваши финансовые потребности?	52
6. МЕНЕДЖМЕНТ.....	54
6.1. Понятие менеджмента	54
6.2. Цели организации	54
6.3. Основные функции управления	55
6.4. Методы менеджмента.....	57
6.5. Руководство, лидерство, власть.....	58
6.6. Управление персоналом	58
7. МАРКЕТИНГ	61
7.1. Понятие маркетинга. Этапы маркетинга	61
7.2. Основные сферы маркетинга	62
7.3. Ключевые элементы маркетинга: товар, цена, местоположение, продвижение	64
8. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ	73
8.1. Сущность бухгалтерского учета.....	73
8.2. Налоги	78
8.3. Виды налогов.....	79
9. ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	92
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	93
ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ	95



ВВЕДЕНИЕ

Дорогие старшекласники и студенты!

Решая насущные проблемы сегодняшнего дня, мы думаем о том, какой станет наша республика завтра, и убеждены: процветание Чувашии и страны в целом, благосостояние всех россиян немислимо без становления предпринимательства, без инициативных и предприимчивых людей, к которым я испытываю трепетное отношение.

Рад, что вы почувствовали жизненную потребность самостоятельно обеспечить свою социальную защищённость и уже приступили к овладению знаниями, умениями, навыками и методами ведения бизнеса, необходимыми молодым предпринимателям.

Я уверен, что каждый молодой человек при желании, овладении определёнными знаниями и постоянном их совершенствовании сможет создать и развивать свой бизнес. Лелею надежду, что вы укрепились в своей склонности и способности к этому способу жизни – ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ. И уже не за горами то время, когда вы вольётесь в плеяду новых талантливых бизнесменов и менеджеров Чувашской Республики.

Желаю вам дальнейших успехов на этом пути!

Министр экономического
развития, промышленности
и торговли Чувашской
Республики

А.П. Табаков

Практически всегда существует сильная взаимосвязь между членом вновь открывающихся мелких бизнесов и экономическим здоровьем общества.

П. Джонсон

1. БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

1.1 Понятие бизнеса

Решающую роль в эффективном функционировании рыночной экономики играют бизнес и его «носитель» - бизнесмен.

В толковых словарях понятие «бизнес» трактуется как коммерческая деятельность, определяющая способ существования человека и позволяющая ему быть независимым в суждениях и принятиях решений.

Бизнес – это деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению и продаже товаров или оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги с взаимной выгодой заинтересованных лиц или организаций.

Бизнес – это не просто способ существования человека, позволяющий ему делать деньги. Жулики тоже делают деньги, но это не бизнес. Любые действия, расходящиеся с духом и буквой закона, никогда не воспринимались ни населением, ни государством как бизнес. Недаром среди деловых людей Запада большой популярностью пользуется аксиома: «Бизнес, конечно же, не обходится без элементов хитрости и игры, но никогда не имеет дела с воровством».

Человеческая деятельность, которую сегодня называют бизнесом, имеет столь же длительную историю, как и развитие частной собственности и рынка. С того самого момента, как люди получили право самостоятельно распоряжаться принадлежащим им орудиями и предметами труда, начал свой путь и бизнес. Без преувеличения можно сказать, что даже в условиях первобытно-общинного строя человек, сознательно и с выгодой для себя или своей общины обменивавший рыбу на шкуру, сделал бизнес. Пусть примитивный, но все-таки бизнес. Но все вещи в мире проходят эволюцию от примитивно-простого к сложному. И бизнес развивался от примитивных форм до современных сложных образований.

Шло время, проходили века, сменялись общественно-экономические формации, развивалась внутренняя, а после географических открытий и внешняя торговля, менялись и сам человек, его сознание и видение своего места в жизни. Из простого обмена товаров на товар бизнес превратился в довольно разветвленную деятельность, с которой неразрывно

В бизнесе ни один шанс не теряется: если вы его загубили, его отыщет ваш конкурент.

NN

связаны заводы, склады, магазины, банки, биржи, посредники, менеджеры, служащие, рабочие и, наконец, сами владельцы дела, то есть собственно бизнесмены. При этом бизнесом постепенно начала считаться любая деятельность, если она была сознательно направлена на получение дохода при использовании принадлежавшего конкретному лицу капитала.

Некоторые исследователи находят различия между бизнесом и **предпринимательством**. Если бизнес рассматривается ими как средство получения прибыли любым законным способом, то предпринимательство трактуется как способ мышления инициативного человека, который быстро мобилизует имеющиеся у него ресурсы на организацию производства в какой-либо сверхприбыльной сфере или отрасли, тем самым не только повышая прибыльность своего производства, но и ликвидируя дефицит продукции. Предпринимательство по своей сути рисковая, непредсказуемая деятельность, направленная на постоянное преодоление сложившихся стереотипов хозяйствования.

Бизнес настолько важен для общества, что иногда его называют четвертым фактором производства.

Выделяют следующие **виды** бизнеса: производственный, коммерческий, финансовый, посреднический, страховой.

Производственный бизнес распространяется в основном на производство товаров и услуг, подлежащих реализации потребителям. При этом функция производства является для бизнесмена-товаропроизводителя основной, определяющей, тогда как другие сопровождающие производство функции, к примеру, сбыт продукции, играют вторичную роль, служат дополнением основной.

Для осуществления производства бизнесмен-товаропроизводитель должен использовать факторы производства, к которым относят рабочую силу, основные и материальные оборотные средства, информацию.

Коммерческий бизнес характеризуется, прежде всего, тем, что определяющую роль в нем играют торгово-обменные операции; они выражают основное содержание коммерческого бизнеса. Сердцевину этого бизнеса представляют операции и сделки по купле-продаже, то есть по перепродаже товаров и услуг.

Общая схема коммерческого бизнеса во многом аналогична производственному бизнесу. Отличие состоит в том, что в коммерческом бизнесе нет необходимости в

Бизнес – это
сочетание войны
и спорта.

Андре Моура

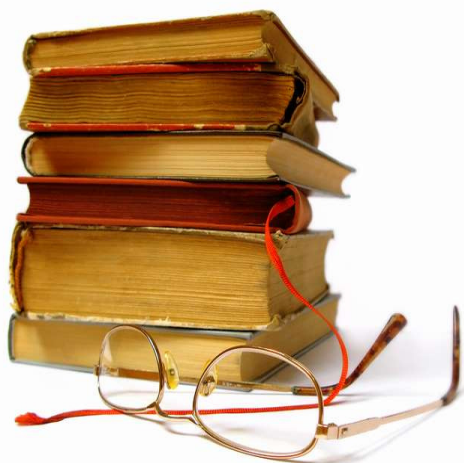
обеспечении производственными ресурсами, связанными с выпусками продукции, ибо приобретаемые материальные ресурсы покупаются бизнесменом в виде готового товара, который затем реализуется потребителю.

Финансовый бизнес представляет собой разновидность коммерческого бизнеса; его выделяют лишь потому, что объектом купли-продажи в этом случае является специфический товар: деньги, валюта, ценные бумаги.

Посреднический бизнес проявляется в том, что бизнесмен-посредник сам не производит и не продает товар, а выступает в роли посредника, связующего звена в процессе товарного обмена.

Страховой бизнес заключается в том, что бизнесмен за определенную плату гарантирует страхователю компенсацию возможной потери имущества, ценностей, жизни в результате непредвиденного бедствия.

1.2 Что такое предпринимательство и кто такой предприниматель?



Знаменитый «Оксфордский словарь по бизнесу» сообщает, что «предприниматель – это частное лицо, которое предпринимает действия по поставке на рынок товаров или услуг ради получения прибыли. Предприниматель принимает на себя весь риск, связанный с капиталовложением».

Современный предприниматель – это инициативный человек, который всегда стремится к чему-то новому, способный рисковать в рыночной конкуренции, нести ответственность за свои действия, до конца идти к намеченной цели.

Неотъемлемой частью предпринимательства признаются новаторство и новизна, которые проявляются в:

- изготовлении нового неизвестного потребителям блага;
- открытии новых способов производства и коммерческого использования уже существующих благ;
- освоении новых рынков сбыта;
- использовании новых источников сырья;

Предприниматель больше других стремится к независимости, любит действие и его результаты, затем он как можно дольше сохраняет свою способность к обновлению.

Ж.-Л. Серван-Шрейбер

- изменении структуры отрасли.

Если обобщить эти высказывания, можно сделать вывод, что **предпринимательство – это особая форма экономической активности, прежде всего интеллектуальная деятельность энергичного и инициативного человека, владеющего полностью или частично какими-то материальными ценностями и использующего их для организации бизнеса, которым управляет.**

Извлекая пользу для самого себя, предприниматель действует на благо общества.

Благодаря предпринимательской деятельности производится основная часть богатства стран мира.

Сегодня под предпринимательством как социально-экономическим явлением имеются в виду:

- ✓ экономическая категория;
- ✓ метод хозяйствования;
- ✓ тип экономического мышления и поведения;
- ✓ образ жизни;
- ✓ профессия;
- ✓ призвание;
- ✓ фактор производства;
- ✓ явление культуры;
- ✓ инструмент социального образования;
- ✓ система нравственно этических ценностей;
- ✓ наука «делать деньги».

Успеха в бизнесе обычно добиваются те, кто одержим идеей, уверен в себе, способен подобрать нужную команду, коммуникабелен. Маловероятно, чтобы успех в бизнесе сопутствовал людям подозрительным, далеким от романтических устремлений, нетерпимым к чужому мнению и не утруждающим себя аналитической работой. И уж точно предпринимательство не для тех, кто ленив и замкнут, кто не любит учиться и пополнять свои знания, кто не способен к творчеству и не обладает фантазией, лишен самолюбия и уважения к себе.

Что нужно знать для того, чтобы заняться предпринимательством.

Конечно же, нужно создать бизнес-идею, выбрать форму предпринимательской деятельности. Но начинать придется с изучения правовых норм и законодательных актов.

**! ПОЛЕЗНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ**

Предприниматели, осуществляющие деятельность, требующую лицензирования, без лицензии или с нарушением лицензионных требований, несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации

NN

На этом этапе вам пригодятся знание следующих источников гражданского права:

- ✓ Конституция Российской Федерации;
- ✓ Гражданский кодекс Российской Федерации;
- ✓ Федеральные законы, которые должны соответствовать гражданскому кодексу;
- ✓ указы Президента Российской Федерации;
- ✓ постановления Правительства Российской Федерации;
- ✓ акты федеральных органов исполнительной власти в форме приказов, инструкций, правил и т.п.;
- ✓ Федеральный закон "О лицензировании отдельных видов деятельности" от 08.08.2001 № 128-ФЗ;
- ✓ Постановление Правительства Российской Федерации от 21.11.2011 № 957 "Об организации лицензирования отдельных видов деятельности";
- ✓ Постановление Правительства РФ от 19 июня 2002 г. №439 «Об утверждении форм и требований к оформлению документов, используемых при государственной регистрации юридических лиц, а также физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей»;
- ✓ Приказ МНС РФ от 03.03.2004 N БГ-3-09/178 "Об утверждении порядка и условий присвоения, применения, а также изменения идентификационного номера налогоплательщика и форм документов, используемых при постановке на учет, снятии с учета юридических и физических лиц".



Лицензирование является рычагом государственного управления в условиях рынка. Лицензирование дает возможность соблюдать баланс интересов как государства, так и предпринимателей и потребителей продукции и услуг. Лицензия – это официальный документ, который разрешает предпринимателю заниматься выбранным видом деятельности, а потребителю дает гарантию, что покупаемый продукт или получаемая услуга отвечает определенным лицензионным требованиям и условиям в течение определенного срока.

*Встарь
богатейшими
странами были те,
природа которых
была наиболее
обильна; ныне
богатейшие страны
те – в которых
человек наиболее
деятелен.*

Г. Бокль

Лицензионные требования и условия гарантируют правовые аспекты регулирования безопасности общества и соблюдения конституционных прав граждан.

1.3 История развития предпринимательства

Предпринимательство имеет давнюю историю, и изучение ее само по себе интересно и полезно. Приведем несколько примеров.

Более двух тысяч лет список бесспорных гениев человечества возглавляет древнегреческий философ Аристотель, который не относился к числу предпринимателей или просто богатых людей. В одной из своих книг он умение наживать состояние называл искусством. Он даже перечислял три «самые существенные исходные части наживать состояние».

Наиболее значительным видом такой деятельности Аристотель считал торговлю, которая, по его словам, «...состоит из трех частей: морская торговля, транзитная и розничная». Они различаются тем, что одни сопряжены с наименьшим риском, другие приносят наибольший барыш.

Вторым видом служит дача денег в рост, а третьим – предоставление своего труда за плату.

Именно в этих трех направлениях развивалось «искусство наживать состояние», пока, наконец, тысячелетия спустя не превратилось в современное умение делать деньги.

Более тысячи лет насчитывает история российского предпринимательства. Начиналось оно с торгового бизнеса, а первые упоминания о купцах в древнерусских летописях относятся к X в. В то время купцами называли горожан, занимавшихся торговлей. Предприниматели в Древней Руси долгое время не были выделены в отдельное сословие. В предпринимательской деятельности могли принимать участие полностью или по «совместительству» все слои общества, включая князей и бояр.

К концу XII в. торговые люди обособливаются в привилегированную группу городского населения, которая выделяется имущественным положением и пользуется поддержкой княжеской власти. К этому же времени относится возникновение в больших городах купеческих сообществ (например, новгородской торговой корпорации, объединявшей крупных торговцев воском).

*Способности –
больше чем
деньги, потому
что их нельзя не
потерять, ни
украсть.*

Наполеон Хилл

Первые деньги для обслуживания торговых сделок появляются лишь в XIV в., а до этого товары на рынках обменивались друг у друга, причем рынки специализировались на определенных товарах.

В древнерусском своде законов немало места уделено предпринимательству. Закон, в частности, строго отличает:

- отдачу имущества на хранение («поклажу») от «займа»;
- простой заем, одолжение по дружбе от дачи денег в рост из определенного условного процента;
- процентный краткосрочный заем от долгосрочного;
- заем от торговой комиссии и вклада в торговое комплексное предприятие из неопределенного барыша или дивиденда.

Первый в России Торговый устав был введен в 1653 г. Современные формы рынка стали зарождаться на рубеже XVII – XVIII вв. в эпоху Петра I.

Наиболее плодотворной была деятельность Петра I по развитию крупной промышленности. За время его царствования в России было создано 200 промышленных предприятий, в том числе 52 предприятия черной и 17 – цветной металлургии, 15 – суконной промышленности, 8 – полотняно-парусной, 9 – шелкоткацкой, 6 – писчебумажной, 14 – кожевенной, 10 – стекольной, 17 – по производству пороха, 23 – лесопильных и т.д.

Русские купцы вели активную торговлю со многими странами. Они успешно теснили своих конкурентов на рынках Китая, Афганистана, Турции, Ирана. Так, в начале XX в. доля половины импорта Ирана приходилось на долю России. Развитие предпринимательства в России носило в значительной степени преемственный характер. Изучение купеческих родов верхневолжских городов показало, что 43% всех купеческих фамилий занимались торгово-предпринимательской деятельностью от 100 до 200 лет, а почти четверть – 200 и более лет.

Среди самых первых русских предпринимателей известны имена тверского купца Афанасия Никитина, ярославского купца Максима Затрапезнова, отца основателя Большой мануфактуры – Ивана Затрапезнова, царского любимца «Демидыча» - Никиты Демидовича, за заслуги в развитии горного дела возведенного в дворянское достоинство под фамилией «Демидов»; горноразведчика Ивана Баташова, купца «Тульской оружейной слободы».

К знаменитым фамилиям предпринимателей следует отнести династию Морозовых, братьев Рябушинских и Прохоровых. «Железнодорожным королем» называли миллионера Петра Губонина.

История развития предпринимательства в Чувашии

В период с 1800 до 1917г. в Чувашии насчитывалось более 200 известных купеческих фамилий. Перечислим только известнейшие: Ефремовы, Осановы, Шемакины, Астраханцевы, Иелевы, Алатырцевы, Войлошниковы, Таврины, Таланцевы, Мараткановы, Игумновы и т.д.

В 1859г. в городе Чебоксары насчитывалось 299 лиц, принадлежавших к купеческому сословию, в 1891 – 87, в 1908 – 33 человека. Это свидетельствует о нестабильном экономическом развитии и падении роли Чебоксар как центра торговли. С другой стороны, жесткую конкуренцию купцам составляли иногородние торговцы, а также мещане и крестьяне.

Купцы, как правило, осуществляли крупную оптовую торговлю на несколько тысяч рублей в год, а также и розничную торговлю. Мещане вели торговлю по свидетельствам мелочного торгога, составляя конкуренцию купцам. В 1902г. по таким свидетельствам торговали 171 человек, в 1908г. – 108 человек. По числу занятых преобладала мелкая торговля. Мещане в надежде разбогатеть при первой же возможности открывали собственные лавчонки, но часто разорялись.

Торговлей занимались и крестьяне, которые приобретали специальные свидетельства (первого, второго и третьего рода).

Четкой границы между купцами и людьми других сословий, занимающихся торговлей, не было. Один и тот же человек в течение жизни мог торговать как крестьянин (по торговому свидетельству), затем записаться в гильдейские купцы, а затем вновь выйти из купеческого сословия. Можно предположить, что разными видами мелкой торговли могли быть заняты и те люди, которые не имели торговых свидетельств.

В настоящее время малый бизнес в Чувашии занимает достаточно прочные позиции, его роль как источника формирования местного бюджета и обеспечения занятости населения значительно повышается.

Внимательно
наблюдайте за
теми, кто впереди
вас, и вы поймете,
почему они
впереди.

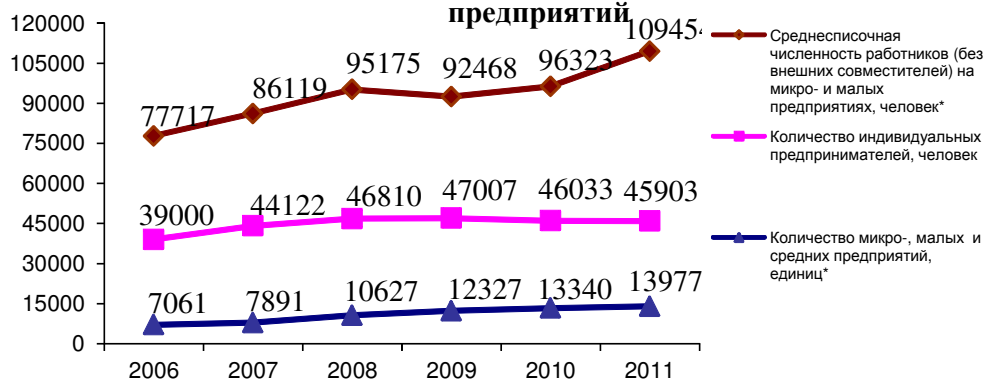
После этого
догоните их.

Наполеон Хилл

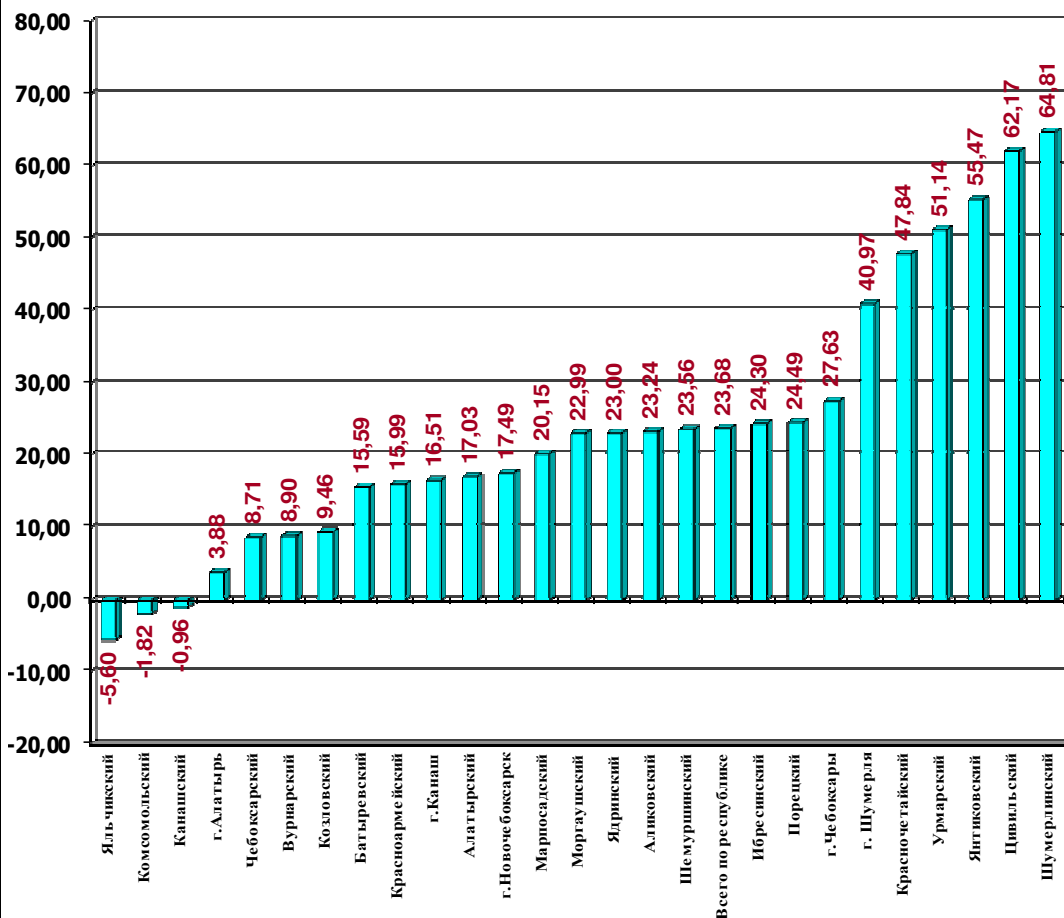
По состоянию на начало 2012 года в Чувашской Республике действует 59,9 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства, из них:

- ✓ 13,9 тыс. микро-, малых и средних предприятий;
- ✓ 45,9 тыс. индивидуальных предпринимателей.

Динамика показателей количества субъектов малого и среднего предпринимательства в Чувашской Республике и численности работников малых предприятий



Прирост налоговых платежей от СМП в консолидированный бюджет Чувашской Республики по итогам 2011 года (по сравнению с 2010 годом, %)



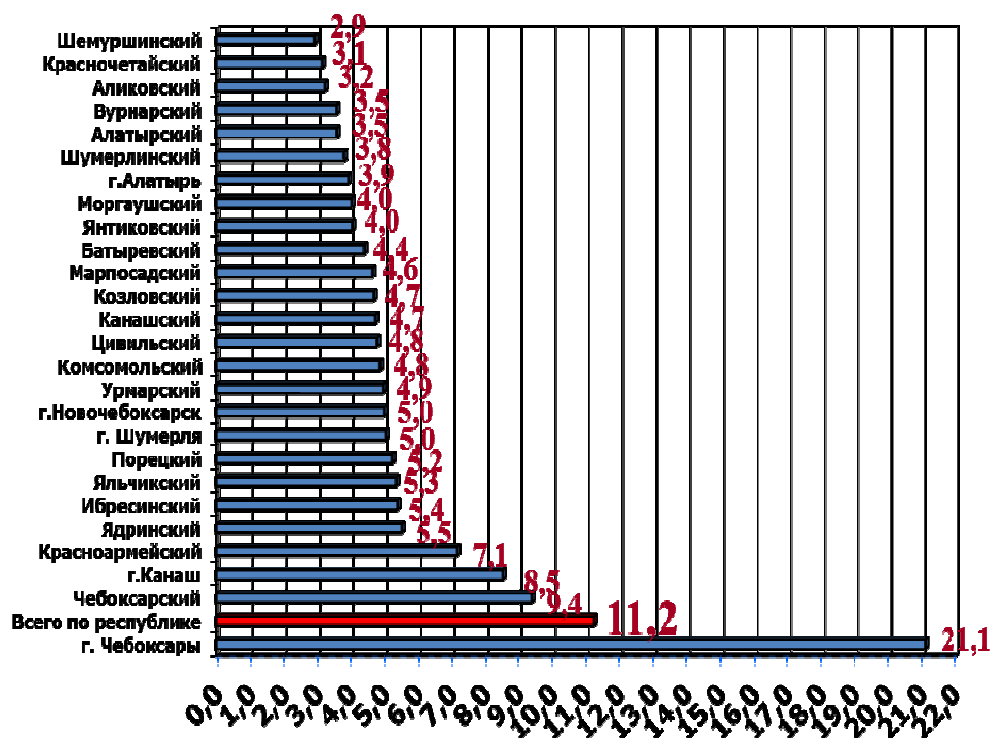
Тот, кто хорошо
подготовился к
сражению,
наполовину победил.

Сервантес

Малый бизнес по Чувашии охватывает практически все отрасли экономики.

Сложившаяся в Чувашской Республике отраслевая структура распределения малых и средних предприятий свидетельствует о развитии предпринимательства преимущественно в сфере торговли и общественного питания (39,0 %). Привлекательность данной сферы объясняется, прежде всего, относительно быстрой окупаемостью вложенных средств, стабильным потребительским спросом. Строительство является одним из секторов экономики, где малые и средние предприятия имеют достаточно сильные позиции – 13,8 %, в обрабатывающем производстве занято 12,6 % от общего числа малых и средних предприятий, в сельском хозяйстве – 4,4 %, на прочих предприятиях – 30,2 %.

Количество малых предприятий в расчете на 1000 человек населения в Чувашской Республике за 2011 г.



Важным показателем развития предпринимательства является показатель «плотности» малых предприятий в муниципальных образованиях республики (в расчете на тысячу человек населения). В Чувашской Республике этот показатель по итогам 2011 года составил 11,2 единицы.

?

1. Ознакомьтесь с личностными качествами и способностями, которые обеспечивают успешность выполнения предпринимательской деятельности. Определите, чем вы уже обладаете, а что вам надо в себе развивать? (отметьте ✓)

Способности:

- организаторские способности;
- руководящие и лидерские способности;
- высокий уровень понятийного мышления;
- хорошие аналитические способности;
- вербальные, ораторские способности (умение ясно и четко выразить свои мысли);
- коммуникативность (умение налаживать отношения с людьми, входить в контакт);
- навыки межличностного взаимодействия (умение работать в группе, способность выполнять деятельность в коллективе);
- способность принимать решения в условиях дефицита времени и информации;
- способность к саморегуляции чувств.

Личностные качества, интересы и склонности:

- стремление к независимости, свободе действий;
- стремление творчески работать, создавать капитал;
- стремление преодолевать и исправлять ошибки, не бояться неудач;
- потребность реализовать свой личностный потенциал;
- готовность к автономной деятельности (умение полагаться на себя и собственные возможности);
- инициативность;
- целеустремленность, амбициозность;
- надежность, обязательность;
- умение прогнозировать, предвидеть ситуацию;
- уверенность в себе, в принимаемых решениях;
- эрудированность;
- умение приспосабливаться к изменяющимся условиям окружающей среды (реагировать на изменения в окружающем мире);
- деловая хватка.

Сделай первый шаг, и ты поймешь, что не так все страшно

Сенека

2. В предпринимательской деятельности препятствуют следующие качества (отметьте ✓):

- низкая самооценка;
- боязнь неудачи, неуверенность в себе;
- конформистское поведение (зависимость от чужой точки зрения, подверженность влиянию извне);
- безынициативность;
- неспособность принимать решения;
- косность (неумение, нежелание изменяться, изменять поведение под влиянием окружающей среды);
- склонность перекладывать ответственность на других.

Оцените себя по этим параметрам.

3. Расскажи о знакомом тебе предпринимателе.

Совет:

Включите ваше воображение и помогите сконцентрировать ваше желание начать свой бизнес. Ищите пути и методы реализации бизнес-идей.

2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В БИЗНЕСЕ И ПОИСК БИЗНЕС-ИДЕЙ

2.1 Поиск бизнес-идей

Существует огромное количество возможностей для бизнеса. Первым шагом к началу своего дела считается создание бизнес-идей. Необходимо четко определиться, в каком направлении вы собираетесь работать. Этот этап не так прост, как может показаться, ведь далеко не всегда выбранная бизнес-идея приводит к удачному результату.



Возможно, вы нашли несколько идей, которые вам действительно понравились, и не можете решить с какой идеей продолжать работать. Поэтому к выбору бизнес-идеи необходимо относиться очень серьезно, ведь не любая бизнес-идея может послужить началом успешного бизнеса.

Постоянный процесс генерации идей и их проверки с целью поиска реальных возможностей должен быть обычной составляющей развития малого бизнеса. При наличии малого количества реальных возможностей необходимо генерировать как можно больше идей.

Определение бизнес-идей



Если вы можете мечтать об этом – вы можете сделать это.

NN

Правильно выбранная бизнес-идея помогает организации расти, достигать высокого уровня на рынке. Только очень опытный предприниматель может достичь больших высот в собственном деле, взяв за основу практически любую идею.

Главная задача на данном этапе – грамотно выбрать бизнес-идею.



От того, насколько успешной окажется ваша бизнес-идея, будет зависеть уровень вашего будущего дохода. Для того, чтобы правильно выбрать успешную бизнес-идею, необходимо проанализировать экономическую обстановку на рынке товаров и услуг. Существуют способы, позволяющие определить, какая из идей может считаться успешной:

- *Испытанное старое*

Существуют бизнес-идеи, которые при современном положении дел на рынке обречены на успех. Чаще всего начинающие предприниматели предпочитают ориентироваться на подобные примеры потому, что этот вид бизнеса существует уже длительное время. Но тот факт, что он успешный и существует достаточно долго, свидетельствует о значительном количестве людей, которые уже им занимаются. Эти бизнесмены сумели занять свою нишу в рыночных отношениях и конкуренция между ними высока. Конкуренция способствует снижению цен, поэтому можно сделать вывод, что такой вид бизнеса нельзя назвать высокоприбыльным.

- *Совершенно новое направление*

Намного перспективнее считается оригинальная бизнес-идея, которая позволит занять свое место на рынке. Если предложить товар, которого никогда никто, кроме вас, не предлагал, но при этом он будет интересен потребителю, то идея будет весьма успешной. Вопросы конкуренции в этом случае не будут отвлекать вас хотя бы первое время. Будьте очень внимательны, отбрасывая те идеи, которые на первый взгляд кажутся нереальными. Чаще всего, приглядевшись внимательнее, среди них вы сможете найти оригинальную.

Само в рот ничего не прыгает – чтобы был результат, нужно обязательно работать самому.

**Александр
Мондрус**

Для предпринимателей самый перспективный бизнес тот, который они понимают

NN

- *Недавно зародившееся*

Можно выбрать вид бизнеса, который появился на рынке сравнительно недавно, но уже зарекомендовал себя как один из успешных. На растущем рынке не так трудно найти место, где конкуренция не слишком высока.

2.2 Успешная бизнес-идея

Любая успешная идея должна выполнять два основных требования, и если эти требования не выполняются - ваша идея не является успешной.

Основные требования, предъявляемые к успешной идее

Высокий уровень
востребованности

Покупатель должен нуждаться в производимом вами товаре, оказанных услугах или понимать, насколько они полезны

Оптимальный уровень
доступности

Покупатель должен быть готов заплатить ту цену, которую вы назначили



Далеко не каждая бизнес-идея может быть подходящей именно для вас. При выборе бизнес-идеи предприниматель должен учитывать свои индивидуальные особенности: увлечения, образование, профессиональные навыки.

2.3 Основы выбора вида предпринимательской деятельности

Принимая решение в выборе вида хозяйственной деятельности, необходимо учитывать одновременно целый ряд факторов: кроме квалификации, желаний и потребностей, во внимание следует принимать имеющиеся средства и возможности, потребности рынка, ограничения или возможные препятствия.

Когда вы не уверены, что обладаете всеми необходимыми для предпринимателя качествами, не огорчайтесь! Научиться можно всему!

NN

Не упустите шанс!
Внимательно наблюдайте, что происходит в вашем окружении!
Помните, что в ответ на потребности рынка вы хотите открыть свое собственное дело!

NN

2.4 Факторы, учитываемые при выборе вида хозяйственной деятельности

• Средства, которыми мы располагаем

Для многих видов предпринимательской деятельности ключевое значение имеют первоначальные средства. Очень часто они определяют как направление, так и сферу осуществляемой деятельности.

Необходимо подумать о том, что у вас есть. Речь идет о средствах, которые являются вашей собственностью, или о тех, доступ к которым не вызовет трудностей. Это могут быть машины, установки, инструменты, технологии, помещения, земельные участки и т.п.

Следует также учесть то, что, на первый взгляд, трудно было бы использовать в хозяйственной деятельности, например: двор, склад, гараж, подвал.

• Потребности рынка

Для успешного функционирования хозяйственного предприятия очень важно определить потребности рынка.

Процесс покупки товаров состоит из множества разнородных элементов и связан с переплетением большого количества факторов, определяющих поведение покупателей.

Мотором и движущей силой в поведении покупателей являются их потребности. Мы должны предположить появление таких потребностей и вытекающий из них хотя бы минимальный спрос на наши продукты. В противном случае планируемое нами предприятие не имело бы смысла.

Следовательно, необходимо пытаться распознать соответствующие потребности потенциальных потребителей.

• Квалификация и умения, которыми мы обладаем

Чаще всего собственный бизнес возникает в той же области, в которой человек работал прежде. Недаром говорят, что предпринимателями не рождаются – ими становятся. Хотя это не абсолютное правило. Есть немало примеров того, как люди, профессионально подготовленные в одной области, видели перспективы бизнеса в совершенно иной сфере. Но в любом случае каждый **должен делать то, что он может.**

При занятии хозяйственной деятельностью в равной степени важны как материальные средства, так и образование, опыт прежней работы лица, которое намерено начать такую деятельность. Хорошо, когда удастся соединить приятное с полезным, что в нашем случае означает: **делать то, что человек знает.**

Когда перед вами закрывается одна дверь, в этот же самый момент где-то открывается другая.

ММ

- ***Наши увлечения***

Иногда кажется, что нас привлекают совсем новые вещи, которых мы не знаем и еще не умеем делать. Допуская, что самым важным является цель и настойчивое стремление к ее достижению, предлагаем теперь задать себе вопрос, какого рода занятия вас привлекают, захватывают, интересуют. Быть может, при выборе вида предпринимательской деятельности такое рассуждение окажется вполне творческим?

Некоторые люди так сильно увлечены своим хобби, что часто уделяют ему больше времени, чем учебе и непосредственно работе. Есть много примеров, когда эти вроде бы второстепенные интересы приводят к открытию нового дела.

- ***Представительство и франшиза***

Иногда дело бывает новым для вас, а не для общества: оно существует, а вы можете стать либо представителем уже существующей фирмы, либо воспользоваться именем фирмы и ее имиджем.

Существуют различные виды представительства. Например, торговое представительство – связующее звено между производителем и оптовым покупателем товара. Представитель действует от имени фирмы и реализует ее продукт.

Учреждение торгового представительства приносит две выгоды: во-первых, освобождает производителя от организации сбыта продукции, во-вторых, позволяет покупателю такого товара не тратить время на самостоятельный поиск наиболее выгодных источников снабжения.

Франшиза – право ведения собственного дела, полученное от производителя продукции или услуг.

В России примером могут служить, в частности, пункты фотоуслуг «Кодак» и сеть ресторанов фирмы «Макдоналдс».

2.5 Сферы предпринимательской деятельности

Существует множество сфер для предпринимательской деятельности: производство, строительство, торговля, услуги. Хорошо, если вы имеете опыт работы в данной сфере, если же не имеете, придется получить дополнительное образование или воспользоваться услугами консультантов.

Если вы можете себе это представить – вы можете этого достигнуть.

NN

Производство

Понятие производства является довольно емким и охватывает разные области. Производство предлагает рыночные изделия. Часть производителей посвящает себя разработке природных ресурсов, другие производители занимаются переработкой природного сырья, производством товаров народного потребления.

Строительство

Строительная деятельность заключается, прежде всего, в выполнении строительных работ. Это могут быть следующие работы: возведение объектов, выполнение монтажа оборудования, подготовка территории под застройку и различные строительные-отделочные работы.

Торговля

Торговая деятельность заключается в приобретении изделий с целью их перепродажи. В принципе, торговец является посредником между производителем или другим торговцем и покупателем. Торговец не перерабатывает покупаемые предметы, называемые в торговле «товарами», он может выполнять перегрузку товаров, их упаковку, сортировку, разделение и смешивание.

Оптовик продает товары другим торговцам. Розничный торговец продает товары конечным покупателям и пользователям.

Услуги

Услуги – это действия, являющиеся конечным результатом деятельности по оказанию услуг хозяйствующим субъектам в пользу других хозяйствующих субъектов или в пользу населения.

Традиционно услуги делятся на:

- *производственные* – включающие операции в процессе производства, но не создающие непосредственно новые ценности, и выполняющиеся какой-либо организацией по заказу другой организации (например, услуги по охране, связи, коммунальные услуги);
- *потребительские* – включающие все операции, связанные непосредственно или косвенно с удовлетворением потребностей населения (например, починка обуви, химическая чистка, услуги стоматолога).

2.6 Где разместить свой бизнес

На определенном этапе вам придется решить, где расположится ваше предприятие. Здесь возможны следующие варианты:

- **Работа на дому**

Многие предприниматели начинают свое дело дома. Преимущества очевидны:

- не надо тратить время и деньги, чтобы добраться до места работы;
- исключаются расходы, связанные с арендой помещения.

Но для начала такой деятельности на дому необходимо разрешение местных органов.

- **Аренда помещения**

Когда нет возможности приобрести помещение, тогда помещение для своей деятельности берут в аренду.

Аренда связывает значительно меньше финансов, чем при покупке помещения и, следовательно, оставляет больше средств для бизнеса.

- **Покупка помещения**

Если вы обладаете достаточным капиталом, то имеет смысл купить собственное помещение. Помещение может быть дополнительным обеспечением для получения кредита, так как имущество всегда являлось ценной статьей активов предприятия.

2.7 Где взять деньги на свой бизнес



Когда вы строите свое дело, деньги вообще ничего не создают, они не порождают ни идей, ни инициативы. Деньги появляются там, где идеи и инициативы уже есть.

Деньги следствие, а не причина.

Если вы человек дела, то сами притягиваете к себе деньги идеями, правильно выбранной стратегией, поведением и поступками.

Ключ к успеху
лежит в пяти
магических
словах: Найдите
потребность и
удовлетворите
ее.

NN

Чтобы вырастить дело и привлечь капитал, надо воспитать в себе особое чувство, позволяющее воспринимать мир во всей его беспредельности и полноте. Великодушие и щедрость обязательно притянут деньги к идеям, людям и их делам.

В любом случае, будьте уверены в себе и своем деле и, если ваша уверенность передастся людям, у которых есть деньги, они пойдут вам навстречу.

Вложить свои деньги в вашу идею сможет кто угодно. Вам же необходимо сделать все возможное, чтобы заинтересовать их. Вашими инвесторами могут быть самые разные люди и организации:

- банки;
- друзья, знакомые;
- кредитные организации;
- успешные бизнесмены;
- потенциальные клиенты;
- потенциальные поставщики (товарный кредит).

2.8 Знания по бизнесу

Сегодня тысячи людей понимают необходимость повышения квалификации, получения новой профессии или специальности, а также освоения новых навыков и получения новых знаний.

Для приобретения новых знаний вы можете получить дополнительное образование в области предпринимательства.

?

1. Для того чтобы правильно определить, подходит ли вам какая-либо идея, необходимо ответить на вопросы:

- Почему именно вы сможете достичь больших результатов в этом деле?
- Есть ли у вас знания и опыт, которые помогут в этом бизнесе?
- Есть ли у вас специальное оборудование, необходимое в выбранном вами деле, или площади для его размещения?

2. Проранжируйте по очередности следующие задачи, которые необходимо решить для удачного старта в бизнесе (отметьте ✓).

- разработать бизнес-план;
- получить бизнес-образование;
- найти бизнес-идею;

Кто хочет –
ищет способы.

Кто не хочет –
ищет причины.

**Народная
мудрость**

- провести анализ рынка для занятия ниши;
- определение источников финансирования для своего бизнеса;
- сформировать команду.

3. Какие бизнес-идеи вы можете предложить в следующих сферах современного бизнеса?

1. Бытовые услуги _____

2. Индустрия красоты и здоровья _____

3. Производство и переработка сельхозпродукции _____

4. Производство товаров народного потребления _____

5. Туризм и отдых _____

6. Уборка мусора и переработка отходов _____

7. Транспортные услуги _____

8. Полиграфия _____

9. Реклама _____

10. Общественное питание _____

11. Уход за домашними животными _____

12. Рукоделие _____

3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

3.1 В какой организационно-правовой форме учредить малое предприятие

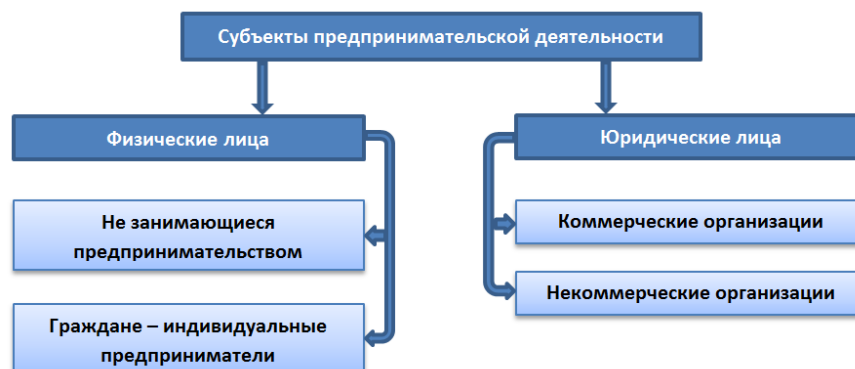
Бесповоротно решив реализоваться в предпринимательстве, выбрав бизнес-идею, нишу и единомышленников, вы должны суметь правильно выбрать организационно-правовую форму своего бизнеса. Чтобы она помогала, а не препятствовала его развитию. При выборе той или иной формы необходимо помнить, что последствия несерьёзного подхода к этому вопросу с особой остротой могут проявиться в случае возникновения разногласий между соучредителями. Очень часто такие разногласия перерастают в серьёзный конфликт, который отрицательно сказывается на работе фирмы. Из подобной ситуации есть два выхода: либо одна из конфликтующих сторон должна пойти на уступки, либо прекратить дальнейший совместный бизнес.

Обычно при выборе формы хозяйствования предприниматель исходит из следующих критериев:

- степень ответственности (ограниченная, неограниченная);
- возможность личного трудового участия (работать – не работать);
- допускают ли учредители в будущем возможность видеть в своём составе иных участников;
- порядок распределения прибыли;
- направления и объёмы бизнеса;
- количество участников (соучредителей);
- затраты на начало бизнеса;
- миссия предприятия.

В соответствии с положениями части первой Гражданского кодекса РФ (главы 3, 4, 5) участниками, субъектами предпринимательской деятельности являются:

- физические лица (граждане);
- юридические лица;
- государство – в лице своих органов.



Российское законодательство предлагает несколько организационно-правовых форм, пользующихся различной популярностью, отличающихся по степени участия в деятельности созданного предприятия, по уровню ответственности по его обязательствам и т.д.

Обычно для деятельности в сфере малого бизнеса выбираются следующие организационно-правовые формы:

- индивидуальный предприниматель;
- хозяйственные общества;
- хозяйственные товарищества;
- производственные кооперативы.

Акционерное общество как форма хозяйствования достаточно сложна для субъектов малого бизнеса из-за сложности учреждения и неразворотливости в принятии ряда решений.

3.2 Индивидуальный предприниматель

Индивидуальный предприниматель – это физическое лицо, занимающееся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. Предприниматель ведет все свои дела от своего имени и рискует всем своим имуществом.



При выборе этой формы помните о вашей личной материальной ответственности по долгам и обязательствам вашего предприятия.

«Индивидуальное предпринимательство» как вид частного

предпринимательства – это инициативная деятельность граждан, направленная на получение дохода, основанная на

собственности самих граждан и осуществляемая от имени граждан на их риск и под их имущественную ответственность.

Видами индивидуального предпринимательства являются *личное предпринимательство* и *совместное предпринимательство*.

Индивидуальный предприниматель вправе осуществлять любые виды предпринимательской деятельности, если иное не установлено законом. Учет индивидуальных предпринимателей в качестве налогоплательщиков осуществляется налоговыми органами в порядке, установленном законодательством.

Статус индивидуального предпринимателя дает те же самые права в бизнесе, что и статус юридического лица.

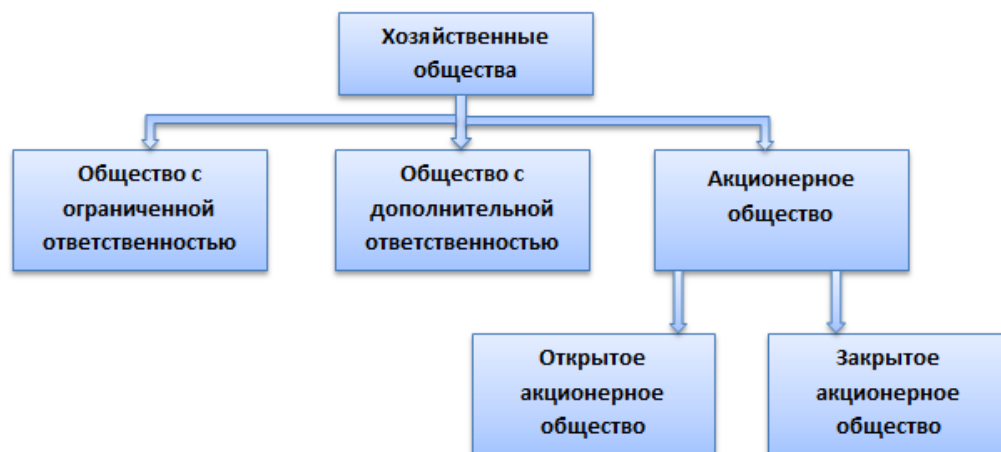
Преимущества. Легкость ведения бухгалтерии, не требуется уставный капитал, а значит, все имеющиеся материальные средства можно потратить на развитие деятельности. Фирма учреждается и управляется одним человеком, он ни от кого не зависит и ни перед кем не отчитывается.

Недостатки. Организовывая бизнес, индивидуальный предприниматель обычно вкладывает в него большую часть своих сбережений, а иногда и все. По обязательствам фирмы он отвечает и своим личным имуществом, так что в случае провала частный предприниматель может остаться без средств.



3.3 Хозяйственные общества

Хозяйственные товарищества – это коммерческие организации с разделённым на доли участников уставным капиталом. Права и обязанности участников общества, внутренняя структура и порядок ведения деятельности закреплены федеральными законами.



Общество с ограниченной ответственностью

Общество с ограниченной ответственностью учреждается одним или несколькими лицами. Уставный капитал этого общества разделен на доли, определенные учредительными документами.

Уставной капитал ООО составляется из стоимости вкладов его участников. Уставной капитал определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов.

Не допускается освобождение участника ООО от обязанности внесения в уставный капитал общества, в том числе путем зачета требований к обществу.

Преимущества. Участник общества вкладывает в уставный капитал определенную сумму денег и участвует в деятельности фирмы в пределах этого вклада. Это означает, что в случае провала он рискует только этой суммой.



Недостатки – огромное количество бухгалтерских и финансовых документов, которые регулярно подвергаются контролю со стороны государственных органов. Кроме того, ежегодно бухгалтерский отчет нужно предъявлять на собрании учредителей. Общество с ограниченной ответственностью облагается

большим количеством налогов по сравнению с частным предпринимателем.

Общество с дополнительной ответственностью

Общество с дополнительной ответственностью признается учрежденным одним или несколькими лицами общества, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники такого общества солидарно несут ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере стоимости их вкладов, определяемыми учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документа общества.

Акционерное общество

Акционерным обществом признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Открытое акционерное общество

Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами.

Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

Преимущества. Открытое акционерное общество может продавать акции и таким образом привлекать дополнительные финансовые средства. В случае провала участники организации такого типа отвечают по обязательствам общества только своим вкладом.

Недостатки.

Уставный капитал этой формы организации – не менее 1000 минимальных окладов труда, причем половина этой суммы должна быть внесена при регистрации. Таким образом, для создания открытого акционерного общества потребуется больше материальных средств, чем для создания других организаций. Кроме того, работа организации сильно зависит от состояния фондового рынка.



Закрытое акционерное общество

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Акционеры закрытого акционерного общества имеют преимущественное право приобретений акций, продаваемые другими акционерами этого общества.



Преимущества – учредители закрытого акционерного общества объединяют свои капиталы и выпускают акции, общая стоимость которых равняется сумме вкладов. Таким образом, круг акционеров

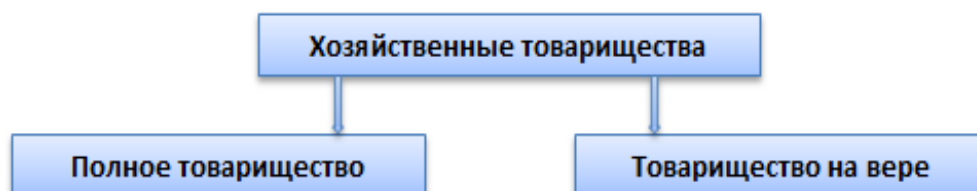
организации остается постоянным и состоит обычно из людей хорошо знакомых и доверяющих друг другу.

Недостатки. Данное товарищество обязано вести бухгалтерский учет и предоставлять отчетность соответствующим органам. Поэтому совершенно очевидно, что новое предприятие должно быть достаточно крупным, чтобы применение такой организационно-правовой формы было обоснованным.

3.4 Хозяйственные товарищества

Хозяйственные товарищества – это объединение лиц участвующих в деятельности организации. Все вопросы, касающиеся деятельности товарищества, решаются на общем собрании участников, за исключением тех положений, которые прописаны в Гражданском кодексе Российской Федерации.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере.



Полное товарищество

Полным признается товарищество, участники которого в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Полное товарищество должно иметь в своем составе не менее двух участников. Лицо может быть участником только одного полного товарищества.

Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Каждый

участник полного товарищества имеет один голос, если учредительным договором не предусмотрен иной порядок.

Участник полного товарищества обязан участвовать в его деятельности в соответствии с условиями учредительного договора. Участник полного товарищества обязан внести не менее половины своего вклада в складочный капитал товарищества к моменту его регистрации. Остальная часть должна быть внесена участником в сроки, установленные учредительным договором.

Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено учредительным договором или иным соглашением участников.

Товарищество на вере

Товариществом на вере признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом, имеется один или несколько участников-вкладчиков, которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Передача всей доли иному лицу вкладчиком прекращает его участие в товариществе. Управление деятельностью товарищества на вере осуществляется полными товарищами.

Порядок управления и ведения дел такого товарищества его полными товарищами устанавливается по правилам о полном товариществе.

Вкладчики не вправе участвовать в управлении и ведении дел товарищества на вере, а также выступать от его имени иначе, кроме как по договоренности. Они не вправе оспаривать действия полных товарищей по управлению и ведению дел товарищества.

Вкладчик товарищества на вере обязан внести вклад в складочный капитал. Внесение вклада удостоверяется свидетелем об участии, выдаваемым вкладчику товариществом.

Вкладчик товарищества на вере имеет право:

- получать прибыль товарищества, причитающуюся на его долю в складочном капитале, в порядке, предусмотренном учредительным договором;
- знакомиться с годовыми отчетами и балансами товарищества;

- по окончании финансового года выйти из товарищества и получить свой вклад в порядке, предусмотренном учредительным договором;
- передать свою долю в складочном капитале или ее часть другому вкладчику или третьему лицу.

Вкладчики пользуются преимущественным правом покупки доли перед третьими лицами. Учредительным договором товарищества на вере могут предусматриваться и иные права вкладчика.

В хозяйственных товариществах участники, вложившие финансовые средства, обязаны участвовать в деятельности организации. Из этого проистекают как преимущества, так и недостатки.

Преимущества. Поскольку участники хозяйственных товариществ объединяют как финансовые средства, так и собственные усилия, это позволяет более эффективно использовать их ресурсы. В организациях такого типа дело ведется коллективно, члены хозяйственного товарищества могут заменять друг друга, что позитивно отражается на результатах работы всей фирмы. Такое ведение бизнеса повышает его надежность и, как следствие, привлекает инвесторов, партнеров и клиентов. Хозяйственному товариществу (полному или командитному, то есть товариществу на вере) по сравнению с прочими формами легче получить кредиты.

Недостатки хозяйственных товариществ тесно переплетены с его достоинствами. Так, например, полная материальная ответственность участников организации является преимуществом с точки зрения получения инвестиций, и, в то же время, недостатком для самих участников.

Кроме того, все члены хозяйственного общества зависимы друг от друга, поэтому неудачи одного отражаются на остальных.

3.5 Производственные кооперативы

Производственным кооперативом признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов. Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива субсидиарную ответственность в

размерах и в порядке, предусмотренных законом о производственных кооперативах и уставом кооператива.

Число членов кооператива не должно быть менее пяти.

В производственном кооперативе участники объединяют как финансовые средства, так и трудовые усилия. Этим обуславливаются его преимущества и недостатки.



Преимущества. Участники производственного кооператива объединяют не только материальные средства, но и собственные усилия, что может повышать эффективность деятельности. Власть равномерно распределена между всеми участниками и не может быть

аккумулирована в одних руках.

Недостатки. В российском законодательстве существует ограничение на минимальное количество участников производственного кооператива. Для регистрации этой формы организации необходимо не менее 5-ти человек.

Юридические лица, то есть организации, имеющие определенные признаки (имущество, ответственность, права и т.д.) можно разделить на две большие группы

- коммерческие организации;
- некоммерческие организации.

Любое юридическое лицо вправе создавать филиалы, отделения, представительства. Это тоже организации, но без права юридического лица и без права вступать в сделки с кем либо. Они могут заключать сделки только от имени юридического лица или гражданина по их доверенности. Общественные некоммерческие организации тоже могут создаваться без статуса юридического лица и тоже не могут выступать стороной в сделке.

В соответствии с Гражданским кодексом *юридическим лицом* признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс.

В Российской Федерации юридические лица делятся на коммерческие и некоммерческие организации.



Коммерческие организации

Хозяйственные товарищества и общества, в том числе: полные товарищества, товарищества на вере, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, акционерные (открытые и закрытые) общества. Производственные кооперативы. Унитарные предприятия: государственные, муниципальные, казенные.

Некоммерческие организации. Общественные объединения: организации, учреждения, движения, фонды, органы общественной самозанятости, союзы общественных объединений. Религиозные организации, фонды, некоммерческие партнерства, учреждения, автономные некоммерческие организации, ассоциации (союзы), потребительские кооперативы, товарищества собственников жилья.

?

- 1. Дайте определения основным организационно-правовым формам, сравните их преимущества и недостатки.*
- 2. Какая форма предпринимательства предпочтительна для вашего будущего бизнеса?*
- 3. Чем нужно руководствоваться при выборе формы предпринимательства?*

Планирование
бизнеса – это
то же самое,
что
планирование
путешествия.

Спросите себя:

-куда я хочу
поехать?

-как я доберусь
туда?

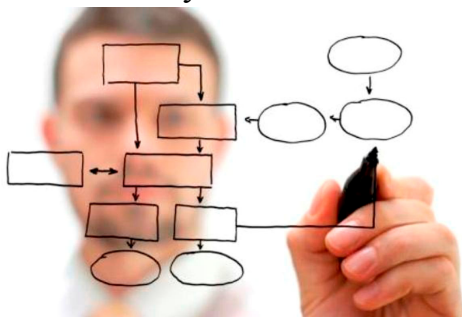
-сколько мне
для этого
понадобится
времени?

4. БИЗНЕС-ПЛАН

4.1 Почему необходимо составлять бизнес-план

Люди, желающие заняться собственным бизнесом, должны понимать, что им необходимо научиться составлять бизнес-план, который может быть:

- основой для организации собственного бизнеса;
- контрольным документом для ведения бизнеса;
- документом для поиска инвесторов.



Важность бизнес-планирования не следует недооценивать. Критический взгляд на свое предприятие через бизнес-план поможет выявить его слабые и сильные стороны, точно определить, что

вам потребуется, не упустить чего-либо из виду, оценить открывающиеся перспективы и приступить к выработке плана конкретных действий, направленных на достижение поставленной цели, заранее предвидеть возможные трудности, не дать им перерасти в серьезную проблему, выявить причины затруднений, а значит найти пути их устранения.

Хороший бизнес-план должен ясно показать, какие цели преследует ваш бизнес и как их достичь. Это первая ступень будущего планирования.

Установите ваши цели и проблемы, которые должны быть четко связаны с пониманием путей развития вашего бизнеса в течение краткосрочного и долгосрочного периодов. Краткосрочный период – от года до трех лет, долгосрочный период – от трех лет и дольше.

Ваш бизнес-план призван дать ответ на основной вопрос – осуществим ли ваш проект с финансовой точки зрения?

Ответ на этот вопрос важен для четырех категорий людей.

Для вас самих – чтобы определить, стоит ли заниматься созданием нового предприятия или расширением действующего и связанных с этим рисков.

Для вашего персонала – его необходимо проинформировать о выбранной вами стратегии, а также дать ему руководство к действию.

Для ваших инвесторов – им необходимо определить, отвечает ли их критериям предполагаемая прибыль от их инвестиций.

Для ваших кредиторов – им необходимо показать, будет ли доход от реализации товаров и услуг достаточным для обеспечения возврата предоставленных вам средств и покрытия расходов, связанных с запуском и функционированием вашего бизнеса.

4.2 Структура бизнес-плана

Структура бизнес-плана зависит от характера бизнеса, целей плана, требований потенциального инвестора. Наиболее популярной в России, является структура бизнес-плана, предлагаемая UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). Согласно стандартам, разработанным этой организацией, бизнес-план должен иметь следующее содержание:

1. Исполнительное резюме;
2. Общее описание предприятия;
3. Продукция и услуги;
4. Маркетинг;
5. Производственный план;
6. Управление и организация (организационный план);
7. Финансовый план;
8. Оценка рисков;
9. Приложения.

Раздел 1. Исполнительное резюме



Бизнес-план следует начинать с конца, т.е. с резюме.

Оно естественно готовится в конце работы, когда завершены все основные разделы.

Резюме очень важно в случаях, когда вы собираетесь представлять свой бизнес-план инвестору или в банк. Понятно, что оно должно произвести благоприятное впечатление, иначе шансы на детальное изучение вашего бизнес-плана становятся маленькими, ну а шанс получить финансирование и вовсе стремиться к нулю.

Резюме является предельно сокращенной версией бизнес-плана.

Бизнес-план должен начинаться с выводов. Их необходимо писать в самую последнюю очередь, но именно они будут самым первым пунктом вашего бизнес-плана.

Объем резюме должен быть не более 1–2 страниц.

Это будет единственная часть, которую будут читать большинство потенциальных инвесторов. Инвестор, прежде всего, захочет узнать: размер кредита, для какой цели, предполагаемые сроки погашения, кто еще собирается инвестировать проект, какие собственные средства есть. Значит, выводы, должны быть написаны так, как если бы вы пытались объяснить преимущества проекта первому попавшемуся прохожему.

Отсюда — предельная простота и лаконичность изложения, минимум специальных терминов. Последняя страница резюме должна быть посвящена финансовым результатам, которые вы ожидаете получить от своего проекта: — сведения о прогнозных объемах продаж на ближайшие годы; — выручка от продаж; — затраты на производство; — валовая прибыль; — уровень прибыльности от вложений в Ваше дело; — срок окупаемости проекта. Впрочем, разрабатывая бизнес-план, необходимо держать в голове два вопроса:

1. «Что я получу в случае успешной реализации этого бизнес-плана?»
2. «Каков риск потери денег?».

Раздел 2. Общее описание предприятия

В этом разделе необходимо охарактеризовать предприятие и его положение на рынке.

Укажите организационно-правовую форму предприятия, перечислите основные виды деятельности, владельцев предприятия, достижения, основные финансовые показатели, отличия компании от конкурентов, проблемы и цели данного бизнеса. Это если у вас уже есть, что описывать. Если же вы пишете бизнес-план для начала деятельности, то представьте будущее. Т.е. уже сейчас вы должны придумать название фирмы. Четко представлять ее организационно-правовую форму: ООО, ЗАО, ОАО, а может и просто ИП. Если вы не один, то кто с вами в команде учредителей, какие доли, кто, что вкладывает, в какие сроки, вкратце, чем фирма планирует заниматься.

Раздел 3. Продукция и услуги

Сам раздел «Продукция и услуги» уже говорит, что тут необходимо отразить. Описываем здесь все, что важно, чтобы представить товар или же услугу, которые предлагает ваша фирма.

Вы должны дать четкое определение и описание тех видов продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Здесь следует указать некоторые аспекты технологии, необходимой для производства вашей продукции или услуг.

Очень важно, чтобы вы подчеркнули уникальность вашей продукции или услуг. Это может быть выражено в разной форме: новая технология, качество товара, низкая себестоимость или какое-то особенное достоинство, удовлетворяющее запросам покупателей.

Также необходимо, чтобы вы подчеркнули возможность совершенствования данной продукции (услуг). Инвесторы редко прибегают к сотрудничеству с компанией, специализирующейся на единственном виде продукции, не имея при этом доказательств возможности его совершенствования.

Опишите имеющиеся у вас патенты или авторские права на изобретения или приведите другие причины, которые могли бы воспрепятствовать вторжению конкурентов на ваш рынок. Такими причинами могут быть эксклюзивные права на распространение или торговые марки. Инвесторы предпочитают здоровое отсутствие конкуренции.

Раздел 4. Маркетинг



А вот этот раздел один из самых трудных, требует много времени, творчества, знаний, наблюдений. Здесь вам нужно убедить самого себя (ну если планируется инвестор, то и его в первую очередь) в существовании рынка для вашей продукции или услуги, в том, что вы его понимаете и сможете продавать свою продукцию или услуги.

Типичный процесс исследования рынка предполагает 4 этапа:

- определение типа данных, которые Вам нужны;
- поиск этих данных;
- анализ данных;
- реализация мероприятий, позволяющих использовать эти данные на пользу предприятию.

Самые первые сведения, которые Вам потребуются: кто будет покупать у вас товары или услуги, где Ваша ниша на рынке? Здесь очень важно представить портрет вашего типичного (стандартного) покупателя (потребителя). Кроме того, необходимо спрогнозировать рынок и найти ответы на вопрос о том, кто, почему и сколько будет готов купить Вашей продукции завтра, послезавтра и вообще в течение ближайших 3-х лет.

Этот раздел также место, где вы должны спрогнозировать будущее фирмы. Только не то, которое вам хочется видеть в ваших розовых мечтах, а с учетом реалий существующего мира.

Для этого, на западе, люди придумали хорошую вещь, называемую SWOT-АНАЛИЗ.

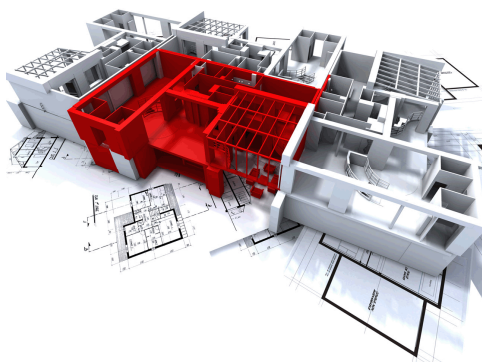
SWOT- аббревиатура английских слов: Strength- сила; Weakness- слабость; Opportunities — возможности; Threats- угрозы.

Этот анализ называют еще ситуационным анализом. Сильные и слабые стороны фирмы — это те характеристики, которые могут быть проконтролированы бизнесменом, на которые он может оказать воздействие. Они обычно относятся к настоящему времени. Здесь обычно рассматривают следующие факторы: — организационные (организационно-правовая форма, наличие помещений собственных или арендованных); — маркетинговые (место расположения, маркетинговый комплекс, рынок, его сегмент; конкуренты: чем продукт (услуга) будет отличаться от конкурентной); — технические (производственные фонды: состояние и ресурсы); — финансовые (наличие собственных средств); — кадровые (навыки и профессиональные недостатки, насколько идея отвечает идеям, знаниям и умениям предпринимателя).

Возможности и угрозы — это те характеристики, которые находятся вне контроля бизнесмена и могут повлиять на результат в будущем. Здесь необходимо учесть следующие

факторы: — экономическая среда (государственная поддержка малых форм, налоговое законодательство); — политическая среда; — социально-культурная среда; — технологическая среда; — демографическая среда.

Раздел 5. Производственный план



В данном разделе описывается технологический процесс производства продукции, услуги. Стоит отразить общий подход фирмы к организации производства.

1. Расположение помещений, коммуникаций, источников энергии.
2. Технологическое оборудование (наименование и основные характеристики).
3. Объем продукции (услуг).
4. Источники поставки основных материалов, оборудования или рабочей силы.
5. Условия хранения готовой продукции (длительность сроков хранения требует дополнительных финансовых средств).
6. Перечень источников сырья и материалов.

Раздел 6. Управление и организация

Здесь важно представить структуру предприятия действующего или будущего. Также показывается следующая информация:

1. Владельцы фирмы, директор, основной руководящий состав.
2. Планирование количества персонала.
3. Условия оплаты и стимулирования, условия труда.
4. Обучение, подготовка.
5. Вознаграждение руководящего состава.

Самым важным результатом работы над этим разделом должно стать: — подробная структура предприятия; — подробное штатное расписание.

На прибыль
нельзя
надеяться, ее
надо
планировать.

Раздел 7. Финансовый план

Основная задача этого раздела заключается в том, чтобы сформулировать и представить детальную систему проектировок, отражающих ожидаемые финансовые результаты деятельности компании.

Финансовый план должен содержать график выполнения работ и потребностей в финансовых ресурсах для их реализации (предполагаемые источники и схемы финансирования, ответственность заемщиков и систему гарантий, график погашения кредитов), подробную смету расходов.

В финансовый план включают отчет о движении денежных средств, отчет о прибылях и убытках, показатели эффективности проекта (внутренняя норма доходности, NPV, срок окупаемости, индекс рентабельности, точка безубыточности, операционный рычаг и т.д.).

Раздел 8. Оценка рисков

Задайте себе вопрос «а что, если...?». Подумать о возможном риске заранее — значит, хорошо подготовиться к нему.

Правильный способ показать финансовые последствия таких рисков это провести анализ чувствительности. Это значит — переработать финансовые прогнозы так, чтобы увидеть их последствия (этих факторов, рисков), т.е. как они повлияют на ваши показатели окупаемости, прибыльности и т.д.

Раздел 9. Приложения

Ну а здесь представьте все дополнительные документы, связанные с вашим проектом или фирмой, которые смогут уточнить, дополнить информацию, отраженную вами в бизнес-плане.

?

Какие разделы включает в себя бизнес-план?

Все жалуются на
недостаток денег,
никто не
жалуется на
недостаток ума

Поговорка



5. ФИНАНСЫ ФИРМЫ

5.1 Основные сведения и рекомендации

Одной из основных проблем, с которыми встречается начинающий предприниматель – это где взять первоначальные денежные средства для начала своего дела. И в настоящий момент эта проблема не стала менее актуальной. Более того, если еще десять лет назад можно было начать свой бизнес, выступив просто в роли посредника, связав потенциального покупателя и продавца, продав, например, вагон сахара, даже не увидев его, то сейчас в условиях достаточно развитого рынка это стало уже невозможно.

Для основных поставщиков заемного капитала - банков – малые предприятия зачастую неинтересны как заемщики. Сказываются нестабильные темпы роста малых фирм, отсутствие кредитной истории в первые 2-3 года деятельности, ограниченность ликвидного дорогостоящего имущества, способного послужить залоговым обеспечением для внешних инвестиций. Поэтому внимательно рассмотрим возможные источники финансирования. Для начала разделим финансирование на прямое и косвенное. При прямом финансировании вы привлекаете в свой бизнес непосредственно деньги, беря на себя обязательства через какой-то промежуток времени вернуть сумму вместе с процентами.

Способами привлечения **прямого финансирования** могут быть:

- собственные средства или средства родственников и знакомых;
- кредиты банков;
- микрокредиты специальных организаций с упрощенной формой принятия решения о кредитовании;
- гранты иностранных донорских организаций (фондов), поддерживающих развитие частного бизнеса в Российской Федерации;
- лизинг оборудования.

При **косвенном финансировании** можно рассмотреть следующие варианты:



- участие в компании третьих лиц (вклады родственников, друзей, знакомых, иногда – российских или чаще - иностранных венчурных фондов в уставный капитал);
- кредиты (денежные и товарные) поставщиков и покупателей;
- инвестиционный налоговый кредит.

5.2 Инструменты прямого финансирования

5.2.1 Собственные финансовые средства

Если у вас уже есть необходимый начальный капитал, вы можете открываться сразу после составления бизнес-плана. Главное - не выходить за рамки имеющихся ресурсов и учиться по ходу дела.

Если вы открываетесь на собственные средства, вы сможете начать без промедления. Как только вы начнете реализацию товаров или услуг, вам можно приступить к накоплению денежных ресурсов. Ваш капитал может состоять из ваших сбережений или средств, полученных от продажи какой-то вашей собственности.

Если же нужно формировать капитал из сторонних источников, то надо быть готовым к тому, что это потребует и времени, и денег. Вместо этого, может быть, имеет смысл начать с чего-то малого и со временем сколотить необходимый капитал. При наличии капитала у вас уже будут все основания для получения кредита или привлечения потенциальных инвесторов и организации дополнительного финансирования. Еще один плюс состоит в том, что попутно вы учитесь бизнесу и набираетесь опыта.

Кроме того, собственные средства имеют и другие важные функции:

- **Средство безопасности и защищённости от риска.** Наличие необходимого минимума собственного капитала обеспечивает уверенность в том, что минимальные потери не приведут к неплатежеспособности или к образованию большого долга и тем самым к банкротству.
- **Критерии оценки кредитоспособности.** Чем больше вы вложите собственных финансовых средств и чем выше будет доля собственного капитала в ваших общих инвестициях, тем лучше будет ваше положение при переговорах с кредитным учреждением.



5.2.2 Банковское кредитование

Банковское *кредитование* обычно осуществляется либо под пополнение оборотных средств под какой-либо проект: замена оборудования, расширение деятельности, освоение новой продукции. Проектное финансирование требует составления бизнес-плана по проекту.

Бытует мнение, что кредит - это либо очень сложно, либо очень дорого, но в любом случае совершенно невыгодно, а для многих и недоступно. Однако, сегодня эта ситуация кардинально изменилась. Многие банки стремятся расширить свой рынок финансовых услуг. Поэтому, прежде чем идти за кредитом, фирме следует выбрать наиболее благоприятные условия кредитования, определить сумму, на которую она может претендовать, и позаботиться об ее обеспечении.

Банки заинтересованы в новых клиентах и дополнительных доходах. Но это не означает, что они готовы выдать кредит любой фирме. Проще всего получить кредит хорошо зарекомендовавшей себя фирме в том банке, в котором она обслуживается. Если фирма пришла “с улицы”, получить деньги довольно сложно. В этом случае все будет зависеть от того, какие гарантии она может предоставить банку.

Справедливости ради следует сказать, что гарантии возврата кредита предоставляют все фирмы без исключения, но к новому клиенту требования будут значительно выше.

В качестве обеспечения кредита обычно выступает залог недвижимости, оборудования и прочих основных средств фирмы, банковские гарантии, поручительства третьих лиц и ценные бумаги. Гораздо реже – товары в обороте, хотя именно их охотнее всего готовы предоставить фирмы.

Примет ли банк поручительство третьих лиц, зависит от финансового состояния поручившейся за вас фирмы. После тщательной проверки банк решит, насколько ей можно доверять. Поэтому лучшим вариантом будет, если за вас поручится фирма, которая не только обслуживается в этом же банке, но и имеет в нем положительную кредитную историю.

Ценные бумаги – оптимальный вариант, но принимаются далеко не все. Предпочтение отдается векселям крупных банков и акциям высоколиквидных компаний, например Газпрома.

Поэтому, прежде всего надо провести небольшое исследование и выяснить, какие требования к заемщикам



предъявляет тот или иной банк. Одновременно следует узнать и процентные ставки по кредитам.

Ставка финансирования будет зависеть от группы риска, к которой банк отнесет вашу фирму, от вида кредита, сроков погашения и валюты кредитования, порядка уплаты процентов и прочих факторов. Банк может несколько снизить установленную кредитную ставку для клиентов, которые приносят ему значительный доход по различным направлениям деятельности. В таком случае банк соотносит сумму кредита с общей суммой дохода от клиента и исходя из этого, устанавливает процентную ставку.

Выбрав банк, нужно подать специальную заявку на предоставление кредита. Она составляется по форме, установленной банком. В ней вы укажете цель кредита, его сумму, срок и валюту кредитования, сведения об обеспечении.

К кредитной заявке следует приложить пакет стандартных документов. Прежде всего, это все учредительные документы фирмы, выписка из госреестра, справки из налоговой инспекции о постановке на учет и отсутствии задолженности, балансы фирмы и отчеты о прибылях и убытках за предыдущий год и текущий отчетный период, сведения о кредиторах и дебиторах, данные о счетах в других банках. Полный перечень этих документов имеется в банке.

Не секрет, что не всегда бухгалтерская отчетность фирмы отражает реальное состояние ее бизнеса. Поэтому иногда банки просят у фирмы так называемую управленческую отчетность с реальными цифрами. На основании этой отчетности банк анализирует, какую пользу помимо процентов по кредиту он может извлечь в дальнейшем от развития бизнеса клиента. Зачастую это может повлиять на решение банка о выдаче кредита и размере процентной ставки.

Кроме того, нужно принести документы по обеспечению. К примеру, при залоге основных средств это документы, которые подтверждают право собственности фирмы на передаваемое в залог имущество, а также отсутствие каких-либо прав на это имущество у третьих лиц, информация о балансовой стоимости основного средства.

Как правило, ждать ответа приходится не менее двух недель с момента представления полного пакета документов в банк.

Заключая с фирмой кредитный договор, банк согласует с ней график погашения долга и процентов. Его нужно строго



соблюдать. В противном случае фирму ждут штрафы, и она может стать в этом банке персоной нонграта.

5.2.3 Микрокредитование

Логика услуг микрокредитования обращена к потребностям микро- и малых предприятий, владельцев индивидуальных, семейных бизнесов, постоянно нуждающихся в доступе к финансовым ресурсам, но не имеющих возможности пользоваться услугами банков, других официальных финансовых институтов из-за отсутствия залоговой базы и кредитной истории. Программы такого рода характеризуются предоставлением сравнительно небольших сумм на небольшие сроки для начала и поддержки оборотов собственного бизнеса без предоставления залогового обеспечения. Эта технология предоставляет заемщикам достаточно дорогие деньги. Однако, во многих случаях именно микрокредитование является единственным доступным финансовым инструментом для начинающего предпринимателя.

Определенный сегмент в финансировании малого бизнеса занимают общества взаимного кредитования - кредитные союзы и кооперативы. Кредитные кооперативы представляют собой форму организации взаимного кредитования граждан, физических лиц, которые не прибегают к помощи банков или других внешних источников кредитования, а функционируют по принципу кассы взаимопомощи. Средства кредитных кооперативов образуются путем объединения взносов членов кооператива. Главный принцип кредитных кооперативов - ориентация на физические лица. В кредитный союз могут входить только люди, так или иначе знающие друг друга - по месту работы, или по месту жительства, или по профессиональной принадлежности. В силу того, что члены кооператива близко знают друг друга, надежность кредитных вложений является очень высокой, и работает принцип солидарной ответственности.

5.2.4 Лизинг

Близким по содержанию к кредиту с залогом купленного оборудования является *лизинг*. При лизинге оборудование покупается лизингодателем по спецификации лизингополучателя и сдается в лизинг, который фактически

«Думай, прежде
чем вкладывать
деньги, и не
забывай думать,
когда уже вложил
их»

Ф. Дойл

является арендой с правом выкупа. Часто лизинг выступает заманчивой альтернативой финансирования, но у него есть свои преимущества и свои недостатки.

Преимущества лизинга:

- Экономия собственного капитала.
- Сохранение кредитных линий для заемного финансирования.
- Сохранение залогового обеспечения для получения кредита и предельных величин ссуд.
- Высвобождение ликвидности.
- Создание надёжной базы расчётов.

Недостатки лизинга

- Увеличение постоянных издержек.
- Достаточная сложность договора.

Когда лизинг привлекателен?

- При незначительных собственных средствах или недостаточном объеме залогового обеспечения для получения кредита.
- При высокой прибыли.
- При расширении предприятия.

Всегда ли выгоден лизинг для получателя средств? Нет. Бывают случаи, когда лизинг менее выгоден, чем другие формы финансирования. Причин тому несколько:

Во-первых, условия лизинговых контрактов так же, как и условия различных кредитных договоров, значительно отличаются друг от друга. Так что, при сравнении условий лизинговой сделки, предлагаемой коммерческой лизинговой компанией с льготным кредитом, лизинг чаще всего проигрывает.

Во-вторых, выгодность лизинга следует в основном из экономии на налоге на прибыль (НДС, налог на имущество), так что, если предприятие не является плательщиком налога на прибыль (НДС, налога на имущество), лизинг ему обойдётся дороже.

В связи с этим, необходимо рассматривать лизинг как возможную альтернативу другим способам приобретения имущества.

5.3 Инструменты косвенного финансирования

5.3.1 Увеличение уставного капитала или эмиссия акций

Привлечение финансов может происходить путем увеличения уставного капитала компании и приема новых участников (акционеров) в ООО (АО). Этот вариант связан с изменением учредительных документов, поэтому может потребовать достаточно много времени на оформление: созыв общего собрания, изменение Устава и учредительного договора, регистрация изменений.

Необходимо отметить, что вышеуказанные способы приводят к частичной потере самостоятельности предприятия.

Выпуск облигаций требует значительных организационных затрат (регистрация и пр.) и использовать его не целесообразно. Компании могут брать денежные средства у граждан просто по договору займа, для этого не требуется никакой лицензии или разрешения.

5.3.2 Кредиты поставщиков и покупателей

Кредит, предоставляемый **поставщиком** – одна из самых удобных форм кредита. Его не нужно запрашивать официально, он предоставляется в результате договорённости. Такой «кредит», предоставляемый поставщиком, возникает вследствие того, что вы оплачиваете товар или услугу не при получении, а позже. Поставщик даёт вам, так называемую, отсрочку в оплате, которая, как правило, составляет от 10 до 30 дней. Если у вас имеется большое количество поставщиков, то рамки вашего кредита значительно расширяются.

Еще более привлекательным станет «кредит», предоставляемый **покупателем**, возникающий в том случае, если покупатель, делая предоплату, готов ждать некоторое время до выполнения поставщиком своих обязательств. Однако в условиях развитого рынка на этот способ покупатели соглашаются все реже. Тем не менее, если товар или услуга, которую вы предлагаете, является уникальной, данная форма оплаты может обсуждаться с потенциальным покупателем.

5.3.3 Инвестиционный налоговый кредит

Инвестиционный налоговый кредит является отсрочкой уплаты налога от 1 года до 5 лет, что эквивалентно получению кредита, но получение такой отсрочки непросто и требует

наличия обстоятельств, указанных в Налоговом Кодексе (Раздел IV, глава 9, ст. 66, 67).

5.3.4 Венчурное финансирование

Существует множество определений того, что такое венчурное финансирование, но все они, так или иначе, сводятся к его функциональной задаче: способствовать росту конкретного бизнеса путем предоставления определенной суммы денежных средств в обмен на долю в уставном капитале или некий пакет акций нового или быстро развивающегося предприятия, работающего преимущественно в высокотехнологической сфере.

Значительная часть венчурных фондов, действующих на территории Российской Федерации, – это представительства иностранных компаний, хотя в последние годы наблюдается рост таких организаций и в России.

Венчурный капиталист, стоящий во главе фонда или компании, не вкладывает собственные средства в компанию, акции которых он приобретает. Венчурный капиталист - это посредник между коллективными инвесторами и предпринимателем. В этом заключается одна из самых принципиальных особенностей этого типа инвестирования. С одной стороны, венчурный капиталист самостоятельно принимает решение о выборе того или иного объекта для внесения инвестиций, участвует в работе совета директоров и всячески способствует росту и расширению бизнеса этой компании. С другой, окончательное решение о производстве инвестиций принимает инвестиционный комитет, представляющий интересы инвесторов.

Эти принципы и обуславливают достаточную сложность и продолжительность рассмотрения вопроса венчурного финансирования предприятий малого бизнеса.

5.4 Стартовый капитал

Узнав, каким образом можно получить первоначальное финансирование для начала собственного дела, необходимо рассчитать стартовый капитал, объем которого зависит от следующих факторов:

1. Сфера деятельности предприятия.
2. Тип предприятия.
3. Масштаб будущих коммерческих операций.

! Будьте
 благоразумны –
 думайте о
 будущем

4. Размер и месторасположение необходимых площадей.

5. Количество персонала.

Стартовый капитал придется полностью или частично потратить еще до того, как предприятие фактически начнет осуществлять свою деятельность и приносить доход, который будет использован для покрытия стартовых расходов.

Для определения объемов стартового капитала проведем его примерную оценку (см. таблицу № 5.1).

Таблица № 5.1

Оценка стартового капитала

№ п/п	Статья затрат	руб.
1.	Сырье и материалы	
2.	Аренда помещения	
3.	Оборудование для офиса	
4.	Производственное оборудование	
5.	Расходы по регистрации: Консультационные, юридические услуги, госпошлина, расходы по открытию счета в банке, печать, расходы по лицензированию, заключение санэпидемстанции, пожарной охраны	
6.	Услуги связи, охраны, банковские услуги	
7.	Коммунальные расходы и возможно ремонт помещения	
8.	Коммерческие расходы: Расходы на упаковку, доставку, реклама, представительские расходы	
9.	Непредвиденные расходы	
	Итого: стартовый капитал	

Многочисленные исследования в различных странах показали, что из огромного количества начинающих предпринимателей через пять лет терпит неудачу двое из трех начинающих предпринимателей. Причем одними из основных причин являются - ошибки финансирования:

- слишком малая сумма собственного капитала;
- несвоевременное обращение в банк;
- использование краткосрочного кредита для финансирования деятельности;
- сильная зависимость от поставщиков;
- неиспользование государственных источников финансирования;
- недостаточное планирование потребности в капитале;
- необдуманное получение так называемых «безпроблемных» и «дешёвых» кредитов.

5.5 А может пересмотреть ваши финансовые потребности?



Главная цель бизнеса – получение прибыли. Прибыль образуется тогда, когда деньги, прибывающие в ваш бизнес, больше чем деньги, которые из него уходят. Чем больше разница между приходом и расходом денег, тем выше прибыль.

Сейчас вам следует подумать - может быть, есть смысл начать дело с малого бизнеса. Ведь даже если вы начнете с небольших объемов, вы будете набираться ценнейшего опыта работы на рынке и постигать науку менеджмента.

Если вы обращались за финансированием к потенциальным кредиторам, и все вам отказали, вам, вероятно, следует пересмотреть ваше предложение. Кредиторы и потенциальные инвесторы дадут объективную оценку вашей идее, так как на данном этапе они не имеют коммерческого интереса в финансировании вашего бизнеса. Так что, если ваш бизнес-план на самом деле несостоятелен и будет отвергнут, то они заслужат только благодарность.

Поиски финансирования бизнеса - дело непростое как в России, так и на Западе, но многие бизнесмены, благодаря своему упорству и настойчивости, добиваются своего. Если вы убеждены, что ваша идея обречена на успех, то эта убежденность и будет помогать вам в поиске инвестиций. Многие самые известные бизнесмены начинали, имея только идею, но у них хватило решимости и силы убеждения, чтобы получить необходимую финансовую поддержку. Сегодня в России самые широкие перспективы для бизнеса, которыми вы вполне можете воспользоваться.

Итак, ваш ход, ГОСПОДА!

?

1. *Определите объемы стартового капитала для своего бизнеса по предлагаемой форме:*

№ п/п	Статья затрат	руб.

2. *Просчитав сумму, необходимую для открытия собственного бизнеса, подумайте, какими способами вы сможете привлечь финансы (отметьте ✓):*

- *использование собственных средств;*
- *использование средств родственников и знакомых;*
- *получение кредитов в банках;*
- *получение микрокредитов в кредитных кооперативах и союзах;*
- *получение грантов от иностранных фондов, поддерживающих развитие частного бизнеса в РФ;*
- *приобретение оборудования в лизинг;*
- *участие в компании третьих лиц;*
- *получение денежных и товарных кредитов от поставщиков и покупателей.*

3. *Объясните, почему именно эти способы привлечения инвестиций наиболее привлекательны для вас?*

4. *Какие финансовые средства вам необходимы, чтобы начать бизнес?*

Требования в менеджменте стали более жесткими: если набирать людей, то лучших, если тратить деньги, то эффективно

ж-л "Эксперт"

6. МЕНЕДЖМЕНТ

6.1 Понятие менеджмента

Любое предприятие, независимо от его организационно-правовой формы может действовать только через руководство, или менеджмент.



Менеджмент – теория и ее практическое применение в управлении производством и людьми, распределением и производственным потреблением, работой персонала в целях развития производства, удовлетворения потребностей рынка и получения прибыли.

Менеджер – управляющий делами предприятия.

Стать настоящим менеджером для самого себя и других невозможно, только читая книги и слушая лекции.

Специальные знания недостаточны для менеджера. Требуется развитые навыки культуры делового поведения, зрелая личностная позиция, а это можно получить только постоянно работая над собой.

Люди, занимающиеся бизнесом, обязаны им управлять, выполнять роль лидера, принимать решения по использованию ресурсов бизнеса для достижения его целей.

6.2 Цели организации

Главное в менеджменте – определить цели, которые отвечают интересам бизнеса и функции управления, реализующие эти цели.

Выделяют главную целевую функцию, или миссию организации, определяющую основные направления деятельности фирмы. Миссия организации является основой при формулировке ее целей. Цели представляют собой отправную точку при планировании.

Важнейшей целью менеджера является организация производства товаров и услуг с учетом потребностей клиентов на основе имеющихся материальных и людских ресурсов и обеспечение рентабельности деятельности предприятия и его стабильного положения на рынке.

Цели организации должны обладать рядом характеристик:

- конкретность;

Главное в общении менеджера – завоевать доверие людей.

NN

- обозримость (краткосрочность, долгосрочность);
- реальность (достижимость);
- взаимосвязанность (одна не противоречит другой);
- эффективность (результативность и прибыльность).

Достижение целей осуществляется через функции управления.

В задачи менеджмента входит:

1. Разработка стратегии развития фирмы.
2. Выявление приоритетности целей, их очередности и последовательности решения.
3. Постоянный поиск и освоение новых рынков.
4. Определение необходимых ресурсов и источников их обеспечения.
5. Постоянный контроль за эффективностью деятельности фирмы, координация работы всех подразделений фирмы.
6. Стимулирование работы сотрудников фирмы путем создания для них лучших условий труда и установления более высокой заработной платы.
7. Обеспечение автоматизации производства и переход к использованию работников, обладающих высокой квалификацией.

Задачи управления непрерывно усложняются по мере роста масштабов производства, требующего обеспечения все возрастающими объемами ресурсов – материальных, финансовых, трудовых и др.

6.3 Основные функции управления

Планирование, организация, мотивация и контроль являются взаимосвязанными функциями процесса управления фирмой.



Планирование – его сущность состоит в том, что руководство фирмы определяет стратегические цели и задачи, принимает стратегические и оперативные решения по ним,

"Хорошие указания приносят делу не меньшую пользу, чем хорошие примеры".

Сенека Младший

определяет способы и сроки достижения запланированного, необходимые материальные, денежные и трудовые резервы и ресурсы, исполнителей и ответственных лиц и другие вопросы.

Организация – этот процесс осуществляется на основе принятых решений о деятельности предприятия. Он охватывает вопросы организационной структуры, кадровые распределения полномочий и ответственности, определения деловых партнеров и производственных связей, проведения необходимых деловых переговоров, представительства, приема делегаций, организации рекламы и т.д.

Координация – обеспечивает необходимый уровень взаимодействия между функциями и участниками.

Мотивация – заключается в определении потребностей людей, выборе наиболее подходящего и действенного в данной ситуации способа их удовлетворения с тем, чтобы обеспечить их максимальную активность в процессе достижения целей, стоящих перед организацией.

Контроль – представляет собой процесс обеспечения достижения фирмой своих целей. В целом, контроль состоит из установки стандартов, измерения достигнутых результатов, проведения корректировок, если достигнуты результаты, отличающиеся от установленных стандартов.

Контроль можно разделить на: предварительный контроль, текущий контроль, заключительный контроль.

Предварительный контроль осуществляется до начала работы организации. Он используется в области человеческих ресурсов (подбор кадров); материальных ресурсов (выбор поставщиков сырья); финансовых ресурсов (формирование бюджета фирмы).

Текущий контроль осуществляется непосредственно в ходе проведения работ и повседневной деятельности организации, и предполагает регулярную проверку подчиненного персонала, а также обсуждение возникающих проблем. При этом необходима обратная связь между подразделениями и верхним управленческим эшелоном фирмы для обеспечения ее успешной деятельности.

Заключительный контроль осуществляется после того, как работа выполнена. Он дает информацию руководителю фирмы

Все управление в конечном счете сводится к стимулированию активности других людей

Ли Якокка

для более оптимального планирования и осуществления в дальнейшем аналогичных задач.

6.4. Методы менеджмента

Функции управления реализуются с помощью определенных методов: организационных, административных, экономических и социально-психологических.

Методы менеджмента – способы осуществления управленческих воздействий для достижения организационных целей.

- **Административные** методы – способы и формы управления, в основе которых лежит распорядительство, опирающееся на официальные документы предприятия (устав, учредительный договор, трудовой договор, должностные и другие инструкции, приказы, акты, директивы). Эти документы регламентируют состав предприятия, права и обязанности подразделений, отделов, работников, определяют организационную структуру, осуществляют целевое планирование, нормируют трудовую и производственную деятельность.

- **Организационные** методы – на их основе создаются необходимые условия функционирования организации. При их посредстве организация проектируется, учреждается, ориентируется во времени и пространстве; ее деятельность нормируется, регламентируется и обеспечивается необходимыми инструкциями, фиксирующими расстановку персонала, его права, обязанности, специфику поведения в различных ситуациях. Эти методы создают лишь своего рода рамки, направляющие будущее функционирование и развитие организации, а поэтому являются пассивными.

- **Экономические** методы – способы воздействия на основе экономических законов, которые косвенно или прямо создают условия для эффективного хозяйствования. Форма собственности организации – методы ценообразования, условия финансирования и кредитования, политика бывшего в употреблении, налогообложение, система оплаты труда и экономическое стимулирование.

- **Социально-психологические** методы – система приемов повышения творческой активности коллектива и создания благоприятного психологического климата коллектива.

Работники должны получать оплату в соответствии со своим вкладом.

NN

При использовании социально-психологических методов необходимо проводить социологические и психологические исследования и учитывать личностные, моральные и деловые качества сотрудников, их темперамент, характер, поведение, чувства, эмоции и анализировать причины возникновения конфликтов и стрессов.

6.5 Руководство, лидерство и власть

Руководитель организации – это человек, который одновременно с обладанием формальным статусом, эффективно управляет своими подчиненными.

Влияя на людей, он заставляет их выполнять порученную работу.

Лидерство – это способность оказывать влияние на отдельных людей и группы и направлять их усилия на достижение целей организации.

Влияние – это поведение отдельного человека, которое может вносить изменения в поведение, отношения, ощущения и т.п. другого человека.

Для того, чтобы лидерство и влияние были эффективными, руководители применяют власть.

Власть - возможность влиять на поведение людей.

6.6. Управление персоналом

Люди являются главным ресурсом любой организации. Без них организация не сможет существовать и достигать своих целей. Поэтому управление персоналом имеет самое важное значение для всех без исключения организаций.

Успешная деятельность компании сегодня в большей степени обеспечивается профессиональной работой ее сотрудников. Даже самое дорогостоящее оборудование зачастую не может принести предприятию ощутимой пользы, если нет квалифицированного специалиста, способного обеспечить нормальную работу устройств. Именно рядовые сотрудники в конечном итоге создают рост прибыли, обеспечивают интенсивность продаж, работают на положительный имидж компании.

В качестве ключевых потребностей в области кадров, как показывает практика, организация выделяет вопросы **развития инициативы и лояльности персонала**.

Каждый руководитель хочет, чтобы его сотрудники принимали активное участие в развитии компании, постоянно

Усилия каждого человека в организации должны быть скоординированы в одном направлении

NN

*Индивидуальные
интересы
должны быть
подчинены
общим
интересам.*

NN

искали пути совершенствования своей деятельности и резервы сокращения затрат, другими словами, чтобы они выдвигали инициативные предложения, способствующие повышению эффективности работы компании. Кроме этого мечтой любого руководителя являются сотрудники, которые привержены, лояльны к компании. Это означает, что он может им доверять, строить совместно долгосрочные планы развития и поручать выполнение этих проектов, инвестировать средства в их обучение и личное благоустройство, в конце концов, просто гордиться надежной, сплоченной командой, которая разделяет и поддерживает интересы первого руководителя и всего предприятия в целом.

При решении вопроса развития инициативы и лояльности персонала необходимо учитывать влияние следующих факторов:

1) Личность собственника и руководителя компании.

Организация – это не точная генетическая копия ее владельца, она похожа на него, как сын может быть похож на отца (Мирон Гольдман).

Потенциал бизнеса равен потенциалу его владельца, от которого также зависит и срок жизни компании.

2) Миссия и стратегия предприятия.

Задача организации заключается не в том, чтобы выжить на рынке, а в том, чтобы уверенно двигаться к намеченной цели. Видение своего будущего – это одно из важнейших стратегических преимуществ любой компании.

Стратегической основой развития инициативы и лояльности сотрудников должна быть воплощенная в жизнь идея, что персонал – это одна из важнейших ценностей компании и сильнейшее конкурентное преимущество.

3) Специфика бизнеса и бизнес процессов.

Данный фактор является своего рода ограничителем на пути развития инициативы сотрудников. Дело в том, что инициативное поведение требует ослабления контроля со стороны руководства и приносит некий элемент риска и неожиданности в деятельность организации. Специфика бизнеса и бизнес процессов определяют уровень возможного развития инициативы персонала, исходя из принципов эффективности функционирования организации.

4) Мотивационная система.

Включая в себя материальную и нематериальную составляющую, мотивационная система является основным

инструментом, непосредственно влияющим на развитие инициативы и лояльности персонала. В большинстве случаев в организациях развита материальная составляющая, то есть денежное вознаграждение за труд. Нематериальные же стимулы используются редко, несистемно, исходя из симпатий и интуиции руководителя. Талант руководителя заключается в определении правильной пропорции между двумя этими составляющими для работников разных иерархических уровней организации.

Для развития инициативы и лояльности персонала необходима корректно выстроенная мотивационная система, направленная на достижение стратегических целей организации и включающая в себя механизмы поощрения инициативных и лояльных сотрудников.

5) Корпоративная культура.

Она может создаваться стихийно, а может быть жестко регламентирована документами организации, в любом случае в том или ином виде она присутствует на любом предприятии. В основе ее лежат определенные модели поведения людей, их ценности, нормы, взгляды. Все эти составляющие с трудом подвергаются измерению и корректировке.

?

1. Назовите основные функции менеджмента.

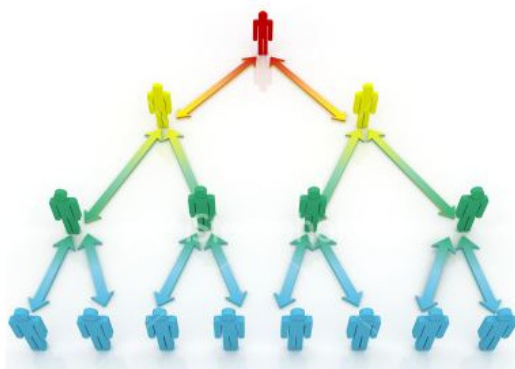
2. Какие виды контроля вы знаете?

Маркетинг – это работа компании с точки зрения клиента

Друкер Л.

7. МАРКЕТИНГ

7.1 Понятие маркетинга. Этапы маркетинга



Слово «маркетинг» произошло от английского market – рынок, сбыт. Поэтому в самом общем смысле маркетинг можно определить как деятельность в сфере рынка.

По существу, маркетинг представляет собой особый вид экономической деятельности, направленной на удовлетворение общественных и социальных потребностей людей посредством обмена товара. (Ф. Котлер)

Ни один предприниматель, начинающий свое дело, не может обойтись без маркетинга, поскольку от эффективности проводимых маркетинговых мероприятий во многом зависит успешное ведение бизнеса. Можно привести немало примеров взлета одних фирм благодаря продуманной маркетинговой стратегии и падения других в результате неудачных действий в области маркетинга или же попросту из-за игнорирования этого важнейшего элемента предпринимательства.

Этапы маркетинга



1. Концепция вашего бизнеса, который основывается на потребностях и предпочтениях клиентов.

2. На основе концепции вашего бизнеса вам необходимо изучить свой рынок.

3. С помощью информации о рынке вы можете разработать план по маркетингу.

4. Постоянно изучайте рынок. При ведении своего дела вы должны выслушивать пожелания ваших клиентов, продавать качественные товары или предоставлять качественные услуги и служить своим клиентам.

Сегодня маркетинг стал ключевым элементом любого бизнеса. В значительной степени это справедливо, поскольку не имея четкого, грамотно составленного плана маркетинговых мероприятий, предприниматель обречен действовать наугад, вслепую, полагаясь только на удачу.

Прибыль – движущая сила рынка. Для того, чтобы выстоять в условиях рыночной конкуренции, вы должны иметь такие товары или услуги, которые можно продавать по цене, достаточной для обеспечения прибыли. Кроме того, у вас должны быть покупатели, не просто заинтересованные в ваших товарах или услугах, но и способные заплатить за них. Поэтому, предлагая свои товары или услуги, вы должны быть уверены в том, что для них есть рынок сбыта и они могут приносить прибыль.

7.2 Основные сферы маркетинга

Основными понятиями сферы маркетинга являются: **нужда, потребности, запросы, товар, обмен, сделка, рынок.** Вот почему маркетинг начинается задолго до акта купли-продажи и продолжается после него. Поэтому не следует путать маркетинг с коммерческими усилиями по сбыту: ведь на самом деле он сочетает в себе несколько видов деятельности, направленных на выявление, обслуживание, удовлетворение потребительских нужд для решения целей, стоящих перед организацией.

В основе маркетинга лежат нужды людей. **Нужда** – это испытываемое индивидуумом чувство необходимости чего-то.

Нужды людей многообразны и сложны и заложены в самой природе человека. Они могут быть классифицированы на:

- физиологические нужды (пища, одежда, тепло, безопасность);
- социальные нужды (духовная близость, влияние, привязанность);
- личные нужды (знания, самовыражение).

Потребность – это специфическая форма удовлетворения нужды, соответствующая культурному образу личности индивида.

Запрос представляет собой потребность, подкрепленную покупательной способностью. Однако запросы населения являются не вполне надежными показателями. Людям надоедают вещи, которые сегодня не в моде или они ищут разнообразия для того, чтобы отличаться от основной массы.

Обмен – процесс получения от какого-либо желаемого товара для удовлетворения своих нужд и запросов с предложением взамен другого товара. Обмен товаров составляет основу функционирования системы маркетинга.

Единицей измерения в системе маркетинга является **сделка** или коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами (денежная или бартерная сделка). Сделка предполагает наличие нескольких условий двух ценностно-значимых объектов; согласованных действий и времени ее осуществления; обозначенного места проведения.

Рынок – совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которого осуществляется реализация товаров и услуг. Это существование реальных и потенциальных покупателей товара.

Рынок в маркетинге должен быть всегда и иметь вполне определенные характеристики: географическое положение, покупательские потребности, порождающие соответствующий спрос; емкость.

В зависимости от того, какие потребности определили спрос на соответствующий товар, могут быть пять основных видов рынка.

1. Потребительский рынок (рынок товаров народного потребления) – совокупность отдельных лиц, домохозяйств, которые приобретают товары и услуги для личного потребления.

2. Рынок производителей (рынок товаров производственного назначения) – совокупность физических лиц, организаций и предприятий, приобретающих товары и услуги для дальнейшего их использования в процессе производства других товаров и услуг.

3. Рынок посредников (промежуточных продавцов) – предприятия, организации и физические лица, приобретающие товары и услуги для дальнейшей перепродажи их с целью получения прибыли.

4. Рынок государственных учреждений – государственные организации и учреждения, которые

Если у вас нет
хорошего
товара, у вас
ничего нет

Одна из главных
заповедей
маркетинга

приобретают товары и услуги для осуществления своих функций.

5. Международный рынок – состоит из всех покупателей товаров и услуг, находящихся за пределами данного государства, включая отдельных физических лиц, включая физических лиц, производителей, промежуточных продавцов и государственные учреждения.

Важной характеристикой рынка является соотношение между предложением и спросом на данный товар. С учетом последнего фактора говорят о *рынке продавца* и *рынке покупателя*.

На рынке продавца свои условия диктует продавец. Это возможно тогда, когда существующий спрос превышает имеющиеся предложения. При таких условиях продавцу нет смысла исследовать рынок, его продукция все равно найдет сбыт, а в случае проведения исследования он понесет дополнительные затраты.

На рынке покупателя свои условия диктует покупатель. Такое положение заставляет продавца тратить дополнительные усилия по реализации своего товара.

7.3. Ключевые элементы маркетинга: товар, цена, местоположение, продвижение

Стратегия маркетинга сводится к управлению четырьмя ключевыми элементами – так называемые «**четыре Пи**» (product, price, place, promotion) – это товар, цена, местоположение, продвижение.

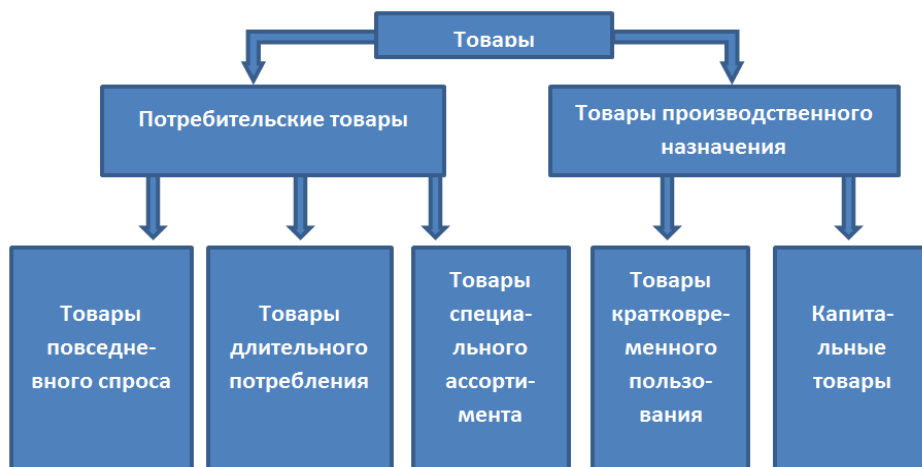
Товар – продукт труда или услуга, произведенные для продажи. С точки зрения маркетинга, это средство, с помощью которого можно удовлетворить определенную потребность.



Лично я люблю земляничку со сливками, но рыба почему-то предпочитает червяков. Вот почему, когда я иду на рыбалку, я думаю не о том, что люблю я, а о том, что любит рыба.

Дейл Карнеги

Товары делятся на две группы:



Товары повседневного спроса – легкодоступные товары и услуги, которые потребители приобретают часто и без долгих раздумий.

Товары длительного пользования – вещи, на решение о покупке которых потребители тратят много времени.

Товары специального ассортимента – товары, которым не существует замены, по мнению потребителей, и ради приобретения которых они готовы затрачивать больше усилий.

В зависимости от стоимости и срока службы товары производственного назначения делятся на товары кратковременного пользования и капитальные товары.

Товары **кратковременного пользования** – относительно недорогие, со сроком службы до одного года.

Капитальные товары – довольно дорогие, со сроком службы более года.

Цена означает стоимость, которую вы назначаете за свой товар. В соответствии со стадиями движения товара от производителя к потребителю различают следующие виды цен:

1. *Отпускные цены предприятия* – цена, с которой товар выходит с предприятия-изготовителя. Она состоит из себестоимости изготовления и прибыли предприятия.

2. *Оптовая цена торговли* – цена, которая включает в себя снабженческо-сбытовую наценку, помимо себестоимости и прибыли предприятия. Снабженческо-сбытовая наценка – это цена за оказание услуг по снабжению и сбыту, она включает в себя издержки снабженческо-сбытовых организаций и их прибыль.

3. *Розничная цена* – цена, по которой товар приходит к конечному потребителю, то есть цена, завершающая процесс ценообразования.

Ценообразование – это процесс установления цены на конкретный товар. В реальных условиях цены формируются под воздействием двух групп факторов – внутренних и внешних.

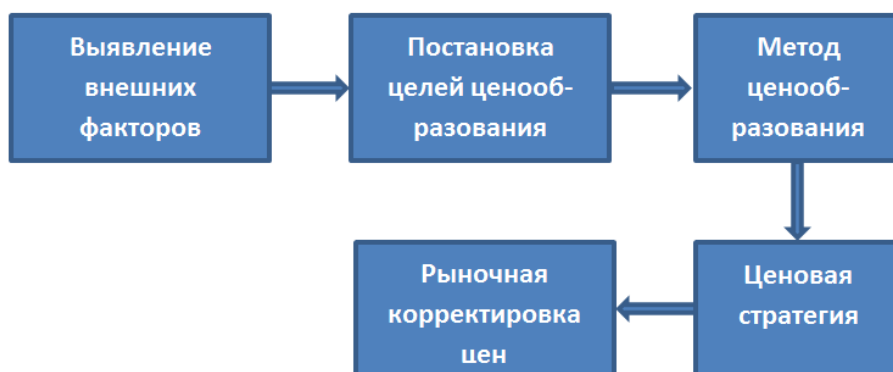
Внутренние факторы – зависят от самого предприятия.

Структура внутренних факторов: особые свойства товара, вид, способ производства, реклама, ориентация на рыночные сегменты, жизненный цикл товара, мобильность производства, длительность цикла товародвижения, организация сервиса, репутация предприятия на рынке.

Внешние или макроэкономические факторы не зависят от деятельности предприятия и учитывают изменение общеэкономических пропорций, условий в стране и за ее пределами.

Структура внешних факторов: политическая стабильность в стране, обеспеченность основными ресурсами, масштабы государственного регулирования экономики и цен, общий уровень инфляции, характер спроса, наличие и уровень конкуренции, совершенство налогового законодательства, внешнеэкономическая политика государства.

Процесс ценообразования состоит из следующих этапов:



1. Выявление внешних по отношению к предприятию факторов, влияющих на цены. Основные факторы, влияющие на цены: потребители, рыночная среда, участники каналов товародвижения (поставщики товаров, энергии и т.п.), государство.

Продавайте там, где продается лучше всего.

NN

2. Постановка целей ценообразования. Цена товара устанавливается в зависимости от целей, которые стремится достичь предприятие. Целями предприятия могут быть:

- Активизация сбыта.
- Максимизация текущей прибыли.
- Выживание – уровень цен крайне низкий, цель на краткосрочный период.
- Качество. Высокий уровень цен, долгосрочный характер цели.

3. Выбор метода ценообразования. После установления цели, предприятие выбирает метод ценообразования. Выделяют несколько методов установления цен:

Затратный – в основе формирования цены лежат издержки производства, к которым прибавляется процент прибыли предприятия.

Агрегатный – цена по этому методу определяется суммированием цен на отдельные составные части товара.

Параметрический – в основе этого метода лежит соотношение качественных параметров изделия, на основе чего определяется цена товара.

Метод текущих цен – используется для товаров массового потребления, пользующихся спросом.

Метод на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли – используется предприятием для достижения определенной конкретной величины прибыли. Исходя из этой величины, определяется цена товара.

4. Разработка ценовой стратегии. Под стратегией ценообразования понимают выбор коммерческим предприятием возможной динамики изменения исходной цены товара в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей его целям.

5. Рыночная корректировка цен. После установления цены товара и определения направления ее изменения, необходимо скорректировать цену с учетом влияния рынка.

Местоположение (управление сбытом) означает, как и где вы сможете получить доступ к потребителю.

Каналы распределения товаров – разработка эффективной системы сбыта и дистрибуции является одним из важнейших элементов стратегии маркетинга.

Необходимо разрабатывать такую систему сбыта и дистрибуции, которая бы позволила в максимальной степени осуществить следующее:

*Создайте
хороший
продукт,
внедрите его
идею в сознание
людей,
продайте веру
в него своим
продавцам и
научите их
передавать
эту веру
другим*

- усилить контроль над ценами для конечных покупателей,
- увеличить обратный поток информации о рынке,
- повысить прибыль путем уменьшения числа посредников,
- расширить охват различных регионов.

Канал распределения (сбыта) – это совокупность способов продвижения товара от производителя до потребителя.

Существуют следующие виды каналов распределения товаров:

1. Производитель – потребитель. Этот канал представляет собой прямую, непосредственную продажу товара производителем конечному потребителю. Например, частная пекарня продает свой хлеб в собственном магазине.

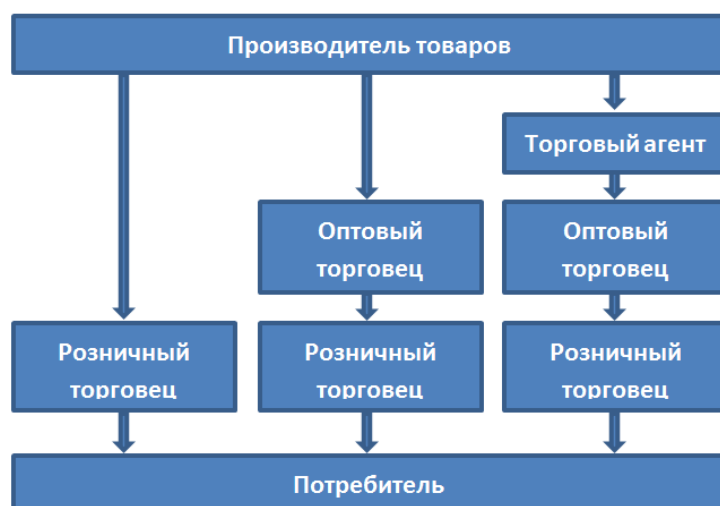
2. Производитель – розничный торговец – потребитель. В этом случае производители сначала продают свой товар розничным торговцам, которые затем перепродают товар конечному потребителю. Чаще всего такой канал используется для продажи одежды, мебели, обуви и т.д.

3. Производитель – оптовик – розничный торговец – потребитель. Такой канал распределения подходит для продажи бытовой техники, продуктов питания и т.д.

4. Производитель – торговый агент (брокер) – оптовик – розничный торговец – потребитель. Этот канал распределения используется в тех отраслях, в которых продажа товаров осуществляется специалистами.

Выбор канала распределения зависит от следующих факторов: количества мест продажи товаров, затрат на распределение, степени контроля за движением товара по каналам.

Каналы распределения товаров:



Продвижение означает вашу способность информировать ваших клиентов о своих товарах и услугах и как вы будете их привлекать к приобретению вашего товара.

Все четыре элемента маркетинга прочно взаимосвязаны. Они работают следующим образом: реклама и продвижение создают ожидание от товара, которое должно мотивировать потребителя на первую покупку и дальнейшее использование товара.

Варианты продвижения товара на рынок

Существуют десятки вариантов продвижения товара на рынок. У каждого из них есть как преимущества, так и недостатки. В самом общем виде их можно подразделить на следующие группы:

- *Реклама*
- *Прямая продажа конечному потребителю*
- *Стимулирование продаж*
- *Паблицити*
- *Общественные связи*
- *Сервис*

Реклама – это неличные формы коммуникации, осуществляемые с помощью платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования.

Массовая реклама

Требования к массовой рекламе

- ✓ Охват как можно большей территории.
- ✓ Привлечение внимания людей различного образа жизни, разных привычек, вкусов.
- ✓ Содержательность и развлекательность.
- ✓ Пренебрежение конкретными фактами и характеристиками.

Цель массовой рекламы – получение известности самой компании, принятие престижа компании, а также предоставление нового товара и создание определенного имиджа компании и ее продукции.

Средства массовой рекламы: телевидение, спонсорская деятельность, национальные периодические издания и т.д.

Массовая реклама – удел крупных производителей, банков, торговых объединений, которые стремятся создать имидж и ореол престижности фирме или товару (услуге), производимому этой фирмой. Массовая реклама – это дорогое удовольствие, ее могут позволить себе лишь богатые, мощные компании.

Производить то,
что продается,
а не продавать
то, что
производится

**Основной лозунг
маркетингового
подхода**

Прямая реклама

Требования к прямой рекламе

Если создатель массовой рекламы заботится о том, чтобы заинтриговать абстрактного покупателя, то создатель прямой рекламы должен быть понятен и убедителен для покупателя с четко определенными вкусами и предпочтениями.

Образы, создаваемые прямой рекламой, речевые обороты и интонации, используемые в ней, должны соответствовать принятым в выбранном для рекламы регионе. Создатель прямой рекламы должен быть на «короткой ноге» с покупателем.

Цель прямой рекламы – если массовая реклама интригует, то прямая реклама должна убеждать и побуждать к действию.

Средства прямой рекламы: местные программы телевидения, радио и печатные издания, прямая рассылка рекламных писем и других рекламных материалов, реклама по телефону, оформление витрин, организация выставок и другие специальные мероприятия, требующие творческого подхода и полета фантазии.

Носители (средства распространения) рекламы



Особое место занимает работа по выбору средств и каналов распространения рекламы. Требуется определить, какие это будут средства. Основными каналами распространения рекламных обращений являются: прямая почтовая реклама, рекламные материалы, передаваемые непосредственно потенциальному потребителю.

Именно от выбранных средств распространения рекламы будет зависеть информированность потенциальных покупателей или клиентов, а соответственно и ваши объемы продаж.

Прямая продажа, то есть предоставление товара «живьем» потенциальным покупателям. Непосредственный контакт с

покупателем особенно полезен для завершения сделки, после того как проведенная рекламная кампания уже подготовила его.

Стимулирование продаж. Купоны, розыгрыш призов для покупателей, выставки-продажи, карточки моментальной лотереи, бесплатные приложения к покупкам – это лишь несколько примеров из арсенала широко используемых способов стимулирования сбыта.

Паблицити (т.е. стимулирование интереса публики к деятельности фирмы с помощью средств массовой информации и отдельных лиц, как правило, не предусматривающее прямой оплаты). Сообщения в колонках новостей, объявления, статьи о фирме, ее новых товарах и ее служащих обеспечивают фирме известность – точно так же, как советы и слухи, которые распространяются от покупателя к покупателю.

Общественные связи. Успеху большинства фирм способствуют благоприятные отношения с общественностью. То есть необходимо поддерживать хорошие отношения с местным населением, спонсорами, государственными учреждениями, средствами массовой информации. Большинство потребителей предпочитают фирмы с хорошей репутацией, сумевших создать себе благоприятный образ уважаемой фирмы.

Сервис. Удовлетворение запросов покупателей, качественное обслуживание клиентов может гарантировать новые заказы в будущем. Сервис создает доверие к фирме. Примером может служить установление гарантийного срока товара, возможность возврата или обмена товара, устранение неисправности.

?

1. Оцените продукт, который Вы будете продавать?

Вопросы	Да	Нет
Существует ли потребность в данном товаре, услуге?		
Является ли спрос достаточно высоким, чтобы бизнес был прибыльным?		
Знаете ли Вы сезонные колебания продаж?		
Имеются ли на рынке аналогичные товары, услуги, произведенные конкурентами?		
Если да, дает ли вам товар, услуга заметные преимущества по сравнению с конкурентной продукцией?		

Безопасен ли ваш товар, услуга?		
Хорошо ли разработали процесс производства и продвижения товара, услуги на рынке?		
Способны ли вы привлечь финансовые средства, необходимые для производства и продвижения товара, услуги на рынке?		
Каков период окупаемости затрат и выдержит ли ваша фирма этот период?		
Продуман ли вопрос снабжения и материально-технического обеспечения, доступны ли сырье, материалы, комплектация в необходимых объемах?		

Подсчитайте количество полученных Вами положительных и отрицательных ответов и дайте оценку своему товару.

Ваши дела
процветают,
если у вас
достаточно
денег, чтобы
получить
кредит в
банке.

NN

8. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

8.1 Сущность бухгалтерского учета



В любом бизнесе необходимо вести тщательный и грамотный учет. Это нужно не только для отчетности перед государством и для уплаты налогов, но очень полезно и самому предпринимателю потому, что

сквозной и непрерывный учет хозяйственной деятельности позволяет провести анализ этой деятельности: определить, где происходит неразумная трата средств предприятия, насколько велика себестоимость продукции и за счет чего она увеличивается (или может быть уменьшена) и так далее.

Все предприятия независимо от их вида, форм собственности и подчиненности ведут бухгалтерский учет своего имущества и хозяйственных операций согласно действующему законодательству и нормативным документам.

Бухгалтерский учет – сплошное, непрерывное, взаимосвязанное отражение хозяйственной деятельности предприятия на основании документов в различных измерителях.

Основные объекты учета делятся на 2 группы:

1. средства (в бухгалтерском учете называются активы) – это то, чем владеет предприятие;
2. источники средств (в учете называются пассивы).

Средства (имущество) **предприятия** подразделяются на

- внеоборотные активы (основные средства, нематериальные активы, капитальные вложения, долгосрочные финансовые вложения).
- оборотные (материальные оборотные средства, денежные средства, дебиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения).

Среди **источников формирования средств** (финансовых ресурсов) выделяют:

- собственные финансовые источники (собственный капитал, уставный капитал, добавочный капитал,

Сбереженная
копейка –
копейка
заработанная

Английская
поговорка



резервный капитал, фонды накопления и социальной сферы, целевое финансирование).

- земные средства (кредиты банка, заемные средства, кредиторская задолженность).

Каждодневной задачей бухгалтеров является перенесение информации с оригиналов документов (бланков, чеков, счетов и ведомостей) в **реестры** (хронологическая запись операции).

Важно помнить, что реестр является первым местом, куда заносятся сведения о *хозяйственных операциях*.

Хозяйственная операция – это любое действие предприятия, в результате которого меняется размер и форма существования какой-то составляющей имущества предприятия.

Описание любой хозяйственной операции должно содержать:

- дату выполнения;
- наименование, номер и исполнителя соответствующего бухгалтерского документа;
- содержательную характеристику операции;
- основание, по которому произведена операция;
- сумму хозяйственной операции.

Документы бухгалтерского учета подразделяются на внутренние (книга учета хозяйственных операций, первичные учетные документы и т.д.) и внешние (баланс и приложения к нему).

Для группировки и текущего учета однородных хозяйственных операций используются *счета бухгалтерского учета*. На каждый вид хозяйственных средств и их источников открывается отдельный счет.

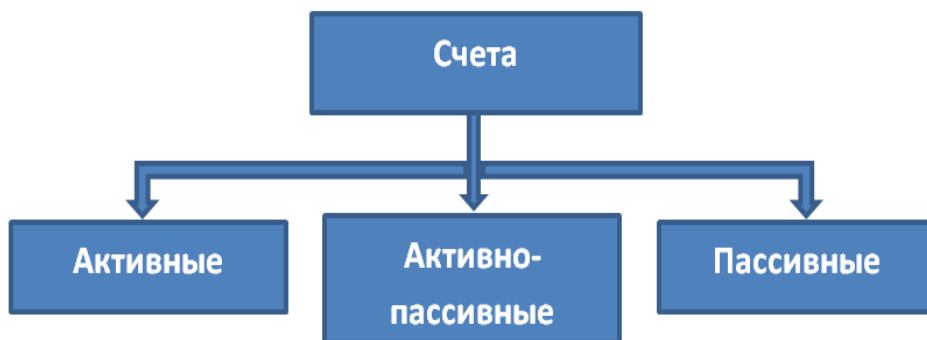
Строение счетов независимо от их вида одинаково – это таблица, левая сторона которой есть *дебет*, а правая – *кредит*. А такой способ отражения в учете суммы хозяйственной операции называется *проводкой*.

Общие правила составления проводок следующие:

1. если увеличиваются средства, то это дебет операции;
2. если средства уменьшаются, то это кредит операции;
3. если увеличиваются источники, то это кредит операции;
4. если источники уменьшаются, то это дебет операции.

Структура
активного счета

Дебет	Кредит
Остаток (сальдо) на начало периода (Сн)	
Операции, вызывающие увеличение (Од)	Операции, вызывающие уменьшение (Ок)
Остаток на конец периода (Ск)	
Ск=Сн+Од-Ок	



На *активных счетах* отражаются средства предприятия и их движение (например, основные средства, производственные запасы, готовая продукция, денежные средства, расчеты и т.п.). Активный счет возрастает по дебету, т.е. операции, увеличивающие его, отражаются в левой части (дебете) счета. Сальдо активного счета – остаток на конец и на начало периода – также записывается в дебет.

На *пассивных счетах* отражаются источники средств предприятия (например, уставный фонд или уставный капитал, прибыль) и обязательства предприятия (например, ссуда банка, невыплаченная заработная плата и т.п.). Пассивный счет возрастает по кредиту, т.е. операции, увеличивающие его, отражаются в правой части (кредите) счета. Сальдо пассивного счета – *остаток на конец* и на начало периода – также записывается в кредит.

На *активно-пассивных счетах* сальдо может быть как кредитовым, так и дебетовым.

По каждому виду объектов бухгалтерского учета – виду средств, их источнику и т.д. – открывается отдельный счет, на котором группируются итоги соответствующих хозяйственных операций.

Даже небольшое предприятие производит в течение года огромное количество хозяйственных операций. Поэтому при их учете могут появиться ошибки. Выявление ошибок обеспечивает **принцип двойной записи**. Этот принцип основан на том, что средства, которые использует предприятие, и источники этих средств равны: *средства=источникам*. При использовании принципа двойной записи финансовый результат любой хозяйственной операции фиксируется в двух местах: в дебете одного (нескольких) и кредите

Структура
пассивного счета

Дебет	Кредит
	Остаток (сальдо) на начало периода (Сн)
Операции, вызывающие уменьшение (Од)	Операции, вызывающие увеличение (Ок)
Ск=Сн+Ок-Од	Остаток на конец периода (Ск)

соответствующего другого (нескольких) счета (счетов). Такой способ отражения в учете суммы хозяйственной операции называется проводкой. В итоге любой хозяйственной операции сумма остатков в дебетовой части всех счетов, а сумма в средствах в любой момент времени должна быть равна сумме в источниках. Сравнение этих сумм и называется подведение баланса.

Вся хозяйственная деятельность предприятия фиксируется в **первичных учетных документах**. Первичный документ – это письменное свидетельство совершения хозяйственной операции (оплаты товара, выдачи наличных денег под отчет и т.п.).

"Положение о документах и документообороте в бухгалтерском учете" устанавливает, что первичные документы для придания им юридической силы должны иметь следующие обязательные реквизиты:

- *наименование документа (формы), код формы;*
- *дату составления;*
- *содержание хозяйственной операции;*
- *измерители хозяйственной операции (в количественном и стоимостном выражении);*
- *наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления, личные подписи и их расшифровки.*

Хранение первичных оправдательных документов для некоторых видов предпринимательства имеет большое значение в силу возросших полномочий налоговых органов. Такой детальный учет является подтверждением достоверности ваших отчетных данных. Независимой проверке счетов, т.е. ревизии, в большинстве западных стран подлежат бухгалтерские счета всех предпринимательских структур.

Информация, содержащаяся в первичных документах, заносится в **учетные регистры**.

Учетные регистры – это специально приспособленные листы бумаги для регистрации и группировки учетных данных.

По внешнему виду учетные регистры представляют собой:

- *книги (кассовая, главная),*
- *карточки (учета основных средств, учета материалов),*
- *журналы (свободные листы).*

Уберечь свои
деньги
стоит
больших
трудов, чем
добавить их

М. Монтень

По видам производимых записей регистры делятся на:

- *хронологические* (регистрационный журнал),
- *систематические* (главная книга счетов),
- *комбинированные* (журнальные ордера).

По степени детализации информации, содержащейся в учетных регистрах, они бывают:

- *синтетические* (главная книга счетов),
- *аналитические* (карточки),
- *комбинированные* (журналы-ордера).

Учетная политика предприятия является одним из его основных внутренних документов. Он составляется (пересматривается) и утверждается руководителем предприятия ежегодно, и весь бухгалтерский учет должен вестись в течение года в строгом соответствии с ним.

Ведение предприятием бухгалтерского учета возможно в двух формах. Для малых предприятий «Указаниями» рекомендована «простая форма бухгалтерского учета (без учета реестров учета имущества)». В этом случае учет ведется путем применения Книги учета хозяйственных операций (Главной книги).



Главная книга

предприятия – это документ, который в стандартной форме содержит перечень всех хозяйственных операций (и их проводки), произведенных в течение одного года.

Учет с использованием Главной книги максимально упрощен. Прежде, чем отражать хозяйственные операции на счетах, их необходимо открыть. Для этого на счетах в дебетовую или кредитовую часть записывают начальные остатки из баланса на последнюю предшествующую рассматриваемому периоду лет. На активных счетах начальный остаток (сальдо начальное) записывается в дебет, а пассивных – в кредит.

Все хозяйственные операции записываются в хронологическом порядке (по мере их совершения) с указанием суммы. Затем эта же сумма проставляется по дебету и кредиту соответствующих счетов. Ежемесячно выводятся обороты, т.е. изменения кредитовой и дебетовой частей каждого счета, и

*Налогообложение
– это искусство
ощипывать гуся
так, чтобы
получить
максимум перьев с
минимум писка*

Б. Кольбер

рассчитываются остатки по счетам (сальдо). Их используют при составлении баланса на начало следующего месяца.

Все предприятия любой организационно-правовой формы и формы собственности обязаны составлять бухгалтерскую отчетность, которая является завершающим этапом учетного процесса.

Бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении фирмы о результатах ее хозяйственной деятельности за отчетный период.

Эта отчетность в установленных формах содержит систему сопоставимых и достоверных сведений о реализованной продукции, работах и услугах, затратах на производство, об имущественном и финансовом положении предприятия и результатах его хозяйственной деятельности.

В состав бухгалтерской отчетности входят:

- бухгалтерский баланс;
- отчет о прибылях и убытках;
- отчет об изменении капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- приложение к бухгалтерскому балансу;
- отчет о целевом использовании полученных средств (для некоммерческих организаций);
- пояснительная записка;
- аудиторское заключение.

8.2 Налоги

Налоги – денежные платежи, взимаемые государством (центральными или местными органами власти) с предприятий и организаций, а также с населения, в государственный или местный бюджет.

Налоги служат государственным структурам денежным источником, обеспечивающим выполнение их задач.

Налоги значительно влияют на затраты и прибыль предприятия. Любое изменение ставок налогов или введение новых привлекает к себе внимание руководителей всех предприятий. В налоговой системе России поступления от отдельных налогоплательщиков направляются государству, областям, районам или муниципалитетам в зависимости от вида налога.

Объектами налогообложения могут быть прибыль предприятия, доходы, отдельные виды деятельности,

Гражданин
должен
платить
налоги с тем
же чувством, с
каким
влюбленный
дарит своей
возлюбленной
подарки.

Новалис

имущество предприятий, добавленная стоимость продукции работ или услуг, операции с ценными бумагами, пользование природными ресурсами и др.

Налоговые ставки устанавливаются налоговыми органами государства или другими органами государственной власти в соответствии с законодательством.

Налоговая система строится на сочетании прямых и косвенных налогов.

Прямые налоги – устанавливаются непосредственно на доход или имущество налогоплательщика. Денежные отношения возникают между государством и самим плательщиком, вносящим налог непосредственно в казну. Они делятся на реальные (уплачиваются с отдельных видов имущества) и личные (уплачиваются юридическими и физическими лицами по декларации).

Косвенные налоги – включаются в виде надбавки в цену товара или тарифа на услуги и оплачиваются потребителем. Продавец товара или услуги выступает посредником между государством и плательщиком. К косвенным налогам относятся акцизы, таможенные пошлины, фискальные монополии.

Налоги выполняют следующие **функции**:

1. Фискальная функция. Она заключается в том, что с помощью налогов формируются доходы государства, необходимые для его содержания.
2. Регулирующая функция. Она состоит в том, что государство, маневрируя налоговыми ставками, льготами, штрафами, условиями налогообложения, создает условия для ускоренного или замедленного развития тех или иных отраслей и производств.
3. Стимулирующая функция. Она проявляется в том, что с помощью налогов государство стимулирует научный прогресс, увеличивает число рабочих мест и развитие производства.
4. Распределительная функция. С ее помощью в бюджете аккумулируются денежные средства, которые могут быть направлены на решение общегосударственных проблем.

8.3 Виды налогов

1. Федеральные налоги – налоги и сборы, устанавливаемые Налоговым кодексом и обязательные к уплате на всей территории Российской Федерации. К ним относятся:

- налог на добавленную стоимость;

Налоги – это цена, которую мы платим за возможность жить в цивилизованном обществе.

О.У. Холмс

- акцизы;
- налог на доходы физических лиц;
- налог на прибыль организаций;
- налог на добычу полезных ископаемых;
- водный налог;
- сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов;
- государственная пошлина.

Налог на добавленную стоимость (НДС) – форма изъятия в бюджет части добавленной стоимости, создаваемой на всех стадиях производства и обращения и определяемой как разница между стоимостью реализованных товаров (работ, услуг) и стоимостью материальных затрат, относимых на издержки производства и обращения этих товаров.

Плательщиками НДС являются предприятия и организации, имеющие статус юридических лиц; индивидуальные предприниматели; филиалы, отделения и другие обособленные подразделения предприятия.

Объектами НДС являются обороты по реализации на территории России товаров собственного производства или приобретенных на стороне, выполненных работ и оказанных услуг; обороты по реализации товаров, работ или услуг внутри предприятия для нужд собственного потребления; обороты по реализации товаров, работ или услуг в обмен на другие товары, работы или услуги; обороты по передаче безвозмездно или с частичной оплатой товаров, работ или услуг; обороты по реализации предметов залога; товары, ввозимые в РФ.

Налогом на доходы физических лиц (НДФЛ) облагаются все физические лица, проживающие в Российской Федерации.

Налогом облагается общая сумма дохода (в денежной, в натуральной форме и в виде материальной выгоды), уменьшенная на сумму доходов, не облагаемых налогом и на сумму налоговых вычетов.

Налоговый вычет – твердая денежная сумма, уменьшающая доход работника при начислении налога. Вычеты бывают: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные.

Обязанности по исчислению НДФЛ с физических лиц и перечислению его в бюджет возложена на предприятия, на которых эти физические лица работают. Налог на доходы

Если вы нарушаете правила, вас штрафуют, если вы соблюдаете правила, вас облагают налогом.

Л. Питер

физических лиц должен быть перечислен не позднее того дня, в котором были получены наличные денежные средства на выплату дохода.

Налог на прибыль. Плательщиками налога на прибыль являются юридические лица, действующие на территории Российской Федерации, в том числе международные объединения и организации. Любое коммерческое предприятие или организация нацелено на получение валовой прибыли в процессе своей деятельности. Валовая прибыль представляет собой сумму прибыли от реализации продукции (работ, услуг), основных фондов и иного имущества предприятия и доходов от других операций, уменьшенную на сумму расходов по этим операциям. Валовая прибыль предприятия и является объектом обложения налогом на прибыль.

Ответственность за исчисление налога на прибыль и его перечисление в бюджет возложена на предприятия. Расчет налога на прибыль необходимо представлять в налоговую инспекцию ежеквартально.

НДС, налог на прибыль и налог на доходы физических лиц являются основными источниками налоговых поступлений в любой стране мира.

2. Региональные налоги и сборы – налоги и сборы, обязательные к уплате на территории соответствующих субъектов Российской Федерации, устанавливаются Налоговым кодексом и вводятся в действие законами субъектов Российской Федерации. К ним относятся:

- налог на имущество организаций;
- налог на игорный бизнес;
- транспортный налог.

Налогоплательщиками *налога на имущество* являются российские организации, иностранные организации, имеющие на территории Российской Федерации недвижимое имущество; *транспортного налога* – лица, на которых зарегистрированы транспортные средства, признаваемые объектом налогообложения.

3. Местные налоги – налоги и сборы, обязательные к уплате на территории соответствующих муниципальных образований, устанавливаются и вводятся в действие в соответствии с Налоговым кодексом, нормативными актами представительных органов местного самоуправления. К ним относятся:

- земельный налог.

Специальные налоговые режимы

- система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог);
- упрощенная система налогообложения;
- система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
- система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции.

Упрощенная система налогообложения организациями и индивидуальными предпринимателями применяется наряду с иными режимами налогообложения. Переход к упрощенной системе налогообложения осуществляется добровольно. Применение упрощенной системы налогообложения предусматривает освобождение от обязанности по уплате у организаций налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций и единого социального налога, у индивидуальных предпринимателей – налога на доходы физических лиц, налога на имущество физических лиц и единого социального налога. И организации, и индивидуальные предприниматели, применяющие упрощенную систему налогообложения, не признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость. Другие налоги уплачиваются в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

Индивидуальные предприниматели, осуществляющие предпринимательскую деятельность по услугам населению вправе перейти на упрощенную систему налогообложения на основе патента. Предприниматели, применяющие «упрощенку» на основе патента, вправе привлекать наемных работников, в том числе по гражданско-правовым договорам. В региональном законе определяются конкретные перечни видов предпринимательской деятельности, по которым разрешается применение патентной «упрощенки». По каждому виду деятельности устанавливается размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода.

Единый налог на вмененный доход (ЕНВД) – это система налогообложения отдельного вида деятельности, при которой налог уплачивается с заранее объявленного (вмененного) дохода (показателя). Этот налог охватывает те виды деятельности, где отмечается неучтенный наличный оборот или налоговый контроль за которыми почти невозможен, а

именно: розничная торговля, общественное питание, бытовое и транспортное обслуживание, оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию, распространение и размещение наружной рекламы, оказание услуг по временному размещению и проживанию и т.п.

Уплата организациями ЕНВД предусматривает освобождение от обязанности по уплате налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций и страховых взносов во внебюджетные фонды, у индивидуальных предпринимателей – налога на доходы физических лиц, налога на имущество физических лиц и страховых взносов во внебюджетные фонды на работников.

Организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками единого налога, не признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость.

Тарифы страховых взносов во внебюджетные фонды в 2012 году

Максимальный тариф страховых взносов в государственные внебюджетные фонды будет снижен с 34 до 30 процентов. Изменения в тарифах коснутся, в первую очередь, льготных категорий работодателей, применяющих упрощенную систему налогообложения. С 1 января 2012 года вступают в силу изменения, внесенные в закон о страховых взносах.

В 2011 году совокупный тариф страховых взносов составлял 34%. Из них 26% работодатели платили в Пенсионный фонд Российской Федерации, 2,9% – в Фонд социального страхования Российской Федерации, 3,1% и 2% – в Федеральный и территориальные фонды обязательного медицинского страхования соответственно.

Начиная с 2012 года, тариф страховых взносов в ПФР на период 2012-2013 гг. уменьшился с 26% до 22%.

Тариф страховых взносов в ФСС в 2012 году не изменился и остался на уровне 2011 года. С 1 января 2012 года страховые взносы в территориальные фонды ОМС больше не уплачиваются, при этом, совокупный тариф страховых взносов в ФФОМС составляет 5,1% и остался на уровне 2011 года.

С начала 2012 года изменился и список тех, кто имеет право на пониженный тариф страховых взносов. Теперь в этот список дополнительно входят субъекты малого

предпринимательства в производственной и социальной сферах, благотворительные организации и некоммерческие организации, работающие в социальной сфере, а также в сфере образования и науки. Также меньшие взносы заплатят организации, оказывающие инжиниринговые услуги, и аптечные организации, применяющие специальные режимы налогообложения.

?

1. По назначению все налоги делятся на (отметьте ✓):

*прямые и косвенные;
плохие и хорошие;
большие и маленькие;
общие и целевые;
левые и правые.*

2. К косвенным налогам относятся (отметьте ✓):

*акцизы;
таможенные пошлины;
налоги с продаж;
налоги с оборота;
фискально-монопольные налоги;
поимущественные налоги;
все налоги.*

3. Прямые налоги подразделяются на (отметьте ✓):

*реальные и нереальные;
личные и безличностные;
реальные и личные;
личные и общественные;
законные и незаконные;
кривые и ровные;
в полосу и в клеточку;
никак не подразделяются.*

Проверьте себя!!!

Рынки будут
существовать
только тогда,
когда
установится
определенный
моральный
порядок

**Эмиль
Дюркгейм**

9. ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательство, основанное на частной собственности и личном интересе, – неотъемлемая часть современной экономики.

Значение предпринимательства определяет его права и ответственность в обществе. Никакое законодательство, никакие контракты не в силах предусмотреть возможные повороты жизни. Очень часто предприниматель должен принимать решение исходя из того, что подсказывает здравый смысл и совесть.

Этика предпринимательства базируется на честности, открытости, верности данному слову, способности эффективно трудиться в соответствии с установленными правилами, традициями и действующим законодательством.

Стремясь возродить и приумножить былую славу российского предпринимательства, желая оставить в памяти будущих поколений благородный образ российского предпринимательства были сформулированы следующие принципы ведения дел, основанные на историческом опыте России и современной практике международного делового сообщества.

Основными ориентирами при формировании Принципов служили два документа – «Семь принципов ведения дел в России» (1912 год) и принципы бизнеса (Декларации Ко). Первый из них связывает данный документ с историей России, второй – с мировой деловой практикой.

Принципы личности

С психологической точки зрения понятия «личность» и «принципы» неразрывно связаны, поскольку принцип – это основное, базовое, постоянное правило поведения, а личность – устойчивая этическая индивидуальность. Чем последовательнее человек в своих взглядах, поступках и оценках, чем принципиальнее он, тем полнее он сформировался как личность.

1. Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли

Этот принцип уже несколько веков живет на Руси.

Показатель делового успеха – прибыль. Прибыль, несомненно, главная цель предпринимательства. Расхождения начинаются, когда речь заходит о средствах и цене достижения

*Кто признает
обязанности
по отношению
к себе, тот
признает их и
по отношению
к другому*

Г. Гауптман

цели. Поскольку центральная проблема этики – это проблема соотношения цели и средств, то в данном случае подчеркивается, что моральный компромисс – слишком дорогая цена даже на большую прибыль.

С другой стороны, соответствие высоким моральным принципам гарантирует прибыль, поскольку обеспечивает хорошее качество товара и услуг, владение современной технологией общения, репутацию надежного, компетентного и порядочного партнера. Так что в конечном итоге оказывается, что «честным быть выгоднее».

2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств

Человека делают человеком его отношения (связи) с другими людьми. Отношение к другому человеку, другим людям составляет саму суть человеческой жизни. От того, насколько оно позитивно или негативно, зависит поведение человека, его поступки. Деловая активность не составляет исключения. Признать в партнере его право на человеческое, то есть положительное, внимательное отношение – это необходимая морально-психологическая основа, на которой возможно эффективное деловое сотрудничество. Признание в другом человеке человека и есть то, что называют уважением.

3. Воздерживайся от насилия или угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей

Не секрет, что в современной российской действительности многие деловые решения вынужденно принимаются под давлением: будь то «нажим» делового партнера или представителей криминального мира. Также не тайна ни для кого, что и сами предприниматели в условиях малоэффективной системы арбитража порой прибегают к сомнительным услугам для решения споров.

Принципы профессионала

Эти принципы непосредственно связаны с самой сутью предпринимательства – созданием и успешным, то есть прибыльным ведением дела. Они представляют собой некоторые ориентиры при принятии профессиональных решений.

Не может
управлять
другими тот,
кто не в
состоянии
управлять
самим собой

Английская
поговорка

4. Всегда веди дело сообразно средствам

Рекомендация касается чрезвычайно важной и не всегда осознаваемой стороны предпринимательства – умения рассчитывать риск, не поддаваться азарту, без которого истинное предпринимательство невозможно.

5. Оправдывай доверие. В нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера

Взаимное доверие – важнейший, если не самый важный психологический компонент успешного социального взаимодействия. Никакая, даже самая детализированная юридическая система не в состоянии его заменить. И наоборот, при наличии доверия не нужна сама юридическая регламентация. Испокон веков партнеры, доверяющие друг другу, выполняли взаимные обязательства без какого-либо юридического документа, верили друг другу на слово. Более того, высшей оценкой в деловом мире считается возможность «положиться на слово». В современном мире, несмотря на весьма развитую юридическую систему обеспечения деловых отношений, роль доверия не только не уменьшается, она даже возрастает.

6. Конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки

Для современного делового мира все более характерной становится стратегия взаимного выигрыша, и не столько из-за высокого уровня морального сознания, сколько из-за практической оценки выгод сотрудничества, по сравнению с потерями при конфронтации.

Большинство рекомендаций по формированию доверия сводится к тому, что желающий завоевать доверие должен начинать с себя, проявлять инициативу, демонстрировать открытость и т.п.

Принципы гражданина России

Российских предпринимателей всегда отличало чувство высокой социальной ответственности: перед страной, обществом. Современное мировоззрение не в полной мере

То, что мы
делаем,
меняет нас
больше, чем
то, что
делают с
нами

Гилман

учитывает эту традицию. Поэтому следующая группа принципов выходит на уровень взаимоотношений российского предпринимателя с обществом и государством.

7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти

Отношения с властью – важный и болезненный вопрос для российских предпринимателей. Глубоки исторические корни этой проблемы, и суть ее в том, что в России предприниматель часто был притесняем властями.

Рекомендация соблюдать законы и подчиняться власти отнюдь не означает безропотного подчинения. О том, что необходимо делать, если закон не справедлив и мешает разумному ведению дел, говорит следующий принцип.

8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов

Этот принцип ориентирует предпринимательство на законные действия по отношению к закону и власти. В настоящее время промышленники и предприниматели стали заявлять о себе как о силе, готовой отстаивать свои интересы законным, цивилизованным способом в законодательных собраниях.

9. Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания

В наше время колоссального влияния средств массовой информации и возросшей роли рекламы, профессиональной деятельности служб по развитию общественных связей, порой трудно провести грань между добрыми делами, творимыми ради людей, и делами, лишь выглядящими таковыми.

Совершение добрых поступков нужно в первую очередь самому предпринимателю для сохранения и укрепления собственной морально-психологической основы, для принятия правильных деловых решений.

Принципы гражданина Земли

Интернационализация бизнеса, его глобализация составляют неотъемлемую черту современного мира.

Экологический кризис, мощное использование природных ресурсов, преступность и коррупция в таком масштабе были

Оказывайте
влияние на
тех, кто
оказывает
влияние на
других

**Джон
Фэргайлд**

совершенно немыслимы в прошлые века. Эти реальности объединяются своим глобальным характером. Их масштаб требует иного отношения. В практике современного бизнеса все чаще возникают ситуации, когда при принятии решения необходимо учитывать и то, как оно повлияет на мир, планету в целом.

10. При создании и ведении дела, как минимум, не наноси ущерба природе

Время безоглядной эксплуатации природы безвозвратно ушло в прошлое. Это чувствуется даже в России с ее гигантскими ресурсами.

Промышленная деятельность человека превратилась в глобальный географический фактор. В большинстве стран мира экологический кризис проявляется острее. Мировое сообщество все более организовано начинает управлять потреблением природных ресурсов, регулировать отношение к природе. Во всех странах принимаются законодательные акты, в соответствии с которыми закрывается доступ на рынок товаров и продуктам, производство которых сопряжено с экологическими преступлениями. Таким образом, быть нравственным предпринимателем не только рекомендуется, но и предписывается с соответствующими санкциями за нарушение правил.

11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодными всем

Нынешнее положение имеет массу причин: несовершенство законодательства, финансовая нестабильность, вымогательство со стороны криминальных структур и т.д. Но одной из несомненных причин является отношение самих предпринимателей к этим проблемам, их неспособность выступить единым фронтом и организовать согласованные действия по их решению. Предприниматели в большинстве случаев предпочитают решать проблемы в одиночку, давая взятки. Однако рано или поздно все равно наступит момент, когда придется восстать против хищничества, но тогда это будет труднее. Примером служит история бизнеса в США, где криминальный бизнес ныне вытеснен в сферу так называемых человеческих пороков, к которым относятся азартные игры, проституция, наркомания. Показательно, что самая заветная мечта разбогатевших в этой сфере – отмыть грязные деньги и

Работая
только ради
материальных
благ, мы сами
себе строим
тюрьму.

**Антуан де
Сент-
Экзюпери**

стать уважаемым бизнесменом, пользоваться уважением нормального общества.

12. Проявляйте терпимость к представителям других культур, верований и стран. Они не хуже и не лучше нас, они просто другие

Восприятие представителей других национальностей и стран с точки зрения своей культуры – неотъемлемая черта человеческого существования. Иногда она развивается в одну из своих крайностей: комплекс превосходства (национализм) или комплекс неполноценности. В связи с растущей интернационализацией экономики умение выработать рациональную, взвешенную позицию без впадения в одну из этих двух крайностей становится важной морально-психологической проблемой.

Было бы наивно рассчитывать, что достаточно опубликовать принципы и они будут приняты как руководство к действию. Тем более в экономических и социально-политических условиях современной России. На их пути масса внутренних и внешних препятствий, преодолеть которые по разным причинам далеко не просто.

Говоря о предпринимательской этике, нельзя не затронуть и такое важное для сферы бизнеса понятие, как деловой этикет – система правил поведения при осуществлении деловых контактов.

Общие принципы культуры поведения конкретизируются основными требованиями этикета:

- *вежливость* в сфере деловых отношений считается экономической категорией, содействующей повышению прибыли, способом сохранить хорошие отношения, что оборачивается выгодой. Дефицит вежливости вызывает у людей раздраженность, излишнюю нервозность, которые по правилам этикета следует сдерживать;
- *корректность* или умение держать себя в рамках приличий особенно важно, если приходится иметь дело с человеком, не заслуживающим уважения. Грубость никогда не приносила хороших результатов;
- *тактичность* и *деликатность* помогают предупредить ситуации, создающие неловкость;
- *скромность* и *естественность* поведения являются признаками воспитанного человека,

свидетельствующими о цельности его личности, умении всегда владеть собой, что обычно располагает к человеку и способствует эффективному решению деловых вопросов;

- *точность* и *обязательность* – это проявление таких качеств человека, как способность анализировать обстановку, оценивать свои, чужие поступки, прогнозировать последующие действия. Деловой человек не дает пустых обещаний. Пунктуальность, позволяя сберечь свое и чужое время, укрепляет репутацию, формирует мнение о партнере как человеке обязательном, на которого можно положиться. Точное соблюдение обязательств – лучшая черта делового человека.

?

1. Какие принципы лежат в основе предпринимательской этики?

2. Может ли предприниматель не признавать этические нормы бизнеса и деловой этикет, и как это отразится на его репутации?



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие малого предпринимательства является важным элементом экономического потенциала Чувашии, снижения социальной напряженности, повышения уровня занятости, увеличения поступлений в бюджеты всех уровней. Малый бизнес наиболее гибок и маневренен, не требует для развития больших затрат и дает быструю отдачу. А это означает, что он экономически и социально востребован.

Чувашия – благодатный край для развития малого бизнеса, так как здесь есть и крупная промышленность, и мощный аграрный сектор, и развитая транспортная сеть. А это как раз и есть сфера приложения малого предпринимательства. Резервы роста находятся в плоскости создания естественных условий для бурного развития индивидуальной предпринимательской деятельности.

Развитие малого бизнеса – это принципиальная политика руководства Чувашской Республики. Именно поэтому она ориентирована на создание благоприятных условий для предпринимательства и формирования соответствующих мер и механизмов поддержки этого важного сектора экономики.

Для того, чтобы вы сориентировались в бурном море современных бизнес – отношений и предпринимательства была создана эта книга.

В добрый путь!

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Андреева О.Д.* Технология бизнеса: маркетинг. М.: Дело, 2001.
- Басовский Л.Е.* Маркетинг: Курс лекций. – М.: Инфра-М, 2001. – 219 с. – (Серия "Высшее образование").
- Виханский О. С., Наумов А. И.* Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. – М.: МГУ, 2003.
- Горбатова Е.В.* Язык переговоров. Как договориться с кем угодно о чем угодно. – М.: Центрполиграф, 2009. – 190 с.
- Грибов В.Д.* Основы бизнеса: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 160 с.
- Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1. – М.: Юридическая литература, 1995.
- Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.2. – М.: Юридическая литература, 1996.
- Деловое планирование: Учеб. пособие/Под ред. *В.М. Попова.* – М.: Финансы и статистика, 2000.
- Данилов В.Д.* История чувашского края. Чувашское книжное издательство, 2004.
- Дафт Р. Л.* Менеджмент. – СПб.: Питер, 2009. – 800 с.
- Дорофеев В.Д.* Менеджмент: учеб. пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 440 с.
- Ильичева Е.В.* Учет на предприятиях малого бизнеса. – Старый Оскол: ТНТ, 2006. – 432 с.
- Кабушкин Н.И.* Основы менеджмента: Учеб пособие. – М.: Новое знание, 2009. – 336 с.
- Каморджанова Н.А, Карташова И.В.* Бухгалтерский финансовый учет. – СПб: Питер, 2008. – 465.
- Кибанов А.Я.* Основы управления персоналом. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 447 с.
- Кондраков Н.П., Кондраков И.Н.* Бухгалтерский учет на малых предприятиях. – М.: Проспект, 2010.
- Котлер Ф., Армстронг Г.* Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2007. – 1200 с.
- Кретов С.И.* Предпринимательство: сущность, директивы и перспективы. – М.: Знание, 2002. – 260 с.
- Лапуста М.Г.* Предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 608 с.
- Лапыгин Ю.Н.* Бизнес-план: стратегии и тактика развития компании: практическое пособие. – М.: Омега-Л, 2009. – 352 с.
- Максютов А.А.* Бизнес-планирование развития предприятия. – М.: Альфа-Пресс, 2005. – 288с.
- Маренков Н.Л.* Управление персоналом организации. – М.: Акад. проект: Трикта, 2005. – 464 с.

- Маркова В.Д., Кузнецова С.А.* Стратегический менеджмент: курс лекций : учеб. пособие для студ. вузов. - М.-Новосибирск : ИНФРА-М - Сибирское соглашение, 2007. - 287 с.
- Маслова Т.Д.* Маркетинг: учеб. для вузов. 2-е изд. доп. – СПб.: Питер, 2007. – 400 с.
- Основы предпринимательского дела/Под ред. *Ю.М. Осипова*-М.: Бек, 2002.
- Панченко Е.А.* Социально-психологические характеристики личности индивидуальных предпринимателей с различным типом саморегуляции. – Самара, 2010. – 26с.
- Полукаров В.Л.* Основы менеджмента: Учеб. пособие для вузов- М.: КноРус, 2009. – 240 с.
- Татеиси К.* Вечный дух предпринимательства.- М.: Москва, 2004.
- Павлова Н.Н.* Маркетинг в практике современной фирмы. – М.: Норма, 2008. – 370 с.
- Фатхудинов Р.А.* Стратегический менеджмент: учебник. 9-е изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2008. – 448 с.
- Хруцкий В.Е.* Современный маркетинг. М.: Финансы и статистика, 2003. – 560 с.
- Шейнов В.П.* Как управлять другими. Как управлять собой: (Искусство менеджера) – 2-е изд., доп.- Минск: Амалфея, 1996.
- Юкша А.Я.* Индивидуальный предприниматель. – М.: РИОР, 2008. – 138 с.

**ИНФРАСТРУКТУРА ПОДДЕРЖКИ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

1. Министерство экономического развития, промышленности и торговли Чувашской Республики, отдел развития предпринимательства и ремесел;
2. Автономное учреждение Чувашской Республики «Республиканский бизнес-инкубатор по поддержке малого и среднего предпринимательства и содействию занятости населения» Министерства экономического развития, промышленности и торговли Чувашской Республики;
3. Евро Инфо Корреспондентский Центр – Чувашская Республика на базе Республиканского бизнес-инкубатора;
4. Автономная некоммерческая организация «Агентство по поддержке малого бизнеса в Чувашской Республике»;
5. Автономная некоммерческая организация «Гарантийный фонд Чувашской Республики»;
6. Открытое акционерное общество «Лизинговая компания малого бизнеса»;
7. Некоммерческое партнерство «Технопарк «Интеграл»;
8. Совет модернизации и технологического развития экономики Чувашской Республики при Президенте Чувашской Республики

Миссия (главная цель)

Миссией Автономного учреждения Чувашской Республики «Республиканский бизнес-инкубатор по поддержке малого и среднего предпринимательства и содействию занятости населения» Министерства экономического развития, промышленности и торговли Чувашской Республики является формирование благоприятного предпринимательского климата для активизации процесса создания новых и развития действующих субъектов малого и среднего предпринимательства Чувашской Республики.

Большая поддержка – малому бизнесу!

Основные направления деятельности АУ ЧР «РБИ» Минэкономразвития Чувашии

- предоставление в аренду начинающим субъектам малого предпринимательства нежилых помещений Республиканского бизнес-инкубатора, оборудованных компьютерной техникой, мебелью, телефоном, доступом в Интернет на льготных условиях;
- почтово-секретарские услуги;
- консультационные услуги по вопросам налогообложения, бухгалтерского учета, кредитования, правовой защиты и развития организации;
- доступ к информационным базам данных;
- офисные услуги (конференц-залы, учебные классы, техника коллективного доступа);
- сопровождение бизнеса и оказание консультационной поддержки предпринимателям, в том числе размещенным в Республиканском бизнес-инкубаторе;
- предоставление услуг субъектам малого и среднего предпринимательства по подбору информации по заданной тематике из российских и международных сетей баз данных;
- содействие субъектам малого и среднего предпринимательства в разработке бизнес-планов и технико-экономических обоснований на бесплатной основе;
- проведение маркетинговых социологических исследований, в том числе в муниципальных образованиях по вопросам организации и ведения предпринимательской деятельности с выявлением проблем малого и среднего предпринимательства;

- содействие в сборе необходимых пакетов документов представителей малого и среднего предпринимательства для получения государственной поддержки;
- повышение профессионального уровня предпринимательской деятельности;
- формирование благоприятного общественного мнения о значимости развития малого и среднего бизнеса, в том числе проведение конкурсов среди предпринимателей и молодежи;
- организация конференций, семинаров, тренингов, встреч, круглых столов, деловых контактов;
- предоставление информации о техническом обеспечении информационно-консалтинговой деятельности, направленной на поддержку малого и среднего предпринимательства;
- поддержание работы информационной сети;
- обучение предпринимателей на курсах компьютерной грамотности;
- специальная подготовка по работе в INTERNET;
- подготовка и выпуск информационных изданий по вопросам, связанным с ведением предпринимательской деятельности.

Автономное учреждение Чувашской Республики
«Республиканский бизнес-инкубатор по поддержке малого и
среднего предпринимательства и содействию занятости
населения» Министерства экономического развития,
промышленности и торговли Чувашской Республики

428000, Россия, Чувашская Республика,
г. Чебоксары, пр. Ленина, 12Б
e-mail: mail@rbi21.ru
Web: www.rbi21.ru

Приемная:

Тел./факс (8352) 62-12-77, 62-65-08

Отдел экономики и содействия занятости населения:

Тел./факс (8352) 62-29-09
e-mail: opp1@rbi21.ru

Евро Инфо Корреспондентский центр – Чувашская Республика:

Тел. (8352) 230-200
e-mail: eicc@rbi21.ru

Административно-хозяйственная часть:

Тел./факс (8352) 62-12-77, 62-65-08

**Информационное издание для школьников и студентов
«Как начать собственное дело» подготовлено при
поддержке
Министерства экономического развития, промышленности
и торговли Чувашской Республики**

Подписано в печать 20.01.2012 г.

Бумага офсетная
Тираж 800 экз.

Печать оперативная
Заказ № 377

Индивидуальный предприниматель Суворов Вячеслав Геннадьевич,
тел. (8352) 625-736
428000, г.Чебоксары, пр. Ленина, 12Б.

