

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Институт управления, экономики и финансов

Кафедра антикризисного управления и оценочной деятельности

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы бизнеса

ФГОС ВПО третьего поколения

профессиональный цикл

Направление 080100.62

Профили

Экономика

Бухгалтерский учет, анализ и аудит,

Экономика труда,

Экономика предприятий и организаций

бакалавр

Квалификация (степень)

Принята на заседании кафедры Антикризисного управления и оценочной деятельности
(протокол № 1 от «29» сентября 2014 г.)

Заведующий кафедрой

Якупова Н.М.

Утверждена Учебно-методической комиссией института
(протокол №2 от «24» ноября 2014г.)

Председатель комиссии

Дашин А.К.

Казань 2014

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО третьего поколения.

Автор: старший преподаватель Ивановский И.А.
кандидат экономических наук, ассистент Яковлев В.Ю.

Рецензенты: кандидат экономических наук, доцент Салахиеva M.Ф.
кандидат экономических наук, доцент Бурганова Р.А.

1. Цель и задачи дисциплины

Цель – получение студентами систематизированных знаний в области теоретических основ и практических навыков в сфере организации и ведения бизнеса в Российской Федерации.

Задачами дисциплины являются:

- освоение студентами основных концепций и понятий основ бизнеса,
- закрепление и систематизация знаний базовых принципов организации и ведения бизнеса в Российской Федерации,
- рассмотрение и анализ условий повышения эффективности коммерческих предприятий и реализации ими вариантов развития бизнеса в различных отраслях экономики.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б3.ДВ.2 профессионального цикла дисциплин и относится к дисциплинам по выбору". Осваивается на третьем курсе (6 семестр).

Изучению дисциплины Основы бизнеса предшествует освоение следующих дисциплин: Экономика организаций, Корпоративные финансы, Микроэкономика, Бухгалтерский учет.

Данная дисциплина способствует освоению специальных дисциплин профилей.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- экономико-правовые основы бизнеса;
- методологическую базу организации и ведения бизнеса;
- особенности, преимущества и недостатки видов и организационно-правовых форм предпринимательства;
- методы конкурентного соперничества, стратегии создания конкурентного

преимущества на рынке и особенности антимонопольного регулирования экономики;

- современные проблемы организации бизнеса в России.

Уметь:

- оценивать эффективность коммерческих предприятий;
- разрабатывать бизнес-проект и учредительные документы фирмы;
- применять методы оценки предпринимательских рисков.

Владеть:

- навыками подготовки, оценки и реализации проектов развития бизнеса в различных отраслях экономики;

- навыками организации, реорганизации и ликвидации предпринимательских фирм и оформления рабочей документации;

- инструментами регулирования экономических взаимоотношений между субъектами бизнеса;

Демонстрировать способность и готовность:

- осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач в сфере организации и развития бизнеса;

- выбрать и применить инструментальные средства для обработки экономических данных в сфере организации и управления бизнесом в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов экономической эффективности и обосновать полученные выводы.

В результате освоения дисциплины формируются компетенции: ПК-4, ПК-5.

Профессиональные:

- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач в сфере организации и развития бизнеса (ПК-4);

- способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в сфере организации и управления бизнесом в

соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов экономической эффективности и обосновать полученные выводы (ПК-5).

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестр
		6
Аудиторные занятия (всего)	36/1	36/1
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия	18 (8*)	18
Самостоятельная работа (всего)	36/1	36/1
Форма итогового контроля	зачет	зачет
Общая трудоемкость час / зачетных единиц	72/2	72/2

*Занятия в интерактивной форме

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и содержание бизнеса

Сущность бизнеса и предпринимательства. Инновационный характер предпринимательства. Цели бизнеса. Функции бизнеса: общееconomическая, ресурсная, инновационная, социальная, организаторская, политическая. Родовые признаки бизнеса.

Система современного бизнеса, включающая субъекты деловых отношений (предприниматели, потребители, работники по найму, государственные структуры), инфраструктуру бизнеса, системы управления, изучения контрагентов, оценки деятельности и собственные внутренние импульсы развития (конкуренция). Малый, средний и крупный бизнес.

Формы бизнеса с позиции стадий воспроизводства, с позиции научно-технического прогресса, по критерию охвата экономического пространства, по

уровню организации хозяйственной жизни, с точки зрения государственного и правового статуса. Концепции бизнеса развитых стран мира. Развитие предпринимательства в России.

Виды предпринимательства. Субъекты бизнеса. Физические лица. Предпринимательская деятельность гражданина без образования юридического лица: индивидуальное предпринимательство. Частное предпринимательство. Малые предприятия. Государственные предприятия. Организационно-правовые формы предпринимательства. Взаимосвязь особенностей бизнеса и его организационно-правовой формы.

Тема 2. Организация и регистрация предпринимательской фирмы

Подготовительный этап создания предпринимательской фирмы. Учредители и участники предпринимательской фирмы. Разработка концептуальной идеи. Определение целей создания фирмы и разработка бизнес-плана. Организационный этап создания предпринимательской фирмы.

Формирование уставного капитала, оплата акций и ценных бумаг, управление обществом, унитарными предприятиями.

Порядок государственной регистрации предприятий. Перечень документов, необходимых для постановки на учет юридического лица в различных органах.

Лицензирование и саморегулирование деятельности предприятий отдельных отраслей. Лицензирующие органы. Перечень предоставляемых документов на получение лицензии. Приостановка или аннулирование действия лицензии.

Тема 3. Реорганизация и прекращение деятельности фирмы

Реорганизация фирмы. Добровольная и принудительная реорганизация. Слияние и поглощение предпринимательских фирм. Причины слияний и поглощений. Механизмы слияний и поглощений. Способы защиты от угрозы поглощений. Процессы слияний и поглощений в современной российской экономике.

Механизм реорганизации. Разделительный баланс при разделении и выделении фирм. Передаточный акт при преобразовании фирмы и его содержание.

Ликвидация фирмы. Причины и порядок ликвидации фирмы. Формы ликвидации фирмы. Очередность удовлетворения требований кредиторов ликвидируемой фирмы. Процедура снятия с налогового учета и исключения из единого государственного реестра юридических лиц. Функции ликвидационной комиссии.

Тема 4. Конкуренция в системе бизнеса

Понятие конкуренции и ее характерные черты. Виды конкуренции. Методы конкурентного соперничества: ценовые и неценовые. Приемы недобросовестной конкуренции, запрещенные законодательством. Этапы конкурентной борьбы

Стратегии конкуренции. Типы конкурентного поведения фирмы. Виды конкурентов (виоленты, патиенты, эксплеренты, коммутанты), и их стратегии.

Конкуренция и монополия. Антимонопольное регулирование экономики. Обзор состояния конкуренции в России.

Тема 5. Коммерческая деятельность фирмы

Понятие и виды коммерческих сделок. Международные и внутренние сделки. Односторонняя, двусторонняя и многосторонняя сделка. Устная и письменная сделка.

Методы и технология заключения коммерческих сделок.

Нотариальное удостоверение сделки. Государственная регистрация сделки. Недействительность сделок (мнимая и притворная сделки).

Сущность договора. Виды договоров: публичный, предварительный, договор присоединения, договор в пользу третьего лица, договор купли-продажи, договор поставки, договор подряда, договор страхования, договор займа, кредитный договор.

Причины изменения или расторжения договора. Технология заключения, изменения и расторжения договора. Понятие существенного нарушения договора.

Тема 6. Деловые интересы в бизнесе

Партнерские связи. Формы сотрудничества в сфере производства: производственная кооперация, лизинг, франчайзинг, проектное финансирование, лицензирование, концессия, управление по контракту, подрядное производство.

Понятие франчайзинга. Механизм взаимоотношений франчайзера и франчайзи. Специфика и сферы развития франчайзинга в Российской Федерации. Товарные посредники. Формы сотрудничества в сфере товарообмена: бартер, встречная поставка как разновидность бартера, коммерческая триангуляция.

Формы сотрудничества в финансовой сфере. Сущность факторинга и коммерческого трансфера. Посредники на рынке финансовых, инвестиционных и информационных услуг.

Малый бизнес в Российской Федерации: противоречия развития.

Крупный бизнес. Организационные формы крупного бизнеса. Концерн, конгломерат, холдинг: мировой и российский опыт развития и применения. Крупнейшие российские и международные компании.

Тема 7. Предпринимательский риск

Сущность предпринимательского риска. Отличия между понятиями «риск» и «неопределенность». Классификация предпринимательских рисков. Виды рисков (страховой, валютный, налоговый, организационный, ресурсный, портфельный, кредитный, инновационный.).

Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. Управление предпринимательскими рисками. Принципы управления риском. Этапы управления предпринимательским риском.

Способы снижения или нейтрализации риска. Показатели риска и методы его оценки (статистический, экспертный, расчетно-аналитический).

Тема 8. Инновационное предпринимательство

Сущность инновационного предпринимательства. Понятие инноваций и инновационной деятельности. Виды инновационного предпринимательства: продуктивные инновации, технологические инновации, социальные инновации. Организация и управление инновационным предпринимательством.

Организационные формы инновационного предпринимательства. Крупные организационные структуры инновационного бизнеса (ФПГ, консорциумы, неофициальные (договорные) союзы). Венчурные предприятия. Технопарковые структуры (инновационные центры, научные парки, технопарки, техноцентры, технополисы, конгломераты технополисов и научных парков).

Проблема коммерциализации инноваций. Противоречия инновационных процессов в российских компаниях. Механизм венчурного финансирования и его национальные особенности. Проблемы развития венчурного финансирования в Российской Федерации.

Тема 9. Инфраструктура бизнеса

Понятие инфраструктуры бизнеса и ее основные функции. Характеристика основных элементов инфраструктуры бизнеса: товарные, сырьевые, фондовые и валютные биржи, формы организованного небиржевого сотрудничества (аукционы, ярмарки), биржи труда, средства деловой коммуникации, рекламно-информационные агентства, торговые палаты, страховые компании, система подготовки кадров, консалтинговые и аудиторские компании и т.д. Товарные посредники. Посредники на рынке финансовых, инвестиционных и информационных услуг.

Механизмы финансирования бизнеса. Альтернативные источники финансирования бизнеса. Кредитное и акционерное финансирование: сравнительный анализ. Особенности финансирования современных российских компаний.

4.3. Структура дисциплины

Наименование тем дисциплины	Виды учебной работы (час)			Всего (час)	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Семинарские (практические) занятия	CPC		
1. Понятие и содержание бизнеса	2	2	4	8	Устный опрос, решение практических заданий
2. Организация и регистрация предпринимательской фирмы	2	2*	4	8	Презентация плана организации и регистрации фирмы
3. Реорганизация и прекращение деятельности фирмы	2	2	4	8	Устный опрос, решение практических заданий
4. Конкуренция в системе бизнеса	2	2	4	8	Устный опрос, решение практических заданий
5. Коммерческая деятельность фирмы	2	2*	4	8	Презентации и обсуждение докладов
6. Деловые интересы в бизнесе	2	2	4	8	Устный опрос, решение практических заданий
7. Предпринимательский риск	2	2*	4	8	Презентации и обсуждение докладов
8. Инновационное предпринимательство	2	2	4	8	Устный опрос, решение практических заданий; контрольная работа по темам 1-7
9. Инфраструктура бизнеса	2	2*	4	8	Презентации и обсуждение докладов
Итого	18	18 (8*)	36	72	

* Занятия в интерактивной форме

5. Образовательные технологии

Освоение дисциплины «основы бизнеса» предполагает использование как традиционных (лекции, семинарские занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, таких как: презентации и обсуждение докладов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

6.1. Вопросы к зачету

1. Понятие предпринимательской деятельности
2. Признаки предпринимательской деятельности
3. Понятие предприятия
4. Признаки юридического лица
5. Задачи предприятия
6. Формы предпринимательства
7. Критерии для отнесения субъекта предпринимательской деятельности к малым, средним или крупным предприятиям
8. Признаки несостоятельности предприятий
9. Возможные предметы соглашения в картеле.
10. Содержание такой формы монополистического объединения как синдикат
11. Виды предпринимательства.
12. Порядок государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
13. Принципы осуществления лицензирования в РФ.
14. Порядок лицензирования деятельности предприятий.
15. Саморегулирование деятельности предприятий отдельных отраслей.
16. Этапы создания нового предприятия

17. Формы реструктуризации
18. Механизмы реструктуризации
19. Виды реорганизации
20. Порядок и процедура реорганизации предприятия.
21. Порядок добровольной ликвидации юридического лица
22. Функции конкуренции
23. Формы и виды конкуренции
24. Основные признаки свободной конкуренции
25. Виды рынков несовершенной конкуренции
26. Стратегии конкурентной борьбы
27. Базовые конкурентные стратегии по М.Портеру
28. Приоритетные направления конкурентной политики РФ
29. Охарактеризуйте динамику выявляемых нарушений антимонопольного законодательства в РФ
30. Признаки доминирующего положения хозяйствующего субъекта согласно законодательству РФ
31. Признаки согласованных действий хозяйствующих субъектов согласно законодательству РФ
32. Охарактеризуйте гражданскую правоспособность лица в возрасте до 6 лет
33. Сущность и пример консенсуальной сделки.
34. Формы сделок
35. Силы, влияющие на конкурентную позицию компаний, выделенные М.Портером
36. Охарактеризуйте гражданскую правоспособность лица в возрасте от 14 до 18 лет
37. Сущность и пример абстрактной сделки.
38. Условия действительности сделки
39. Государственная регистрация сделок
40. Виды договоров

41. Порядок заключения договора коммерческой фирмой
42. Технология заключения, изменения и расторжения договора.
43. Партнерские связи. Формы сотрудничества в сфере производства
44. Товарные посредники. Формы сотрудничества в сфере товарообмена
45. Формы сотрудничества в финансовой сфере
46. Крупнейшие российские и международные компании
47. Сущность предпринимательского риска
48. Виды рисков
49. Управление предпринимательскими рисками
50. Способы снижения или нейтрализации риска
51. Показатели риска и методы его оценки
52. Понятие инноваций и инновационной деятельности
53. Организация и управление инновационным предпринимательством
54. Венчурные предприятия. Технопарковые структуры
55. Коммерциализация инноваций
56. Проблемы развития венчурного финансирования в Российской Федерации

6.2. Примерная тематика курсовых работ

Написание курсовых работ по дисциплине «Основы бизнеса» не предусмотрено учебным планом.

6.3. Организация самостоятельной работы

1. Изучение теоретического лекционного материала, основной и дополнительной литературы.
2. Подготовка к семинарским и практическим занятиям, контрольной работе.
3. Доработка заданий, выполняемых на практических занятиях.
4. Самостоятельное изучение отдельных вопросов, не рассматриваемых на лекциях, представленных в методической разработке.

5. Выполнение отдельных заданий и подготовка к их защите в рамках самостоятельной работы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература

1. Арутюнов Э.А. Основы бизнеса: учеб.пособие. – М.: Дашков и К, 2009.
2. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник - М: КноРус, 2010.
3. Предпринимательство: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. – 687 с.
4. Шевелева С.А., Стогов В.Е.Основы экономики и бизнеса: учебное пособие. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. – 496 с.
5. Экономика предприятия (организации): учебник / под ред. проф. В. Я. Позднякова и доц. О. В. Девяткина. - 4-е изд., перераб. и доп. - М: Инфра-М, 2011

б) дополнительная литература

1. Арутюнов Э.А., Андреева Р.С. Организация предпринимательской деятельности. Основы бизнеса. Практикум: учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2007.
2. Бочаров С.А., Иванов А.А., Олейников С.Я., Кузьмина А.А. Основы бизнеса : учебно-методический комплекс. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 465 с. [Электронный ресурс] - режим доступа: <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6457>
3. Волков О.И. Экономика предприятия: курс лекций: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / О. И. Волков, В. К. Скляренко. - М: ИНФРА-М, 2011.
4. Малый бизнес: учеб. пособие / Под ред. В.Я. Горфинкеля. – М.: КноРус, 2009.
5. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса / Ю.Б. Рубин. учебник 13-е издание, – М.:

МФПУ Синергия, 2012. - 320 с. [Электронный ресурс] - режим доступа:
<http://znanium.com/bookread.php?book=451392>

6. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса / Под ред. К.М. Пирогова, Н.К. Темнова, И.В. Гуськова. - учебник 2-е издание, перераб. и доп. – М.: КноРус, 2007.
7. Просветов Г.И. Управление рисками: задачи и решения: учебно-практическое пособие. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2008.
8. Самарина В.П. Основы предпринимательства: учеб.пособие. – М.: КноРус, 2009.
9. Тактаров, Г.А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учеб.пособие / Г.А.Тактаров, Е.М.Григорьева. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010.
10. Управление инновационными проектами: учеб. пособие / Под ред. В.Л.Попова. - М: ИНФРА-М, 2011

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. – Режим доступа:
<http://www.znanium.com>
2. Электронно-библиотечная система BiblioRossica. – Режим доступа:
<http://www.bibliorossica.com>
2. Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <http://www.elibrary.ru>
3. Правовой сайт «Консультант Плюс». - Режим доступа:
<http://www.consultant.ru>
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. - Режим доступа: <http://www.gks.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Компьютерные классы с выходом в Интернет и возможностью работы со справочно-правовыми системами «КонсультантПлюс», «Гарант».
2. Аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

ЛЕКЦИИ
по дисциплине
«Основы бизнеса»

Составитель: к.э.н., ассистент Яковлев В.Ю.

Тема 1. Понятие и содержание бизнеса

1. Сущность бизнеса и предпринимательства. Цели, функции и родовые признаки бизнеса.
2. Система современного бизнеса: субъекты деловых отношений, инфраструктура бизнеса.
3. Формы бизнеса. Малый, средний и крупный бизнес.

Вопрос 1. Сущность бизнеса и предпринимательства. Цели, функции и родовые признаки бизнеса

Предпринимательство, бизнес - инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

Предпринимательство преследует также цель повышения имиджа, статуса предпринимателя (бизнесмена).

Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.
"Современный экономический словарь"
(ИНФРА-М, 2006)

Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (ст.2 ГК РФ)

Предпринимательство – это особый вид экономической активности (под которой мы понимаем целесообразную деятельность, направленную на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идеи.

При анализе данного понятия можно выделить следующие его признаки:

- 1) осуществление деятельности с целью получения прибыли
- 2) систематичность её осуществления
- 3) ее осуществление на свой риск, то есть под собственную имущественную

ответственность.

Выделяют следующие *основные родовые признаки бизнеса*:

1. бизнес основан на экономической свободе хозяйствования субъектов в рамках законодательства
2. бизнес направлен на получение максимально возможного дохода, но это не единственный мотив.
3. каждый хозяйствующий субъект вступает в экономические связи с себе подобными, поэтому все экономические связи между бизнесменами являются взаимовыгодными и содержат в себе взаимную заинтересованность в наилучшей их реализации
4. равенство всех форм собственности
5. абсолютное доминирование товарно-денежного рынка над рынком натурального товарообмена
6. приоритет рынка покупателя над рынком продавца
7. государственное регулирование национальной и международной экономики в целях обеспечения стабильности деловых отношений

Предприятие занимает центральное место в народно-хозяйственном комплексе любой страны. Это первичное звено общественного разделения труда. Именно здесь создается национальный доход. Предприятие выступает как производитель и обеспечивает процесс воспроизводства на основе самоокупаемости и самостоятельности.

Предприятие – обособленный хозяйствующий субъект, использующий материальные и информационные ресурсы для производства пользующейся спросом продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Предприятие – это юридическое лицо, отвечающее определенным признакам, установленным законодательством страны. К числу признаков юридического лица относятся: наличие своего имущества; самостоятельная имущественная ответственность; право приобретать, пользоваться и распоряжаться собственностью, а также осуществлять от своего имени иные дозволенные законом действия; право от своего имени быть истцом и ответчиком в

суде и арбитраже, иметь самостоятельный бухгалтерский баланс, расчетный и иные счета в банке.

К производственным предприятиям относятся заводы, фабрики, комбинаты, шахты, карьеры, порты, дороги, базы и другие хозяйствственные организации производственного назначения.

Важнейшей задачей предприятия во всех случаях является получение дохода за счет реализации потребителям производимой продукции (выполненных работ, оказанных услуг). На основе полученного дохода удовлетворяются социальные и экономические запросы трудового коллектива и владельцев средств производства.

К основным функциям производственного предприятия относятся:

- 1) изготовление продукции производственного и личного потребления;
- 2) продажа и поставка продукции потребителю;
- 3) послепродажное обслуживание продукции;
- 4) материально-техническое обеспечение производства на предприятии;
- 5) управление и организация труда персонала на предприятии;
- 6) всестороннее развитие и рост объемов производства на предприятии;
- 7) предпринимательство;
- 8) уплата налогов, выполнение обязательных и добровольных взносов и платежей в бюджет и другие финансовые органы;
- 9) соблюдение действующих стандартов, нормативов, государственных законов.

Функции предприятия конкретизируются и уточняются в зависимости от:

- 1) размеров предприятия;
- 2) отраслевой принадлежности;
- 3) степени специализации и кооперирования;
- 4) наличия социальной инфраструктуры;
- 5) формы собственности;
- 6) взаимоотношений с местными органами власти.

С макроэкономических позиций предприятия являются основой для:

- увеличения национального дохода, валового внутреннего продукта, валового национального продукта;
- возможности существования всего государства и выполнения им своих функций. Это связано с тем, что значительная часть государственного бюджета формируется за счет налогов и сборов с предприятий;
- обеспечения обороноспособности государства;
- простого и расширенного воспроизводства;

- развития национальной науки и ускорения научно-технического прогресса;
- повышения материального благосостояния граждан страны;
- развития медицины, образования и культуры;
- решения проблемы занятости и многих других социальных проблем.

Вопрос 2. Система современного бизнеса: субъекты деловых отношений, инфраструктура бизнеса

Под системой принято понимать совокупность неразрывно связанных между собой элементов единого целого.

Всякая система может быть либо естественной (органической), либо искусственно созданной (неорганической). Органической является система, происхождение и развитие которой осуществляются в силу объективной необходимости. Органическая система имеет свойства самодостаточности - она развивается сама, без принудительного вмешательства извне. Ее развитие всегда регулируется изнутри, за счет внутренней объективной необходимости, поэтому данная система определяется как саморегулирующаяся и саморазвивающаяся. В ходе развития органической системы признаки каждого из ее элементов становятся более явными и характерными, связи между элементами - более разнообразными, сложными, а, следовательно, - и более устойчивыми. По мере развития органических систем их целостность постоянно укрепляется.

Система может не быть органической в тех случаях, когда она конструируется искусственно и поэтому ее регулирование и развитие может осуществляться исключительно за счет внешнего воздействия на ее элементы или на всю систему в целом. Неорганические (искусственно сконструированные) системы не имеют внутренних импульсов развития, и потому они недолговечны.

Современный бизнес является органической системой. Его возникновение, последовательная эволюция и нынешнее устойчивое состояние стали возможными благодаря естественной необходимости. В силу естественной необходимости действуют все субъекты предпринимательского бизнеса, постоянно вступая друг с другом и со своим непредпринимательским окружением во взаимные деловые отношения. Данные отношения имеют закономерную природу - все, что происходит в современной системе бизнеса объективно и неизбежно.

Закономерная природа предпринимательского бизнеса, развитие его на началах естественной необходимости, неразрывная взаимная зависимость между элементами его содержания и технологий, составляющих единое целое, формируют системный характер

современного предпринимательского бизнеса. В современном бизнесе все подчинено строгим причинно-следственным связям, внутренней логике развития деловых отношений как единого целого.

Именно системный характер деловых отношений превращает современный предпринимательский бизнес в устойчивое, постоянно воспроизводимое явление, обладающее признаком целостности.

На рис. 1 приведена схема этого производящего богатство «реактора». Он имеет ряд черт:

1. Генерирует как товары, так и покупательную способность для их приобретения.
2. Поддерживает расширение социальной инфраструктуры и обеспечивает доход на капитал.
3. Создает рабочие места на самой фирме, у ее поставщиков, в государственном секторе.
4. Генерирует богатство, необходимое для его собственного роста.
5. Другая важная черта, как видно из рис. 1, заключается в наличии многочисленных сложных взаимосвязей между фирмой и окружающей ее средой. Очевидно, что успех фирмы в большой степени зависит от того, кто и как регулирует и контролирует эти связи.



Рис. 1. Роль фирмы в обществе (фирма - "генератор богатства")

Внутренняя среда предприятия - это люди, средства производства, информация и деньги. Результатом взаимодействия компонентов внутренней среды является готовая продукция (выполненная работа, оказанные услуги).

Внешняя среда управления — это совокупность внешних субъектов и сил (факторов), активно влияющих на положение и перспективы организации, на эффективность ее деятельности.

Внешняя среда включает в себя **макросреду (или среду косвенного воздействия, дальнее окружение)**, состоящую из факторов широкого социального плана и системного, общего, преимущественно косвенного действия, и **микросреду (или среду прямого действия, ближнее окружение)** — конкретных субъектов, чьи действия и отношения могут быть направлены на данного субъекта: потребителей, посредников, конкурентов и др.

Предприятия различаются между собой по многим характеристикам, по которым и ведется их классификация. Основными **признаками классификации** предприятий являются:

- отраслевая и предметная специализация (выпуску продуктов питания, одежды и обуви; по изготовлению машин, оборудования, инструментов, добыче сырья, производству материалов, выработке электроэнергии, сельскохозяйственные предприятия по выращиванию зерна, овощей, скота, технических культур, предприятия строительной индустрии, транспорта);
- структура производства (*узкоспециализированные* - ограниченный ассортимент продукции массового или крупносерийного производства, *многопрофильные* - выпускают продукцию широкого ассортимента и различного назначения, *комбинированные* - один вид сырья или готовой продукции на одном и том же предприятии превращается параллельно или последовательно в другой, а затем в третий вид – в химической, текстильной и металлургической промышленности);
- мощность производственного потенциала (размер предприятия) (*малые, средние и крупные*. При этом используются показатели: численность работающих, объем выпуска продукции в стоимостном выражении, стоимость основных производственных фондов);
- по организационно-правовым различиям (хозяйственные товарищества, хозяйственные общества, производственный кооператив, унитарные предприятия)
- по форме собственности (государственные, частные, муниципальные)
- по характеру и режиму собственности (индивидуальные, коллективные)
- по принадлежности капитала (национальные, иностранные, смешанные)
- по преобладающему производственному фактору (капиталоемкие, материалоемкие, трудоемкие)

Вопрос 3. Формы бизнеса. Малый, средний и крупный бизнес

Форма предпринимательства — это система норм, определяющая внутренние отношения между партнерами по предприятию, с одной стороны, и отношения этого предприятия с

другими предприятиями и государственными органами - с другой. Существуют следующие основные формы предпринимательства: индивидуальные; коллективные; корпоративные.

Указанные формы, в свою очередь, классифицируются: на малые и средние, крупномасштабные.

Индивидуальные формы предпринимательства без образования юридического лица в виде предприятия относятся к инициативному индивидуальному предпринимательству. Капитал предпринимателя не выделяется из его личного имущества. Риск распространяется на все его достояние.

В целом индивидуальное предпринимательство занимает незначительное место в производственном секторе. Оно базируется главным образом на ручном труде и универсальных малопродуктивных средствах производства и в недостаточной степени использует научно-технический прогресс.

Коллективное предпринимательство. Несмотря на различие государственных законодательств, мировая практика свидетельствует о наличии следующих устоявшихся коллективных форм деловой активности: хозяйственные товарищества; хозяйственные общества; акционерные общества; ассоциации, союзы.

Юридическое название указанных форм коллективного предпринимательства в отдельных странах может со временем меняться, но их организационные формы и экономическое содержание в основном сохраняются, совершенствуются и остаются почти неизменными на протяжении десятилетий.

Предпринимательство как особая форма экономической активности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики. В соответствии с этим различают: а) предпринимательство государственное; б) предпринимательство частное.

3. Определяющие признаки несостоятельности предприятий.

Выделяют два уровня признаков несостоятельности предприятий: внутренний и внешний.

Внутренний уровень признаков — это отражение состояния дел на самом предприятии, соотношение его актива и пассива. При несостоятельности данный уровень признаков выражается в недостаточности имущества, а по терминологии некоторых зарубежных государств — в чистой задолженности. Закон РФ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» выделяет следующие внутренние признаки несостоятельности предприятий:

1) отрицательное соотношение актива и пассива, т. е. превышение совокупности обязательств предприятия, состоящих из заемных и привлеченных средств, кредиторской задолженности, над стоимостью имущества предприятия, в состав которого могут входить

основные средства, другие долгосрочные вложения (включая нематериальные активы), оборотные средства, финансовые активы;

2) неудовлетворительная структура баланса — такое состояние имущества и обязательств должника, когда за счет имущества не может быть обеспечено своевременное выполнение обязательств перед кредиторами в связи с недостаточной степенью ликвидности имущества должника.

За основу оценки структуры баланса предприятия берутся коэффициенты текущей ликвидности, обеспеченности собственными средствами, восстановления (утраты) платежеспособности.

Внешний уровень признаков — это отражение финансовых отношений предприятия с кредиторами и соответствующими государственными органами (налоговыми органами, бюджетными и внебюджетными фондами).

Закон РФ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» выделяет два вида признаков внешнего уровня:

- 1) приостановление предприятием своих текущих платежей в течение трех месяцев со дня наступления сроков исполнения требований кредиторов;
- 2) заведомая неспособность обеспечить выполнение требований кредиторов в течение трех месяцев со дня наступления сроков их исполнения.

Тема 2: Организация и регистрация предпринимательской фирмы

1. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
2. Виды предпринимательской деятельности.

1. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

- 1.1. Индивидуальное предпринимательство

Индивидуальное предпринимательство — самый простой и самый древний тип предпринимательства. Всеми средствами в этом случае владеет один собственник. Он самостоятельно решает вопрос, что, для кого и как производить; единолично распоряжается полученной выручкой и несет неограниченную материальную ответственность за результаты своей деятельности. В случае образования долга, например, предприниматель рассчитывается своим имуществом. Такая перспектива вполне реальна, ведь, как показывает статистика, ежегодно разоряется ничуть не меньше индивидуальных предпринимателей, чем регистрируется новых.

Индивидуальный предприниматель обычно трудится сам, но вправе нанимать и дополнительных работников, заключая с каждым из них договор.

Несмотря на множество рассказов о нажитых упорным трудом и смекалкой миллионах, далеко не всем индивидуальным предпринимателям удается серьезно расширить дело. Возможности роста ограничены личными средствами владельца и теми небольшими ссудами, которые он может получить в банке. Сказывается и то, что индивидуальный предприниматель не может быть специалистом во всех вопросах производства, снабжения, маркетинга, менеджмента, финансов, а это часто приводит к принятию ошибочных решений, и следовательно — к экономическим убыткам.

Однако этот вид предпринимательства имеет и определенные преимущества, заключающиеся в минимальной регламентированности деятельности, мобильности, материальной заинтересованности и т.д. В мировой практике эта форма бизнеса характерна для мелких магазинов, предприятий сферы услуг, ферм, профессиональной деятельности юристов, врачей и педагогов.

Предприниматель, обладающий достаточными для создания дела ресурсами, склонный единолично контролировать процесс принятия решений, готовый нести полную материальную и юридическую ответственность за коммерческую деятельность, предпочтет стать индивидуальным предпринимателем, став единственным хозяином фирмы.

Все другие формы предпринимательской деятельности являются коллективными.

1.2. Юридические лица: коммерческие и некоммерческие организации

Предприниматель, как правило, имеет возможность объединиться с другими предпринимателями для совместного достижения общих хозяйственных целей. Совместная деятельность может при этом основываться:

- на согласии вести общее дело, что находит свое отражение в договоре — соглашении сторон;
- на образовании совместного имущества, складывающегося из долей, являющихся собственным имуществом партнеров (денежные средства, материальные ценности и др.) и представляющих вклады в составе общего имущества (складочном капитале).

Совместное имущество является основой предприятия, которое, осуществляя свою деятельность, имеет определенные права (например, обращаться в банк за кредитами) и выполняет обязанности (например, заключает сделки, производит товары или предоставляет услуги в соответствии с заключенными договорами). А так как права и обязанности — это нечто, присущее только человеку, гражданину — физическому лицу, возникшее противоречие разрешается признанием предприятия юридическим лицом.

Как юридическое лицо предприятие имеет определенные правовые признаки: заключает договоры и сделки, отвечает по своим обязательствам и т.д. Однако оно не может ни определить цель своей деятельности, ни подписать контракт, ни принять кого-либо на работу. Это делают люди, действующие от имени предприятия.

В зависимости от своей основной цели организации, являющиеся юридическими лицами, могут быть коммерческими или некоммерческими .

Для некоммерческих организаций получение прибыли не выступает в качестве основной цели. Они вправе заниматься предпринимательской деятельностью лишь постольку, поскольку это необходимо для реализации их уставных целей, а прибыль полностью используется для саморазвития и не распределяется между участниками.

Преимуществом такой формы организации дела является льготное налогообложение. Но надо еще раз подчеркнуть, что некоммерческие организации создаются не в целях извлечения прибыли.

Коммерческие организации создаются их учредителями в целях извлечения прибыли. Российским законодательством предусматривается несколько организационно-правовых форм этих организаций. Это хозяйственные товарищества и общества с разделенным на доли (вклады) учредителей уставным (складочным) капиталом.

2. Товарищество (партнерство)

Товарищество (партнерство) – это организационная форма предпринимательства, когда и организация производственной деятельности, и формирование уставного капитала осуществляется совместным усилием двух или более лиц (физических и юридических). Каждое из них имеет определенные права и несет определенную ответственность в зависимости от доли в уставном фонде и места, занимаемого в структуре управления таким товариществом.

Товарищество как форма организации бизнеса в большей или меньшей степени является следствием естественного развития индивидуальной частной фирмы. Оно зародилось в попытке преодолеть некоторые из основных недостатков индивидуального предпринимательства.

Таким образом, хозяйственное товарищество – это коммерческая организация, обладающая на правах собственности обособленным имуществом, с разделенным на доли (вклады) уставным или складочным капиталом.

Товарищество может создаваться:

1. индивидуальными лицами;
2. индивидуальными лицами и коммерческими организациями;
3. коммерческими организациями.

2.1. Полное товарищество

С точки зрения правовых последствий полное товарищество относится к категории нежелательных форм объединений, поскольку не предполагает ограничения ответственности. По обязательствам полного товарищества его члены, именуемые полными товарищами, несут ответственность всем своим имуществом. Ответственность в таком случае носит субсидиарный характер.

Субсидиарная ответственность предполагает, что до предъявления требований к лицу, которое несет ответственность дополнительно к ответственности другого лица, кредитор должен предъявить требования к основному должнику. При отказе последнего удовлетворить предъявленное требование или при неответе на такое требование кредитор вправе предъявить такое требование лицу, несущему субсидиарную ответственность.

Таким образом, полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени общества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом (субсидиарная ответственность).

2.2. Товарищество на вере (командитное товарищество)

Товарищество на вере (командитное товарищество) - товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами, комплементариями), имеется один или несколько участников – вкладчиков (командистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества в пределах сумм, внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении предпринимательской деятельности.

3. Хозяйственное общество

Хозяйственное общество – это коммерческая организация, уставный фонд которой формируется одним или несколькими физическими или юридическими лицами путем внесения своих долей (или полной величины уставного капитала, если в качестве учредителя выступает одно лицо). В качестве долей могут рассматриваться денежные или материальные средства, интеллектуальный капитал, ценные бумаги или имущественные права, имеющие денежную оценку. При этом осуществляется экспертная оценка стоимости интеллектуального капитала и имущественных прав в денежной форме.

Существует четыре формы хозяйственных обществ:

- общество с ограниченной ответственностью (ООО);

- общество с дополнительной ответственностью;
- закрытое акционерное общество (ЗАО);
- открытое акционерное общество (ОАО).

3.1. Общество с ограниченной ответственностью (ООО)

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – это коммерческая организация, учредителем которой выступает одно или несколько физических или юридических лиц, которые несут ответственность по обязательствам общества и риск убытков в пределах только внесенных ими вкладов.

3.2. Общество с дополнительной ответственностью

Общество с дополнительной ответственностью является разновидностью общества с ограниченной ответственностью. Обществом с дополнительной ответственностью признается учреждение одним или несколькими лицами организации, уставный капитал которой разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества (п. 1 ст. 95 ГК РФ).

Общество с дополнительной ответственностью имеет черты,ственные и обществам, и товариществам. От общества с ограниченной ответственностью его отличает то, что при недостаточности имущества для удовлетворения требований кредиторов его участники отвечают субсидиарно (дополнительно) в солидарном порядке. Размер ответственности последних (в отличие от полных товарищ) ограничен лишь той частью их имущества, которая кратна сумме внесенных ими вкладов.

3.3. Акционерное общество

Акционерное общество – это общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости принадлежащим им акций.

Акционерное общество, с точки зрения индивидуального предпринимателя, – оптимальная форма организационно-правового оформления предпринимательской деятельности. Оно может быть создано одним лицом или состоять из одного лица в случае приобретения одним акционером всех акций общества.

4. Корпорация

Корпорация – это организационно-правовая форма бизнеса, отличающаяся и ограниченная от конкретных лиц, владеющих ею. Такая структура, имеющая статус юридического лица, вправе приобретать ресурсы, владеть активами, производить и продавать продукцию, брать в долг, предоставлять кредиты, предъявлять иск выступать ответчиком в суде, а также выполнять все те функции, которые выполняют деловые предприятия любого другого типа.

Хотя при слове «корпорация» многие начинают думать о таких крупных компаниях как General Motors, IBM, Ford и других, для инкорпорации (регистрации в качестве корпорации) необязательно быть большим предприятием. Многие корпорации действительно большие, однако регистрация в качестве корпорации может быть полезной и для мелких компаний.

5. Производственные кооперативы

Производственным кооперативом (артелью) является добровольное объединение граждан (не менее пяти) и юридических лиц на основе членства, личного трудового участия в производственной (хозяйственной) деятельности и паевых взносов. Прибыль, получаемая кооперативом, распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием в деятельности кооператива.

Собственность такого кооператива (артели) складывается из паев (пай – долевая собственность).

Деятельность кооператива строится на личном участии его членов в производственной (хозяйственной) деятельности, хотя в кооперативах допускается участие и юридических лиц.

Производственные кооперативы создаются для совместного производства, переработки, сбыта промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, торговли, оказанию услуг.

Члены производственного кооператива несут субсидиарную ответственность, т.е. не ограниченную размером индивидуального паевого взноса, паевой доли в общей собственности кооператива. Прибыль, получаемая кооперативом, распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием.

6. Государственные предприятия

Государственное предприятие представляет собой производственную единицу, характеризующуюся двумя основными чертами.

Первая заключается в том, что имущество такого предприятия и управление им полностью или частично находится в руках государства и его органов (объединений, министерств, ведомств); они либо владеют капиталом предприятия и обладают безраздельными полномочиями распоряжаться им и принимать решения, либо объединяются с частными предпринимателями, но воздействуют на них и контролируют их.

Вторая касается мотивов функционирования государственного предприятия. В своей деятельности оно руководствуется не только поиском наибольшей прибыли, но также и стремлением удовлетворить общественные потребности, что может снижать экономическую эффективность или вести даже в некоторых случаях к потерям, которые, однако, оправданы.

2. Виды предпринимательской деятельности

Предпринимательство как особая форма экономической активности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики.

В соответствии с этим различают: а) предпринимательство государственное; б) предпринимательство частное.

Государственные предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия, учрежденного: а) государственными органами управления, которые уполномочены (в соответствии с действующим законодательством) управлять государственным имуществом (государственное предприятие), или б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие).

Частное предпринимательство есть форма осуществления экономической активности от имени предприятия (если оно зарегистрировано в качестве такого-то) или предпринимателя (если такая деятельность осуществляется без найма рабочей силы, в форме индивидуальной трудовой деятельности).⁹

Тема 3: Организация и регистрация предпринимательской фирмы

1. Организация предпринимательской фирмы.
2. Регистрация предпринимательской фирмы.

Основные этапы создания предпринимательской организации. После того, как мы узнали содержательную часть процесса создания организации: для чего создаются юридические лица, какие они бывают, что необходимо учесть при проектировании юридического лица, т. е. в этой главе вы узнаете основные этапы технологического процесса создания юридического лица.

Подготовка и создание организации. Решение проблемы создания предпринимательской организации созвучно решению любой проблемы и, поэтому в обобщенном виде представляет собой процесс: осмыслиения потребности, определения цели, постановки задач, выработки

вариантов решения задач, принятия решения (т. е. выбор оптимального сочетания вариантов решения), обеспечения исполнения задач и оценки результатов.

Соответственно складываются и основные этапы создания предпринимательской структуры:

Обеспечение создания организации

1. Подготовить следующие данные (техническое задание) для разработчика учредительных документов:

- наименование и организационно-правовая форма;
- место расположения органа управления («юрадрес»);
- величина уставного капитала;
- распределение уставного капитала между учредителями;
- порядок формирования уставного капитала (кто, чем, когда);
- схема управления организацией, компетенция органов управления;
- данные учредителей (паспорт, свидетельство о регистрации юридического лица)

2. Выбрать юридическую фирму для оформления государственной регистрации и сделать ей заказ. (Не следует доверять фирме, «штампующей» типовые учредительные документы.);

3. Выбрать банк для открытия расчетного счета, после регистрации и постановки на учет в налоговой инспекции открыть расчетный счет;

4. Определить схемы финансово-хозяйственных операций и разработать (поручить разработку специалисту) формы основных договоров и контрактов, в том числе и трудовых.

Создание организации

- проведение общего собрания инициативной группы, т. е. будущих учредителей;
- заключение учредительного договора или договора о создании акционерного общества;
- утверждение устава (на основе разработанного проекта);
- оформление протокола общего собрания учредителей;
- оплата госпошлины за регистрацию организации;
- оплата (формирование) не менее 50 % уставного капитала (фонда);
- передача всех необходимых документов в регистрирующий орган (местная налоговая инспекция, подразделение министерства юстиции);
- получение свидетельства о государственной регистрации из регистрирующего органа;
- нотариальное заверение необходимого количества копий учредительных документов;
- постановка организации на учет в фондах, Госкомстата и в налоговой инспекции;

- заверение в нотариате (или в банке) подписей руководителей организации на банковских карточках;
- открытие в банке расчетного счета.

Таковы основные этапы создания организации.

Учредительные документы юридического лица

Из этапов создания предпринимательской организации, перечисленных выше, одними из наиболее трудоемких и ответственных являются составление учредительных документов и государственная регистрация. Порядок их проведения регламентирован статьями 51, 52, 53 и 54 ГК РФ.

1. Юридическое лицо подлежит государственной регистрации в органах юстиции или в налоговой инспекции в порядке, определяемом законом о регистрации юридических лиц. Данные государственной регистрации, в том числе для коммерческих организаций, фирменное наименование включаются в единый государственный реестр юридических лиц, открытый для всеобщего ознакомления.

Нарушение установленного законом порядка образования юридического лица или несоответствие его учредительных документов закону влечет отказ в государственной регистрации юридического лица. Отказ в регистрации по мотивам нецелесообразности создания юридического лица не допускается.

Отказ в государственной регистрации, а также уклонение от такой регистрации могут быть обжалованы в суде.

2. Юридическое лицо считается созданным с момента его государственной регистрации.

Эта статья определяет порядок регистрации юридического лица – в органах юстиции, с включением данных о государственной регистрации в единый государственный реестр юридических лиц, открытый для всеобщего ознакомления.

2. Регистрация предпринимательской фирмы.

Государственная регистрация – это заключительный этап создания юридического лица.

Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц» был принят Государственной Думой 13 июля 2001 г., одобрен Советом Федерации 20 июля 2001 г., подписан Президентом Российской Федерации 8 августа 2001 г. и вступил в силу 1 июля 2002 г.[1]

Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие в связи с государственной регистрацией юридических лиц при их создании, реорганизации и

ликвидации, при внесении изменений в их учредительные документы и при ведении единого государственного реестра юридических лиц (далее – государственный реестр).

Государственная регистрация юридических лиц (далее – государственная регистрация) – акт уполномоченного федерального органа исполнительной власти, осуществляемый посредством внесения в государственный реестр сведений о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц, а также иных сведений о юридических лицах в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Законодательство Российской Федерации о государственной регистрации состоит из Гражданского кодекса Российской Федерации, настоящего Федерального закона и издаваемых в соответствии с ними иных нормативных правовых актов Российской Федерации.

Гражданский кодекс Российской Федерации предусмотрел государственную регистрацию юридического лица (ст. 51).[2] При этом Кодекс и Закон о его введении (ст. 8) указывают на то, что

Нормы, предусматривающие государственную регистрацию, содержатся также в федеральных законах, регулирующих отношения по поводу организации и деятельности различных организационно – правовых форм юридических лиц. Это Федеральные законы, также как и комментируемый Закон, принятые на основании и во исполнение Гражданского кодекса: «Об акционерных обществах», «Об обществах с ограниченной ответственностью», «О производственных кооперативах», «О товариществах собственников жилья», «О некоммерческих организациях» и некоторые другие.

Государственная регистрация юридических лиц при их создании осуществляется регистрирующими органами по месту нахождения постоянно действующего исполнительного органа, в случае отсутствия постоянно действующего исполнительного органа – по месту нахождения иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности.

Тема 4: Конкуренция в системе бизнеса

1. Понятие конкуренции и ее характерные черты.
2. Стратегии конкуренции.
3. Антимонопольное регулирование экономики.

Конкуренция (от лат. concurrere «столкиваться», «соперничать») — борьба, соперничество в какой-либо области с получением какой-либо выгоды.

Конкуренция (экономика) — соперничество субъектов рыночных отношений за лучшие условия и результаты коммерческой деятельности.

Термины «совершенная конкуренция», «совершенный рынок» введены в научный оборот во второй половине XIX в. К числу авторов, впервые использовавших понятие совершенного рынка, относится У.Джевонс. Представители классической политэкономии при характеристике рыночного регулирования опирались на понятие свободной (неограниченной) конкуренции, акцентируя внимание на том, что действие конкуренции не подвергается ограничениям со стороны докапиталистических регламентаций, препятствовавших миграции капиталов из одних отраслей в другие.

Совершенная конкуренция означает такое состояние экономической системы, когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь. Обычно выделяются следующие признаки совершенной конкуренции:

- множественность продавцов – мелких фирм (предприятий), доля которых на рынке отрасли ничтожно мала (менее 1% продаж за любой период) и покупателей. Такой рынок называют атомизированным;
- свободный, не затрудненный ничем вход предприятий в отрасль и абсолютная мобильность производственных ресурсов (никакое искусственное ограничение не препятствует факторам производства переходить от одного хозяйствующего субъекта к другому);
- полная однородность выпускаемого продукта (отсутствие торговых марок и т.д.). Это условие называется гомогенностью товаров;
- отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены (стихийное ценообразование), а также отсутствие у любого участника рынка возможности оказывать непосредственное влияние на решение другого участника как экономическими, так и неэкономическими методами;
- наличие у каждого участника (предпринимателя) исчерпывающей информации о текущем состоянии рынка (о норме прибыли, спросе, предложении и т.д.). Это условие называется прозрачностью (транспарентностью) рынка;
- отсутствие монополии (одного производителя), монопсонии (одного покупателя) и государственного регулирования;

Наряду с выше перечисленными условиями на совершенно конкурентных рынках действуют и другие, а именно:

- существование рынка наличного товара, на котором продавцы и покупатели встречаются в одно и то же время, в одном и том же месте;

- отсутствие каких-либо издержек, связанных с совершением сделки между производителями и покупателями. Исключается существование биржевых контор, инвестиционных компаний, дилеров и других посредников;
- исключается такое орудие конкуренции, как сбивание цен;
- предполагается отсутствие предпочтений пространственного, личного и временного характера.

Рыночная конкуренция имеет определенные преимущества и недостатки.

Преимущества:

- способствует более эффективному использованию ресурсов при производстве необходимых для общества товаров;
- вызывает необходимость гибко реагировать и быстро адаптироваться к изменяющимся условиям производства;
- создает условия по оптимальному использованию научно-технических достижений в области создания новых видов товаров, внедрения новой техники и технологий, разработке более совершенных методов организации и управления производством;
- обеспечивает свободу выбора и действий потребителей и производителей;
- нацеливает производителей на удовлетворение разнообразных потребностей и на повышение качества товаров услуг.

Недостатки:

- не способствует сохранению невоспроизводимых ресурсов (леса, дикие животные, запасы недр, морей и океанов);
- отрицательно сказывается на защите окружающей среды;
- не обеспечивает развитие производства товаров и услуг коллективного пользования (дамбы, дороги, общественный транспорт);
- не создает условия для развития фундаментальной науки, системы общего образования, многих элементов городского хозяйства;
- не гарантирует право на труд, на доход на отдых;
- не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и расслоению общества на богатых и бедных.

2. Стратегии конкуренции.

Стратегии конкуренции состоят в определении степени влияния конкуренции и выборе направления по ослаблению конкурентного влияния, усилению влияния своей фирмы, подавлению влияния конкуренции, изучения и перенятия опыта.

Стратегия ослабления влияния конкуренции предполагает:

- переход на инновационный ассортимент, которого нет у конкурента. при этом привлекаются мигрирующие слои клиентов и часть клиентов от конкурентов:
 - введение ассортимента с всемирно известными брендами;
 - ограничение возможностей доставки конкуренту товаров или сырья за счет использования своей фирмой тех же каналов для доставки (ограничение достигается более выгодными договоренностями);
 - ограничение возможностей конкурента по эксклюзивному получению и распространению товаров от ведущих мировых компаний при выполнении условий дистрибуции или дилера (заключение с той же компанией договора на более выгодных условиях или заключение дилерского договора с другой, не менее известной фирмой на аналогичную продукцию);
 - открытие торговых точек в непосредственной близости от главного конкурента. При этом продаваемые товары должны быть дешевле, более качественными или отличаться другими привлекательными свойствами;
 - помещение рекламных объявлений в те же носители и издания, куда подает объявления и конкурент, но с большей площадью, частотой повторения, указанием больших скидок и т.д.;
 - снижение цены и улучшение качества на группу привлекательных товаров.
- Стратегия усиления влияния своей организации предполагает:
- увеличение номенклатуры, при этом совпадающая часть номенклатуры должна иметь среднюю цену хотя бы немного, но ниже, чем у конкурента:
 - снижение цен на группу привлекательных товаров относительно конкурентов не менее чем на 5%;
 - улучшение качества товаров, дающих наибольший объем продаж;
 - увеличение товарного запаса (единственное средство, если у конкурентов запас ограничен или производится продажа под заказ);
 - средний уровень цен не должен быть выше, чем у главного конкурента;
 - развитие сервиса, предоставление сопутствующих услуг (установка, монтаж);
 - открытие филиалов в местах, удаленных от основного конкурента;
 - вертикальная интеграция с поставщиками сырья, товаров;
 - диверсификация деятельности, причем новое направление должно находиться в зоне слабого влияния конкуренции;
 - создание корпоративных газет и бесплатное их распространение;
 - привлечение грамотных специалистов, повышение квалификации, замена традиционной школы продавцов системой менеджеров.

Стратегия подавления конкуренции:

- массированное наступление по всем направлениям, включая улучшение качества на группу привлекательных товаров, снижение среднего уровня цен, расширение номенклатуры, увеличение товарного запаса, улучшение комплекса сервиса;
- «временный скачок по рекламе»: в короткий период времени (определяется по результатам подавления конкуренции и увеличения количества клиентов) резко увеличивают частоту, объем, площадь, количество носителей рекламы;
- размещение рекламы в тех же носителях, где размещает рекламу и конкурент, плюс освоение новых носителей рекламы;
- создание торгово-промышленных объединений с целью избавления от лишних посредников в системе продвижения товаров, снижения цен и обеспечения стабильности поставок;
- создание отраслевых объединений типа ассоциаций с целью объединения интересов и возможностей ряда конкурентов и противостояния сильному конкуренту;
- временное резкое снижение цен.

Стратегия изучения и копирования опыта конкурентов предполагает:

- изучение ассортимента конкурента;
- изучение качества, новизны продукции конкурента;
- изучение сервиса конкурента;
- проведение сравнительного анализа по долевому количеству новых клиентов, привлеченных сервисом (изучение влияния каждого его вида) и заимствование наиболее эффективных методов привлечения новых клиентов;
- изучение структуры построения предприятия конкурента, персонала, уровня квалификации и обслуживания; повторение опыта по наиболее эффективным направлениям.

3. Антимонопольное регулирование экономики.

Антимонопольная политика государства всегда опирается на антимонопольное законодательство. Это законодательство включает в себя пакет законов, направленных на достижение успешного функционирования рынка и регулирование конкуренции между фирмами и предприятиями.

Антимонопольное законодательство — это сложная и разветвленная сеть законов, судебных решений и правовых норм. Все эти меры направлены на регулирование действий фирм и корпораций на рынке товаров и услуг, на рынке капиталов, отсекая те из них, которые

признаются недобросовестными, некачественными по отношению к правам производителей и потребителей, а также просто вредными для общества.

Примером действия такого рода законодательства на практике может служить экономическая действительность США — антитрестовский закон Шермана (1890 г.). Американское законодательство направлено на обеспечение равных стартовых возможностей предпринимательства, на замедление процесса перерастания конкуренции в монополию.

Тема 5: Коммерческая деятельность фирмы

1. Понятие и виды коммерческих сделок.
2. Понятие договора и его виды.
3. Технология заключения и расторжения договора.

1. Понятие и виды коммерческих сделок.

Условия о коммерческих обязательствах формализуются в сделках, т. е. действиях индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, направленных на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей в сфере коммерческой деятельности.

Гражданское законодательство допускает как устную, так и письменную форму сделки, но в отношениях юридических лиц между собой и с гражданами, за исключением сделок, требующих нотариального удостоверения, сделка должна совершаться в простой письменной форме (ст. 161 ГК).

С принятием Федерального закона от 10 января 2002 г. № 1-ФЗ «Об электронной цифровой подписи» участники гражданского оборота (в том числе предприниматели) вправе заключать сделки в форме электронных документов.

Виды сделок.

1. Сделки бессрочные и срочные. В бессрочных сделках не определяются ни момент ее вступления в действие, ни момент ее прекращения. Такая сделка немедленно вступает в силу. Соответственно, в срочных сделках определен либо момент ее вступления в действие, либо момент ее прекращения, либо оба указанных момента. Среди срочных сделок выделяется категория условных сделок, т. е. сделок, в которых возникновение прав и обязанностей сторон приурочено к наступлению события, относительно которого неизвестно, наступит оно или нет. Условные сделки представляют собой две разновидности: 1) сделка, совершенная под отлагательным условием, т. е. стороны поставили возникновение прав и обязанностей в

зависимость от обстоятельства, относительно которого неизвестно, наступит оно или не наступит; например, фирма X сдает помещение в аренду фирме Y при условии, что завершит ремонт этого помещения к определенному сроку, но вместе с тем фирма X не уверена, что завершит ремонт, а поэтому заключает договор, который вступит в действие, если ремонт будет завершен по плану; 2) сделка, совершенная под отменительным условием, т. е. стороны поставили прекращение прав и обязанностей в зависимость от обстоятельства, относительно которого неизвестно, наступит оно или не наступит.

2. Сделки консенсуальные и реальные. Консенсуальными признаются все сделки, в которых права и обязанности сторон наступают с момента достижения соглашения о совершении сделки (например, договоры поставки, аренды, кредита). Для реальной сделки характерно, что права и обязанности не могут возникнуть до момента передачи вещи одной из сторон или перечисления денег на счет партнера по сделке (например, договоры хранения, займа).

3. Есть особая группа сделок, которые имеют доверительный характер и называются фидуциарные. Например, поручение, комиссия, агентирование, доверительное управление могут прекращаться в одностороннем порядке при утрате их доверительного характера.

4. Сделки односторонние, для совершения которых достаточно воли одной стороны (например, доверенность), двусторонние и многосторонние, для совершения которых требуется согласование воли двух или более лиц (договоры).

2. Понятие договора и его виды.

Договор - одна из наиболее древних правовых конструкций.

Развитие общества на современном этапе можно охарактеризовать бурным ростом гражданско-правовых отношений, что соответствует развитию рыночных отношений. Современное правовое регулирование договорных отношений сложилось относительно недавно с вступлением в силу нового ГК РФ. В части первой ГК в разделе III «Общая часть обязательственного права» заложены основы правового регулирования вопросов, связанных с заключением, изменением и расторжением договоров, а с принятием части второй ГК данные вопросы были конкретизированы применительно к отдельным видам договоров.

Однако ГК не охватывает абсолютно все виды договоров, и, кроме того, в нем прямо предусмотрено регулирование отдельных видов договоров другими федеральными законами. Так, например, некоторые договорные отношения урегулированы федеральным законом «О поставках продукции для федеральных государственных нужд», «О защите прав потребителей» и другими, а также транспортными уставами и кодексами и иными актами. Подзаконных актов

в регулировании договорных отношений гораздо меньше, чем ранее, однако нормы об отдельных видах договоров содержатся в ряде постановлений Правительства и указов Президента РФ.

В сфере договорных отношений действуют и нормы международного права, например Венская конвенция «О договорах международной купли-продажи».

Гражданско-правовой договор сегодня является одной из наиболее распространенных форм организации взаимоотношений участников гражданского оборота, то есть отношений, регулируемых гражданским законодательством.

Согласно ст. 420 ГК РФ, договор определяется как соглашение двух и более лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей. Договор представляет собой двух- или многостороннюю сделку, которая основывается на волеизъявлении двух и более лиц. Договоры подчиняются нормам о сделках, об обязательствах и нормам, посвященным определенному виду договоров. Стороны могут выбрать любую известную ГК форму договора, смешанный договор, а также иную модель, не предусмотренную законом, но не противоречащую ему.

В ГК РФ реализован важнейший принцип нерушимости договоров, который состоит в том, что запрещена обратная сила закона. Это означает, что если после заключения договора принят закон, устанавливающий другие обязательные для сторон правила, чем действовавшие при заключении договора, условия сохраняют силу и в период действия вновь принятого закона. Обратное может быть допущено только по прямому указанию закона.

Договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивными нормами), действующими с момента его заключения. Таким образом, что бы стороны ни записали в своем договоре, будут применяться только те его положения, которые не противоречат действующему законодательству. Поэтому при его заключении необходимо знать, каким образом данный вопрос регулируется законом.

В целом, гражданскому праву не характерно императивное регулирование отношений сторон. В большинстве случаев условие договора определяется нормой, которая применяется постольку, поскольку иное не установлено сторонами в договоре (диспозитивное регулирование). Таким образом, стороны могут своим соглашением установить условие, отличное от предусмотренного в диспозитивной норме. В то же время, если стороны по какимлибо причинам не оговорили решение данного вопроса, он, тем не менее, не окажется урегулированным. Если же какое-либо условие не определено сторонами в договоре или диспозитивной нормой закона, отношения сторон по данному вопросу определяются обычаями делового оборота, применимыми к отношениям сторон.

При заключении договора одно лицо принимает на себя обязательство совершить в пользу другого лица определенное действие, например: передать имущество, изготовить товары, уплатить деньги и т.п., либо воздержаться от определенного действия (например, не пользоваться вещью, переданной на хранение), а другое - обязано принять выполненную работу, услуги, имущество и оплатить их.

Сторонами договора выступают граждане, юридические лица, а также от имени Российской Федерации, субъектов РФ и муниципальных образований уполномоченные ими органы в рамках компетенции, установленной актами, определяющими статус этих органов. Для того чтобы договор был признан действительным, все стороны договора должны быть полностью правоспособны и дееспособны.

Таким образом, договор - это, в первую очередь, соглашение сторон, акт, в котором выражено их взаимное согласие действовать совместно в интересах обеих сторон. Если взаимное согласие сторон отсутствует, то нет и договора.

Виды договора:

- двухсторонний - в договоре участвует две стороны, существует встречность их прав,
- многосторонний - в договоре участвуют более двух сторон, отсутствует встречность их прав (у каждой стороны возникают права и обязанности по отношению ко всем остальным сторонам);
- возмездный - договор, по которому сторона должна получить плату или иное встречное предоставление (договор купли-продажи),
- безвозмездный - договор, по которому одна сторона обязуется предоставить другой без получения платы или иного встречного предоставления (договор дарения);
- реальный - договор, который считается заключенным с момента передачи имущества или совершения иного действия;
- консенсуальный - договор, который считается заключенным с момента достижения соглашения сторонами по его существенным условиям.

3. Технология заключения и расторжения договора.

При заключении договора необходимо, чтобы стороны достигли соглашения по всем существенным условиям, а для этого необходимо, чтобы одна из них сделала предложение о заключении договорных отношений, а другая приняла это предложение. Процесс заключения договора состоит из двух стадий: предложение о заключении договора именуется офертой, а принятие этого предложения носит название акцепта.

Действующее гражданское законодательство предъявляет определенные требования к предложению о заключении договора. Офера должна быть достаточно определенной,

выражать явное намерение лица заключить договор, содержать все его существенные условия и обращена к одному или нескольким конкретным лицам (ст. 435 ГК РФ). При отсутствии любого из перечисленных выше признаков предложение одной стороны можно рассматривать, как приглашение делать оферту.

Особой разновидностью оферты является публичная оферта, в которой содержатся все существенные условия договора и усматривается воля лица, сделавшего такое предложение заключить договор на этих условиях с любым, кто отзовется (п. 2 ст. 437 ГК РФ), например договор перевозки пассажиров.

Полное и безоговорочное согласие лица, которому адресована оферта, вступить в договорные отношения с лицом, направившим оферту (оферентом), называется акцептом. В данной ситуации акцептом считается принципиальное согласие на предложение заключить договор на предложенных условиях. В тех случаях, когда акцептант сопровождает ответ какими-либо существенными изменениями или дополнениями предложенных ему условий, это будет встречная оферта.

В соответствии со ст. 425 ГК РФ договор вступает в силу с момента его заключения, однако в отдельных случаях договор может распространять свое действие и на отношения, возникшие между сторонами до его заключения. Истечение срока договора прекращает его действие только тогда, когда сторонами исполнены все лежащие на них обязанности. Если хотя бы одна из таких обязанностей не исполнена, договор не прекращает своего действия даже по истечении срока, на который он был заключен. Гражданко-правовая ответственность, предусмотренная за нарушение обязательств по договору, не прекращается после истечения срока его действия (например, в договоре поставки, когда поставщик несет ответственность за недопоставленную им по условиям договора продукцию и после окончания срока договора поставки).

В некоторых случаях заключить договор сторона обязана в силу требований закона (ст. 445 ГК РФ). Для такого договора характерно то, что для одной из сторон его заключение является обязательным, например в случае заключения публичного договора.

Наряду с договорами, заключение которых является обязательным для одной из сторон, существуют такие договоры, заключение которых происходит на торгах (ст. 447-449 ГК РФ).

Торги осуществляются в форме аукциона или конкурса, проведение которых предусматривает участие в них двух или более лиц (например, договор купли-продажи пакета акций акционерных обществ, созданных в порядке приватизации государственных и муниципальных предприятий). Организатор торгов обязан сообщить об их проведении не менее чем за тридцать дней, а участники предстоящих торгов обязаны внести задаток в размере, в сроки и в порядке, которые указаны в извещении о проведении торгов.

В результате проведения торгов между победителем и организатором торгов устанавливается обязательство по заключению соответствующего договора, где победителю торгов принадлежит право требовать заключения с ним соответствующей сделки. Само же обязательство по передаче имущества, выполнению работ или оказанию услуг возникает из сложного юридического состава: проведения торгов и заключенного на основе их результатов договора.

В процессе гражданского оборота возникают ситуации, когда условия уже заключенного договора нуждаются в изменении или расторжении, которые возможны по взаимному согласию сторон, например, в интересах общества (ст. 450-453 ГК). Порядок изменения и расторжения договора, как и его заключение, подчиняется определенным требованиям закона. В пункте 1 ст. 452 ГК РФ содержатся требования, в соответствии с которыми соглашение об изменении или расторжении договора совершается в той же форме, что и основной договор. Так, если договор был заключен в письменной форме, его расторжение или изменение также должны быть совершены в письменной форме.

В случае одностороннего отказа от исполнения договора полностью или частично, когда такой отказ допускается законом или соглашением сторон, договор считается расторгнутым или измененным. Например, возможно изменение цены после заключения договора в случаях и на условиях, предусмотренных договором, законом или в установленном законом порядке (п. 2 ст. 424 ГК РФ).

Гражданское законодательство предусматривает положение, когда возможность изменения или расторжения договора не определена законом или договором и сторонами не достигнуто об этом соглашение. В этих случаях договор может быть изменен или расторгнут по требованию одной из сторон по решению суда и только при следующих обстоятельствах:

при существенном нарушении условий договора одной из сторон;

в связи с существенным изменением обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора;

в иных случаях, предусмотренных законом или договором (ст. 450, 451 ГК РФ).

Существенными нарушениями признаются нарушения договора одной из сторон, которые влекут для другой стороны такой ущерб, в результате которого она в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора.

Существенным изменением обстоятельств является ситуация, когда обстоятельства изменились настолько, что, если бы стороны могли это разумно предвидеть, они вообще не вступали бы в договорные отношения или заключили бы договор на значительно отличающихся условиях (например, землетрясение или наводнение, вследствие которого

арендуемое по договору помещение получило такие повреждения, что стало непригодным для использования по назначению и не подлежит восстановлению).

В иных случаях договор может быть расторгнут по решению суда по требованию одной из сторон. Например, наймодатель может требовать расторжения договора найма жилого помещения и выселения нанимателя, если наниматель систематически портит или разрушает жилое помещение.

По своей юридической природе действия, направленные на изменение или расторжение договора, являются договором, т.к. представляют собой соглашение лиц, направленное на изменение либо прекращение гражданских прав и обязанностей.

Если при изменении или расторжении договора имело место взаимное соглашение, то основанное на нем обязательство соответствующим образом изменяется или прекращается с момента заключения сторонами соглашения об изменении или расторжении договора. Если договор изменился или расторгнут по решению суда, то основанное на нем обязательство изменяется или прекращается с момента вступления в законную силу решения суда об изменении или расторжении договора.

В случае, если до изменения или расторжения договор был уже частично исполнен в определенной части его сторонами, стороны не вправе требовать возврата того, что было уже исполнено ими по обязательству до изменения или расторжения договора, если иное правило не установлено их соглашением, законом и иными правовыми актами.

Если договор был изменен или расторгнут вследствие существенного нарушения его условий одной из сторон, другая сторона в соответствии с нормой п. 5 ст. 453 ГК РФ вправе требовать возмещения убытков, причиненных изменением или расторжением договора.

Тема 6: Деловые интересы в бизнесе

1. Формы сотрудничества в сфере производства.
2. Понятие франчайзинга и его механизм.
3. Формы сотрудничества в финансовой сфере.

1. Формы сотрудничества в сфере производства.

Из многообразия форм сотрудничества выделим следующие:

- A. Производственная кооперация.

Под производственной кооперацией понимается такая форма сотрудничества, когда каждый из партнеров выполняет свою долю работ в рамках единого производственного

процесса; доход же, получаемый по окончании данного производственного цикла и реализации произведенного товара, делится между партнерами в точном соответствии с долей каждого партнера в общем объеме работ. Зачастую сложно точно определить вклад каждой стороны в общий объем работ. Величины эти договорные, хотя и предполагается, что в их основе лежат объективные факторы. Минимально допустимый размер доли каждого из партнеров определяется на основе предпринимательских расчетов.

Б. Лизинг.

Лизинг — это особый вид аренды, арендных отношений, как правило, когда объектом аренды выступает оборудование. Его использование имеет существенные преимущества. При организации производства, его перестройке нет необходимости в значительных инвестициях, если оборудование получают на условиях лизинга. Более того, обычно используется товарная форма арендных платежей. Это лизинг классический. Существует и современная форма лизинга, когда арендные платежи вносятся в денежной форме, получившая название финансовый лизинг.

Возвратный лизинг — разновидность финансового лизинга, когда собственник оборудования продает его лизинговой компании, с которой заключает согласие о лизинге этого оборудования. Эта форма смыкается с ипотечным заемом. При этом продавец собственности, ставший ее арендатором, получает в свое распоряжение от покупателя взаимную согласованную сумму от сделки купли-продажи, а покупатель выступает в качестве арендодателя.

Лизинг с частичной выплатой — форма договорных отношений, при которых лизингодатель возвращает себе только часть стоимости и получает определенную прибыль за оказанные услуги.

Лизинг с полной выплатой — долговременная форма взаимоотношений партнеров, в результате чего лизингополучатель постепенно выплачивает полную стоимость оборудования, переданного по лизингу, и определенную сумму сверх нее — прибыль лизингодателя.

Лизинг, включающий дополнительные обязательства, — форма договора, при котором лизингодатель берет на себя какие-либо дополнительные обязательства (техническое обслуживание, ремонт и т.д.).

Чистый лизинг — форма взаимоотношений партнеров, при которой лизингодатель только передает оборудование, а все проблемы по его эксплуатации ложатся на лизингополучателя.

Франчайзинг — распространенная в мире форма партнерских связей и делового сотрудничества. Ее содержание сводится к следующему: головная, чаще всего крупная компания заключает договор с мелким самостоятельным предприятием о предоставлении ему

исключительного права на выпуск определенных товаров и их сбыта, а также оказание торговых услуг под торговой маркой данной компании на определенном рынке. Активно используют данную форму такая известная фирма, как «Макдональдс», в России — «Дока-пицца».

Г. Проектное финансирование.

Оно может быть отнесено в предпринимательстве и к сфере финансово-кредитных отношений, но поскольку в ее основе находится производство, его организация, мы рассматриваем ее в этом разделе.

Проектное финансирование — форма партнерских связей в случаях:

а) когда одна из сторон берет на себя обязательство финансировать реализацию предпринимательского проекта другой стороны, а другая сторона обязуется реализовать такой проект в надлежащей форме;

б) когда одна сторона, имеющая разработанный проект, предлагает другой взяться за его практическую реализацию и обязуется финансировать все работы, связанные с реализацией данного проекта. В обоих случаях вторая сторона обязуется возвратить предоставленный ей кредит обычно в товарной форме, как и при лизинге.

2. Понятие франчайзинга и его механизм.

Франчайзинг — это один из видов кооперации по сбыту товаров и услуг достаточно известной компании (франшизера) через специально созданные ею специализированные сбытовые фирмы (франшизи) с использованием ноу-хау и товарного знака франшизера.

Франчайзинг услуг. Известный производитель светокопировальных аппаратов компания Xerox создала на территории России разветвленную сеть центров по копированию любых рукописных, рисованных и печатных документов. Для этого Xerox как франшизер создала в Москве и других крупных городах центры, через которые она финансирует приобретение или аренду помещений, поставляет копировальные аппараты и расходуемые материалы, обучает российских специалистов и осуществляет контроль за их деятельностью. Это пример франчайзинга услуг, который не только дает значительную прибыль, но и является мощным средством рекламы продукции фирмы Xerox.

Франчайзинг товаров. Та же фирма Xerox, а также ее конкуренты создали в России широкие сети сбыта и обслуживания копировальной техники. Все сбытовые фирмы пользуются фирменными знаками фирм-изготовителей Xerox, Canon и др. Франшизеры обеспечивают сбытовиков необходимыми инструкциями, запасными частями, передают ноу-хау по обслуживанию и ремонту техники, финансируют рекламные кампании.

В мировой практике отношения между франшизерами и франшизи регулируются договорами, весьма близкими по содержанию с посредническими соглашениями, положения которых были подробно изложены в разд. IV учебника.

В процессе развития сотрудничества меняются принципы взаимоотношений сторон соглашений. На первом этапе сбытоваая компания приобретает или арендует за свой счет офис и склад. Если она не известна производителю или поставщику, то приобретает у них товар против авансовых платежей или банковской гарантии, т.е. работает как посредник-дистрибутор. При ограниченных финансовых возможностях такие посредники редко обеспечивают значительные объемы сбыта.

Если сбытоваая компания завоевывает доверие производителя или поставщика товара, может наступить второй этап сбыта товаров на условиях франчайзинга. Франшизер дает право сбытовику работать под его товарным знаком и поставляет товар на склад франшизи на условиях соглашения консигнации под ограниченную гарантию или вообще без таковой. Кроме того, франшизер может дать сбытовику льготный кредит на расширение или приобретение новых административных и торговых помещений, обучить специалистов сбытовика, передать ему ноу-хау на эффективное использование и обслуживание товара, принять участие в финансировании рекламы и т.д. Из полученных вознаграждений сбытовик может погасить кредит и стать полностью финансово независимым от франшизера. В зависимости от вида товара и особенностей таможенного регулирования, специфики рынка и других условий стороны могут продолжить работать на условиях консигнации или вновь вернуться к сотрудничеству по дистрибуторским соглашениям. Примерно такой путь прошли многие фирмы, занимающиеся сбытом на российском рынке иностранных легковых автомобилей, компьютеров, аудио- и видеотехники, мебели и других товаров.

Российские поставщики и внешнеторговые посредники применяли и применяют принципы франчайзинга при сбыте достаточно конкурентоспособных российских товаров, в том числе станков, инструмента и т.д. Применение принципов франчайзинга российскими компаниями ограничено тем, что они недостаточно хорошо известны на мировом рынке. Следует отметить, что указанная поэтапность развития сбытовой кооперации в форме франчайзинга показана только как тенденция, и практика не исключает, что крупные иностранные фирмы, заинтересованные в расширении сбыта своей продукции, могут сразу пойти на предоставление франшизи всех преимуществ.

В зарубежных странах система франчайзинга способствует развитию малого и среднего предпринимательства. Социальная культура предпринимателей, развитая правовая база и оперативная судебная система позволяют крупным компаниям с меньшей степенью риска вкладывать средства в создание и оснащение сбытовых компаний на принципах франчайзинга,

не проходя первого этапа сотрудничества, характерного для стран с еще не цивилизованным рынком. Высокая эффективность сотрудничества на принципах франчайзинга привлекает банки, которые предоставляют кредиты сбытовым фирмам. Во многих промышленно развитых странах созданы и активно действуют специальные фонды, способствующие развитию франчайзинга.

3. Формы сотрудничества в финансовой сфере.

Предпринимательские партнерские связи в сфере финансовых отношений могут сводиться к факторингу и коммерческому трансферту.

Факторинг.

Под факторингом понимают систему взаимоотношений, которая устанавливается между предпринимателем и фактор-фирмой. При этом фактор-фирма берет на себя погашение дебиторской задолженности предпринимателя (когда такой предприниматель приобретает товар, но не может сразу его оплатить) или покупает у предпринимателя его требование к какому-либо партнеру о платеже (т. е. когда предприниматель осуществляет поставку товара, но покупатель пользуется отсрочкой платежа).

В роли фактор-фирмы часто выступают банки (многие банки к настоящему времени превращаются в банковские группы; они начинают заниматься не просто финансовым обслуживанием, а осуществляют комплексное обслуживание клиентов, учреждая в своей структуре факторинговые, лизинговые, инжиниринговые, консалтинговые конторы).

Факторинг — это разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента через покупку фактор-компанией счетов клиента.

Факторинг является одним из элементов универсальной системы финансового обслуживания клиентов, включающей бухгалтерское, информационное, рекламное, сбытовое, транспортное, страховое, кредитное и юридическое обслуживание. За самим клиентом остается практически только производственная функция.

Распространение факторинговых операций связано с тем, что в современных условиях обычный срок платежа колеблется от 1 до 3 месяцев. Если банк оплачивает требования по таким платежам сразу, т. е. используется условие сконто (немедленная оплата), то оборачиваемость средств увеличивается. Предприниматель, в чью пользу осуществляется платеж, обычно предоставляет в таких случаях скидку с цены в размере 3%. Эти 3% и являются прибылью фактор-фирмы.

Дебиторская задолженность — долг по счету, отраженный в бухгалтерских документах. Например, вы продаете товар одному из своих партнеров, который осуществит платеж через 3

месяца. Следовательно, в течение этих 3 месяцев часть вашего капитала не работает, она не принесет вам никакой прибыли. Но вы можете при предоставлении 3%-ной скидки с цены получить эти деньги у фактор-фирмы, которая в свою очередь через 3 месяца получит от партнера полную сумму, причитающуюся вам за совершенную поставку. Или наоборот, вы купили товар; банк оплачивает 97% контрактной стоимости (у вас в момент покупки нет свободных капиталов), а вы банку через 3 месяца выплатите 100% контрактной стоимости.

Б. Коммерческий трансферт.

Коммерческий трансферт используется в межстрановых отношениях и представляет собой взаимное приобретение партнерами друг у друга капиталов в национальных валютах в установленных (договором) размерах по договорной цене. Однако такое приобретение капитала не предполагает его перемещения через национальные границы. Капитал зачисляется в национальном банке страны продавца, но на счет, который открывается на имя покупателя.

Например, вы приобрели капитал на указанных условиях у своего партнера в США. Таким образом, в американском банке теперь имеется ваш собственный счет на определенную сумму. В свою очередь, вы открываете счет на определенную сумму в российском банке на имя вашего американского партнера. Теперь вы можете приобретать любой товар у любой американской фирмы и осуществлять платежи со своего счета в американском банке. Такие же действия, но уже на территории России, может совершать и ваш американский партнер. Купив товар, вы можете вывезти его в Россию для реализации.

Схематично отношения при коммерческом трансферте можно изобразить в такой форме. Обычно часть товара реализуется для погашения банковского кредита, взятого под открытие счета на имя иностранного партнера. Другая часть, представляющая собой чистый доход российского предпринимателя, используется по его усмотрению. Аналогичные действия (начиная с пункта 4) осуществляют иностранный партнер на территории России.

Другими словами, эту операцию при умелом ее планировании можно совершить с «пустым карманом», т. е. она не требует никакого первоначального капитала (если, конечно, есть возможность получить в банке кредит под открытие счета для иностранного партнера). Залогом в данном случае может выступать сам договор о коммерческом трансферте, т. е. те валютные средства, которые зачисляются на счет российского партнера в иностранном банке.

Эта форма партнерских взаимоотношений используется в международных межбанковских связях при открытии так называемых корреспондентских счетов. К примеру, российский банк открывает свой счет в долларах в банке США, а у себя открывает счет в рублях, принадлежащий этому американскому банку. Такие счета нужны обоим банкам для обслуживания своих клиентов, которые имеют отношения с Россией (клиенты американского банка) или с США (клиенты российского банка).

В отношениях между государствами нередко также используется коммерческий трансферт или его элементы. Особенно это характерно для тех форм финансовых отношений, которые базируются на кредитах или финансовой помощи. К примеру, Великобритания предоставляет финансовую помощь странам Британского содружества, сопровождая это решение условием, что выделяемые средства могут быть использованы только для закупки товаров у английских фирм на территории Великобритании. Выделяемые на таких условиях средства не покидают страны и служат формой косвенной поддержки британских товаропроизводителей.

Тема 7: Предпринимательский риск

1. Понятие и сущность предпринимательского риска.
 2. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.
 3. Способы снижения предпринимательского риска.
1. Понятие и сущность предпринимательского риска.

Из многообразия форм сотрудничества выделим следующие:

Под риском понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой различного рода потери (например, получение физической травмы, потеря имущества, получение доходов ниже ожидаемого уровня и т.д.).

Предпринимательская деятельность содержит определенную долю риска, которую должен взять на себя предприниматель, определив характер и масштабы этого риска. Закон РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» определяет предпринимательство как инициативную, самостоятельную деятельность граждан и их объединений, осуществляющую на свой страх и риск, под свою имущественную ответственность, и направленную на получение прибыли. Таким образом, законодательно установлено, что осуществление предпринимательской деятельности в любом виде связано с риском.

В предпринимательской деятельности под риском принято понимать вероятность (угрозу) потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и финансовой деятельности.

Можно сказать, что риск — это деятельность, связанная с преодолением неопределенности в ситуации неизбежного выбора, в процессе которой имеется возможность

количественно и качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели.

В понятии «риск» можно выделить следующие элементы, взаимосвязь которых и составляет его сущность:

- возможность отклонения от предполагаемой цели, ради которой осуществлялась выбранная альтернатива;
- вероятность достижения желаемого результата;
- отсутствие уверенности в достижении поставленной цели;
- возможность материальных, нравственных и других потерь, связанных с осуществлением выбранной в условиях неопределенности альтернативы.

При рассмотрении проблем предпринимательского риска следует обратить внимание на соотношение понятий «риск» и «неопределенность». Эти понятия следует разграничивать, так как риск характеризует ситуацию, когда наступление неизвестных событий достаточно вероятно и может быть оценено количественно. Неопределенность же характеризует ситуацию, когда вероятность наступления таких событий заранее оценить невозможно.

Типичный пример ситуации неопределенности — форс-мажорные обстоятельства, т.е. препятствия непреодолимой силы, наступление которых всегда неожиданно. Именно поэтому потери вследствие форс-мажорных обстоятельств не принимаются к страхованию. В качестве ситуаций рынка можно рассматривать такие ситуации неопределенности, наступление которых весьма вероятно и может быть оценено.

В рыночной экономике существуют три основные группы причин возникновения ситуации неопределенности: незнание, случайность, противодействие

Основная задача предпринимателя — «предугадать» возможные причины неопределенности, которые и являются источниками возникновения рисковых ситуаций, найти возможные пути преодоления случайностей и противодействовать их проявлению.

2. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.

Предпринимательские риски могут возникнуть при осуществлении деятельности в результате влияния многочисленных факторов.

Риски могут возникать вследствие внутренних решений или вследствие воздействия внешней предпринимательской среды.

Анализ современного состояния экономики позволяет выделить следующие причины, приводящие к появлению предпринимательских рисков:

- экономический кризис;

- рост криминализации общества;– высокие темпы инфляции;
- политическая нестабильность;
- необязательность и безответственность хозяйствующих субъектов;
- нечеткость и непрерывная изменяемость законодательных и нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность;– отсутствие реального предпринимательского права, что препятствует снижению общего уровня риска;
- отсутствие персональной ответственности значительной части предпринимателей за результаты своей деятельности, что увеличивает «моральный» риск любой сделки;
- зависимость предпринимателя от уголовного мира, неспособность и нежелание правоохранительных органов защитить его;– чрезмерное вмешательство политиков в экономику;
- увеличение аппарата управления на федеральном и региональном уровнях;– неустойчивое налоговое законодательство;
- недобросовестная конкуренция;– низкий уровень образования предпринимателей по проблемам рынка и предпринимательства и др.

Существуют внешние и внутренние факторы:

Внешние факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска, подразделяются на две группы: факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия. Факторы прямого воздействия непосредственно влияют на результаты предпринимательской деятельности и уровень риска. Факторы косвенного воздействия не могут оказывать прямого влияния на предпринимательскую деятельность и уровень риска, но способствуют его изменению.

Не менее многочисленны и внутренние факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. В экономической литературе выделяют четыре группы таких факторов:

- стратегия фирмы;
- принципы деятельности фирмы;
- ресурсы и их использование;
- качество и уровень использования маркетинга.

Эти группы факторов включают в себя десятки конкретных действий в каждой фирме. Очень велико влияние на степень риска таких факторов, как отсутствие профессионального опыта руководителя предприятия, слабые общеэкономические знания персонала, финансовые просчеты, плохая организация труда, утечка конфиденциальной информации по вине служащих, плохая приспособляемость предприятия к переменам в окружающей рыночной среде, недостаток знаний в области маркетинга и др.

3. Способы снижения предпринимательского риска.

Инструменты управления рисками весьма разнообразны. Из сложившейся на настоящий момент практики четко видно, что у российских специалистов с одной стороны, и западных исследователей - с другой, сложились вполне четкие предпочтения в отношении методов управления рисками. Наличие подобных предпочтений обусловлено в первую очередь, характером экономического развития государства и, как следствие, группами рассматриваемых рисков.

Средствами разрешения рисков являются избежание их, удержание, передача, снижение степени.

1) Избежание риска означает простое уклонение от мероприятия, связанного с риском. Однако избежание риска для инвестора зачастую означает отказ от прибыли.

2) Удержание риска - это оставление риска за инвестором, т.е. на его ответственности. Так, инвестор, вкладывая венчурный капитал, заранее уверен, что он может за счет собственных средств покрыть возможную потерю венчурного капитала.

3) Передача риска означает, что инвестор передает ответственность за риск кому-то другому, например страховой компании.

4) Снижение степени риска - это сокращение вероятности и объема потерь.

Для снижения степени риска применяются различные приемы. Наиболее распространенными являются:

- диверсификация;
- приобретение дополнительной информации о выборе и результатах;
- лимитирование;
- самострахование;
- страхование;
- страхование от валютных рисков;
- хеджирование;
- учет и оценка доли использования специфических фондов компании в ее общих фондах

и др.

Диверсификация представляет собой процесс распределения капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой.

Диверсификация позволяет избежать части риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности. Например, приобретение инвестором акций пяти разных акционерных обществ вместо акций одного общества увеличивает вероятность получения им

среднего дохода в пять раз и соответственно в пять раз снижает степень риска Чернова Г.В., Кудрявцев А.А. Управление рисками. М.: Проспект 2003 г - с. 144.

Диверсификация является наиболее обоснованным и относительно менее издержкоемким способом снижения степени финансового риска.

Приобретение дополнительной информации о выборе и результатах. Информация имеет важное значение в риск-менеджменте. Это связано прежде всего с тем, чтобы при принятии рисковых решений, к примеру вложение капитала, не произошло не предвиденной ситуации, такой как потеря средств из-за ограниченной информации. При более полной и точной информации финансовый менеджер менее рискует своими денежными средствами и имеет возможность сделать более точный прогноз и снизить существующий риск. Готовность инвестора платить за полную информацию, делает информацию ценным товаром.

Лимитирование - это установление лимита, т.е. предельных сумм расходов, продажи, кредита и т.п. Лимитирование является важным приемом снижения степени риска и применяется банками при выдаче ссуд, при заключении договора на овердрафт и т.п. Хозяйствующими субъектами он применяется при продаже товаров в кредит, предоставлении займов, определении сумм вложения капитала и т.п.

Самострахование означает, что предприниматель предпочитает подстраховаться сам, чем покупать страховку в страховой компании. Тем самым он экономит на затратах капитала по страхованию. Самострахование представляет собой децентрализованную форму создания натуральных и страховых (резервных) фондов непосредственно в хозяйствующем субъекте, особенно в тех, чья деятельность подвержена риску Никитина Т. В. Страхование коммерческих и финансовых рисков СПб: Питер, 2002. - с. 112.

Создание предпринимателем обособленного фонда возмещения возможных убытков в производственно-торговом процессе выражает сущность самострахования. Основная задача самострахования заключается в оперативном преодолении временных затруднений финансово-коммерческой деятельности. В процессе самострахования создаются различные резервные и страховые фонды. Эти фонды в зависимости от цели назначения могут создаваться в натуральной или денежной форме.

Страхование валютных рисков. Причиной валютного риска являются краткосрочные и долгосрочные колебания обменных курсов валют, которые предопределяются величиной спроса и предложения. Спрос на покупку или продажу валюты находится под влиянием комбинации кратковременных и долгосрочных факторов. Долгосрочные тенденции изменения курсов валют зависят от состояния экономики. Кратковременные тенденции зависят от рыночных условий и других кратковременных факторов спроса-предложения.

Хеджирование (англ. *heaging* - ограждать) используется в банковской, биржевой и коммерческой практике для обозначения различных методов страхования валютных рисков. Так, в книге Долан Э. Дж. и др. «Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика» этому термину дается следующее определение: «Хеджирование - система заключения срочных контрактов и сделок, учитывающая вероятностные в будущем изменения обменных валютных курсов и преследующая цель избежать неблагоприятных последствий этих изменений» Кинев Ю.Ю. «Оценка рисков финансово-хозяйственной деятельности предприятий на этапе принятия управленческого решения» // «Маркетинг в России и за рубежом». 2002. №5. - с.73- 83. В отечественной литературе термин «хеджирование» стал применяться в более широком смысле как страхование рисков от неблагоприятных изменений цен на любые товарно-материальные ценности по контрактам и коммерческим операциям, предусматривающим поставки (продажи) товаров в будущих периодах.

Контракт, который служит для страховки от рисков изменения курсов (цен), носит название «хедж» (англ. *hedge* - изгородь, ограда). Хозяйствующий субъект, осуществляющий хеджирование, называется «хеджер». Существуют две операции хеджирования: хеджирование на повышение; хеджирование на понижение.

Учет и оценка доли использования специфических фондов компании в ее общих фондах. С переходом к рынку значительно возрастают деловые риски. Вероятность неполучения дохода от предпринимательской деятельности диктует необходимость образования в составе внутренних производственных фондов резервного (рискового) фонда, размер которого устанавливается, на уровне не менее 15% уставного капитала. Формируется резервный капитал за счет ежегодных отчислений, величина которых устанавливается учредительными документами и составляет, не менее 5% суммы чистой прибыли, оставшейся в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов.

В условиях перехода к рыночной экономике создана принципиально новая система распределения прибыли предприятия. Ее главное отличие заключается в том, что чистая прибыль распределяется не в соответствии с заранее установленными пропорциями (процентами) ее отчислений в фонды экономического стимулирования, состав которых строго регламентирован, а исходя из потребностей, непосредственно по целевому назначению. Поэтому перечень самих фондов экономического стимулирования, конкретные размеры направления в них прибыли формируются под воздействием рыночной конъюнктуры и в связи со специфическими особенностями расходования чистого дохода в различных организационно-правовых формах хозяйствования.

Тема 8: Инновационное предпринимательство

1. Сущность инновационного предпринимательства и его виды.
2. Организационные формы инновационного предпринимательства.
3. Проблема коммерциализации инноваций.

1. Сущность инновационного предпринимательства.

В середине 20 века сложилось современное понимание предпринимателя как новатора.

Задача предпринимателей это одна из самых сложных задач предпринимателя. Здесь требуется не только умение творчески мыслить и находить новые решения, но и понимать расклад сил, действующих в сложившейся обстановке.

Сутью этого определения является признание новаторства и новизны вообще как неотъемлемой черты предпринимательства. Действительно, поиск новых идей и их реализация

Необходимость формирования инновационного предпринимательства в России обусловлена:

- усилием интенсивных факторов развития производства, которые способствуют применению научно-технического прогресса во всех сферах экономической деятельности;
- определяющей ролью науки в повышении эффективности разработки и внедрения новой техники;
- необходимостью существенного сокращения сроков создания, освоения новой техники;
- повышением технического уровня производства;
- необходимостью развития массового творчества изобретателей и рационализаторов;
- спецификой процесса научно-технического производства: имеющая место неопределенность затрат и результатов, ярко выраженная многовариантность исследований, риск и возможность отрицательных результатов;
- увеличением затрат и ухудшением экономических показателей предприятий при освоении новой продукции;
- быстрым моральным старением техники и технологии и т.д.

Стабильный экономический рост может быть достигнут только на инновационной основе, при активном использовании современных научно-технических достижений. Лишь в этом случае реализуемы шансы на высокое качество роста, ресурсосбережение, эффективность производства, выпуск конкурентоспособной на внутренних и мировых рынках продукции.

Под инновационным предпринимательством понимается процесс создания и коммерческого использования технико-технологических нововведений. Как правило, в основе предпринимательской деятельности лежит нововведение в области продукции или услуг,

позволяющее создать новый рынок, удовлетворить новые потребности. Инновации служат специфическим инструментом предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур.

Это особый новаторский процесс создания чего-то нового, процесс хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск новых возможностей, ориентация на инновации. Оно связано с готовностью предпринимателя брать на себя весь риск по осуществлению нового проекта или улучшению существующего, а также возникающие при этом финансовую, моральную и социальную ответственность. В общем плане инновационное предпринимательство можно определить как общественный технический экономический процесс, приводящий к созданию лучших по своим свойствам товаров (продукции, услуг) и технологий путем практического использования нововведений.

В экономической литературе выделяются три основных вида инновационного предпринимательства:

- инновация продукции;
- инновация технологии;
- социальные инновации.

Первый вид инновационного предпринимательства представляет собой процесс планомерного улучшения гуманитарной сферы предприятия. Второй вид это процесс это процесс обновления производственного потенциала, направленный на повышение производительности труда и экономию энергии, сырья и других ресурсов, что в свою очередь дает возможность увеличить прибыль фирмы, усовершенствовать технику безопасности, провести мероприятия по защите окружающей среды и т.д. Третий вид инновационного предпринимательства – инновация технологии – представляет собой процесс обновления сбытового потенциала предприятия, обеспечивающий выживаемость фирмы, увеличение объема получаемой прибыли, расширение доли на рынке, сохранение клиентуры, повышение престижа и т.д.

2. Организационные формы инновационного предпринимательства.

Инновационная деятельность характеризуется многообразием организационных форм. Это связано с тем, что процесс нововведений охватывает разнообразные сферы деятельности: научно-техническую, финансовую, информационную, маркетинговую, и в его реализации участвуют различные взаимодействующие между собой организации: научно-

исследовательские институты, финансовые и консалтинговые организации, венчурные фирмы, страховые компании.

Наиболее распространены такие организационные формы инновационной деятельности как бизнес-инкубатор, технопарк, технополис, стратегический альянс. Формой поддержки становления и развития новой фирмы являются бизнес-инкубаторы.

Бизнес-инкубатор - это организация, решающая задачи, ограниченные проблемами поддержки малых, вновь созданных фирм и начинающих предпринимателей, которые хотят, но не имеют возможности начать свое дело.

Бизнес-инкубатор может быть автономным, то есть самостоятельной хозяйственной организацией с правами юридического лица, или действовать в составе технопарка (в этом случае он может называться «инкубатором технологий»).

Одной из перспективных форм развития инновационного предпринимательства являются технопарки и технополисы. Технопарк - это организация, осуществляющая формирование территориальной инновационной среды с целью развития предпринимательства в научно-технической сфере путем создания материально-технической базы для становления, развития, поддержки и подготовки к самостоятельной деятельности малых инновационных предприятий и фирм, производственного освоения научных знаний и научно-технических технологий. Технопарк обеспечивает условия для осуществления инновационного процесса - от поиска (разработки) новшества до выпуска образца товарного продукта и его реализации. Предметом деятельности технопарка являются комплексное решение проблем ускоренной передачи результатов научных исследований в производство и доведение их до потребителя на коммерческой основе. Технополис представляет собой более крупную по сравнению с технопарком зону экономической активности. Он состоит из университетов, исследовательских центров, технопарков, инкубаторов бизнеса, промышленных и иных предприятий, практическая деятельность которых опирается на результаты научных и технологических исследований, является неотъемлемой частью системы международного разделения труда и имеет среди обитания, целенаправленно сформированную под ученых, специалистов, высококвалифицированную рабочую силу. Технополис поддерживает тесные связи с аналогичными структурами на национальном и международном уровне. В России наукограды и академгородки могут служить основой для формирования технополисов.

Наукоград - административно-территориальное образование, инфраструктура которого сформировалась вокруг научной организации, определяющей научно-производственную ориентацию его производственных структур. Цель создания наукоградов - сохранение и развитие имеющегося научного потенциала, повышение его эффективности и создание условий для устойчивого развития (решения задач обороны). Стремление расширить клиентскую базу,

географию присутствия или сферу влияния компании приводит к созданию партнерских союзов, или альянсов. В современном бизнесе консолидация стала самым обычным явлением.

Стратегические альянсы - временные кооперативные соглашения между компаниями, не предполагающие слияния или полного партнерства. Стратегические преимущества создания совместных предприятий и альянсов при осуществлении инновационной деятельности заключаются в следующем: использование эффекта масштаба в производстве и/или маркетинге нового продукта; доступ к разработкам и ноу-хау партнера; возможность проникновения на труднодоступные рынки.

3. Проблема коммерциализации инноваций.

Всякая инновационная деятельность может считаться эффективным инструментом коммерциализации достижений научно-технического прогресса. Для интенсификации передачи технологических знаний между наукой и производством, между различными предприятиями в стране развивается и инфраструктура трансфера инноваций.

Процесс перехода к инновационной экономике в нашей стране осложняется рядом объективных факторов, наиболее важными, среди которых, являются:

- скучность существующей инфраструктуры рынка технологий;
- низкая численность персонала, занятого НИОКР;
- низкий уровень расходов на научные исследования и разработки;
- низкий уровень патентной активности;
- использование неэффективной линейной модели поддержки инновационного цикла;
- неразвитость системы малого инновационного бизнеса, а также государственных механизмов его поддержки. [5]

Для того чтобы рынок инноваций развивались, нужны и спрос, и предложение технологий. В России доминирует акцент на предложение технологий. Тому есть простое объяснение. На протяжении всего советского периода в стране большое внимание уделялось развитию образования и науки. Вследствие чего, сложилось представление о том, что развитая наука и значительные человеческие ресурсы позволяет позиционировать Россию на международной арене в качестве поставщика технологических знаний и сложной технологической продукции.

Однако последние десятилетия показывают, что такие ожидания оказались во многом неоправданными. И дело здесь не в способности или неспособности российских специалистов работать с современными технологиями, в этом плане все относительно успешно, суть проблемы состоит в том, что российские технологии сталкиваются и в самой России, и на

международном рынке со значительными стратегическими препятствиями, преодолеть которые можно лишь в результате долгосрочной кропотливой работы.

Все это, в совокупности, обуславливает тот факт, что конкурентоспособность России в мировом технологическом пространстве невысока, а инновационный процесс в нашей стране характеризуют следующие особенности:

- существенное отставание в области коммерциализации инноваций;
- невосприимчивость экономики к нововведениям;
- сокращение численности молодых специалистов, занятых научными исследованиями;
- использование устаревших технологий и производства;
- сокращение количества разработанных и внедренных технологий.

Одна из главных стратегических проблем инновационной деятельности в нашей стране – отсутствие существенного спроса на российские технологии, как в самой России, так и во внешнем мире, и, как следствие, - низкий уровень коммерциализации инноваций.

При рассмотрении вопроса о спросе на российские технологии со стороны российских организаций целесообразно рассматривать три основные ситуации:

- спрос на технологии при запуске нового бизнеса со стороны ученых, выступающих в качестве предпринимателей (коммерциализация самим изобретателем, посредством создания инновационного предприятия);
- спрос на технологии при запуске нового бизнеса со стороны предпринимателей, не являющихся авторами разработок (коммерциализация инноваций изобретателем на уже существующем предприятии);
- спрос на технологии со стороны сложившихся компаний, стремящихся к получению новых конкурентных преимуществ (выведение инновации на рынок путем передачи третьим лицам прав на коммерциализацию инновационного продукта). [2]

По каждой из этих ситуаций накопилось больше количества объективных и субъективных проблем.

Рассмотрим процесс внедрения инноваций и создание инновационного продукта на базе малого инновационного предприятия.

На практике в российских условиях при таком сценарии имеет место масса проблем, которые, во-первых, не создают со стороны запущенного бизнеса никакого спроса на чужие (сторонние) технологии и, во-вторых, делают конченый успех предпринимательских усилий на основе собственных научно-технических достижений маловероятным. В данном варианте

коммерциализации важными являются два момента: организация производственного процесса, и представление инновационного продукта на рынке с последующей продажей.

Прежде чем приступить к коммерциализации инновационной разработки таким способом, предприятие должно оценить свою конкурентоспособность и сравнить себя с конкурентами. Конкурентоспособность малого инновационного предприятия целесообразно оценивать исходя из его инновационного потенциала. Инновационно-инвестиционный процесс, как в целом, так и в своих составных частях в виде отдельных проектов и программ, в силу своей природы связан с длительной временной перспективой. Под инновационным потенциалом предприятия, следует понимать все возможности фирмы, в материальном и нематериальном виде, которые могут быть направлены на создание, внедрение и продвижение инновационного продукта.

Ситуация, когда предприниматель, добившийся успехов в направлениях бизнеса, не связанных с коммерциализацией технологий, решает диверсифицировать свою деятельность на такие направления, является наиболее перспективной с точки зрения развития инновационной инфраструктуры. Тем не менее, здесь также имеются определенные проблемы. На практике предприниматель, решивший заняться бизнесом в инновационной сфере, крайне редко имеет дело с авторами действительно передовых и перспективных разработок. Это связано с тем, что авторы таких разработок высоко ценят результаты своего труда и потому либо не нуждаются в услугах другого предпринимателя (справляются самостоятельно), либо выставляют неприемлемые условия сотрудничества. Кроме того, если даже предприниматель и авторы разработок договорятся друг с другом и начнут сотрудничать, на последующих этапах совместной работы возможны конфликты, что ведет к сложностям в реализации подобного варианта коммерциализации.

В силу приведенных аспектов, наиболее вероятным является сценарий сотрудничества между предпринимателями и разработчиками, когда разработчик не предлагает научно-технических решений, обладающих какими-то существенными преимуществами, новизной или изобретательским уровнем. Однако, в силу того, что в нашей стране для представителей российской инновационной инфраструктуры, осуществляющих поддержку инновационной деятельности, основополагающим требованием стала научно-техническая новизна разработок и интеллектуальная собственность, такие проекты является непривлекательными. Между тем, именно такие ситуации наиболее перспективны с точки зрения развития института трансфера технологий. Это связано с тем, что партнерство между предпринимателем и разработчиком, не предлагающим на сегодняшний день передовые результаты НИОКР, имеет существенно большие перспективы на долгосрочное сотрудничество и успех. В виду первоначального отсутствия выдающихся разработок, возрастает вероятность того, что в будущем такая

компания могла бы предъявить спрос на рынке технологий. Раз так, то с большой вероятностью будут востребованы и услуги инновационной инфраструктуры.

Таким образом, анализируя потенциальный вклад предпринимателей, стремящихся диверсифицировать свою деятельность за счет новых направлений деятельности, связанных с трансфером и коммерциализацией инноваций, в развитие рынка инноваций, и, соответственно, инновационной экономики, можно сделать следующие выводы:

1. Предпринимательская активность такого плана действительно обладает значительным потенциалом с точки зрения предъявления спроса на технологии.

2. Значительные препятствия для бурного развития этого направления коммерциализации инноваций, обусловленные тем, что партнерство между предпринимателем, с одной стороны, и авторами сильных разработок, с другой маловероятно.

3. Гораздо большими долгосрочными перспективами обладают партнерства между предпринимателем и авторами разработок «среднего» уровня. Это связано с тем, что, во-первых, в большинстве случаев у таких партнеров больше шансов на долгосрочный успех и, во-вторых, в будущем такие партнерства с большей вероятностью смогут предъявить спрос на рынке технологий. Однако с точки зрения представителей российской инновационной инфраструктуры такие проекты, как правило, считаются непривлекательными.

Тема 9: Инфраструктура бизнеса

1. Понятие инфраструктуры бизнеса и ее основные функции.

2. Источники финансирования бизнеса.

1. Понятие инфраструктуры бизнеса и ее основные функции.

Как и всякая другая система, бизнес обладает собственной инфраструктурой. Термин инфраструктура впервые использовали в экономическом анализе для обозначения объектов и сооружений, обеспечивающих нормальную деятельность вооруженных сил. В отечественной экономической литературе периода 1970-80-х годов инфраструктуру обычно рассматривали или как комплекс отраслей общего пользования, создающих необходимые условия для развития предприятий, или как совокупность инженерно-технических сооружений и объектов, обеспечивающих на определенной территории бесперебойное движение потоков грузов, людей, энергии, информации.

Сам по себе бизнес без широко разветвленной инфраструктуры существовать не может. Инфраструктура – обязательный компонент любой целостной экономической системы.

«Инфраструктура» – это объективно сложившаяся в результате общественного разделения труда система общих условий обеспечения общественного воспроизводства в рамках народного хозяйства и каждого его звена, представляющая совокупность рациональных технологических, организационно – экономических, информационных, социальных и др. взаимосвязей по эффективному обслуживанию функционирования структурообразующих отраслей и жизнеобеспечения населения». Под инфраструктурой бизнеса следует понимать совокупность предприятий, организаций и учреждений, которые, функционируя совместно, обслуживают бизнес, оказывая ему те или иные платные услуги, обеспечивают его необходимыми средствами производства, транспортом, связью, информацией, кредитными ресурсами, рабочей силой, рекламой, консультациями и т. д. Другими словами, она представляет собой совокупность организационно – правовых форм, опосредующих деловые отношения и увязывающих эти отношения, разнообразные и разносубъектные, в единое целое.

В отношения между предпринимателями, наемными работниками и потребителями вклинивается огромное множество промежуточных структур, устанавливающих эти отношения и помогающих реализовать деловые интересы. Именно благодаря наличию необходимой инфраструктуры современный бизнес приобрел цивилизованные формы, в которых каждый его элемент специализируется на выполнении определенных функций, чем обеспечивается высокая производительность труда и в сфере самого бизнеса, и в сфере предприятий инфраструктуры.

Элементами инфраструктуры бизнеса являются:

Кредитная система и коммерческие банки, Эмиссионная система и эмиссионные банки, Организационно оформленное посредничество на товарных, сырьевых, фондовых и валютных биржах, Аукционы, ярмарки, др. формы организационного внебиржевого посредничества, Система регулирования занятости населения и центры содействия занятости (биржи труда), Информационные технологии и средства деловой коммуникации, Налоговая система и налоговые инспекции, Система страхования коммерческого, хозяйственного риска и страховые компании (государственные и негосударственные), Специальные рекламные, информационные агентства и средства массовой информации, Торговые палаты, Таможенная система, Профессиональные союзы работающих по найму, Коммерческо – выставочные комплексы, Система высшего и среднего экономического образования, Консалтинговые компании, Аудиторские компании, Общественные и государственно – общественные фонды, предназначенные для стимулирования деловой активности, Специальные зоны свободного предпринимательства.

Таким образом, инфраструктура организует деловые отношения и облегчает их участникам реализацию интересов, обеспечивает специализацию различных субъектов экономики, повышение оперативности и эффективности их работы на основе дифференциации

заполняемых ими рыночных ниш, упрощает юридический и экологический контроль, государственное и общественное регулирование деловой практики.

2. Источники финансирования бизнеса.

1. Источники финансирования. Это могут быть:

собственные деньги или деньги партнеров

деньги, вырученные от продажи акций

прибыль, которую приносит деятельность фирмы

Бывает, что этих возможностей недостаточно.

Например, при создании акционерного общества учредителям понадобятся средства еще до того, как акции поступят в продажу: нужно напечатать акции, сделать им соответствующую рекламу, зарегистрировать фирму, снять помещение под офис. Или: фирма работает и приносит прибыль; в какой-то момент владельцы принимают решение расширить дело, но одной только прибыли не хватает, чтобы финансировать это мероприятие.

Все источники финансирования в бизнесе можно разделить на внутренние и внешние.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Институт экономики и финансов

Кафедра антикризисного управления и оценочной деятельности

Учебно-методическая разработка
по дисциплине **«Основы бизнеса»**
для проведения семинарских, практических занятий
и самостоятельной работы студентов,
обучающихся по направлению 080100.62 «Экономика»
(профили Бухгалтерский учет, анализ и аудит, Экономика труда,
Экономика предприятий и организаций)

Казань 2014

Обсуждена на заседании кафедры антикризисного управления и оценочной
деятельности.

Составители: к.э.н., ассистент Яковлев В.Ю.
ст. преподаватель Ивановский И.А.

Рецензенты: к.э.н., доцент Салахиева М.Ф.
к.э.н., доцент Бурганова Р.А.

Содержание

Введение

4

Тема 1. Понятие и содержание бизнеса	5
Тема 2. Организация и регистрация предпринимательской фирмы	16
Тема 3. Реорганизация и прекращение деятельности фирмы	22
Тема 4. Конкуренция в системе бизнеса	27
Тема 5. Коммерческая деятельность фирмы	34
Тема 6. Деловые интересы в бизнесе	41
Тема 7. Предпринимательский риск	48
Тема 8. Инновационное предпринимательство	54
Тема 9. Инфраструктура бизнеса	59

Введение

Настоящая методическая разработка составлена в соответствии с программой дисциплины, включает 9 тем и предназначена для проведения семинарских, практических занятий, а также для организации самостоятельной работы студентов при изучении дисциплины «Основы бизнеса».

Методическая разработка включает: вопросы для обсуждения, практические задания, контрольные вопросы и задания для самостоятельной работы студентов, список рекомендуемой литературы.

Семинарские занятия по дисциплине «Основы бизнеса» проводятся с целью усвоения студентами теоретических основ организации и ведения бизнеса и закрепления изученного материала решением практических заданий.

Решение практических заданий поможет студентам более глубоко усвоить не только теоретические вопросы, но и научиться самостоятельно проводить экономические расчеты и делать соответствующие выводы.

Уровень усвоения студентами изучаемой темы проверяется на основе ответов на контрольные вопросы и задания, решение которых требует дополнительного изучения материала в соответствии с предложенными заданиями для самостоятельной и рекомендуемой литературы.

Тема 1. Понятие и содержание бизнеса (1 занятие)

Вопросы для обсуждения

1. Сущность бизнеса и предпринимательства. Цели, функции и родовые признаки бизнеса.
2. Система современного бизнеса: субъекты деловых отношений, инфраструктура бизнеса.
3. Формы бизнеса. Малый, средний и крупный бизнес.
4. Понятие, цели, задачи, условия и принципы организации предпринимательской деятельности. Объекты и субъекты предпринимательства.
5. Этапы развития, сферы и формы предпринимательства: организационно-правовые и организационно-экономические.
6. Виды предпринимательства и их характеристика: производственные, коммерческие, финансовые и консультативные.
7. Некоммерческие организации: цели создания, особенности управления.

Контрольные вопросы

1. Сущность бизнеса и предпринимательства.
2. Основные цели бизнеса.
3. Задачи и функции бизнеса.
4. Характерные черты предпринимательства.
5. Субъекты деловых отношений, входящие в систему современного бизнеса.
6. Инновации – ведущий инструмент предпринимательства.
7. Характеристика предпринимательской среды.
8. Основные подсистемы внешней предпринимательской среды.
9. Внутренняя предпринимательская среда.
10. Рынок как среда существования предпринимательства.
11. Правила выбора формы предпринимательской деятельности.
12. Формы осуществления предпринимательской деятельности.
13. Форма осуществления предпринимательской деятельности, наиболее удобная с точки зрения организации бухгалтерского учета и минимизации налогообложения.
14. Формы предпринимательства со статусом юридического лица, имеющие сложную организационно-правовую структуру.
15. Цели создания бизнес-плана.
16. Некоммерческие организации: цели, задачи и способы деятельности.
17. Основные преимущества акционерного общества.
18. Распределение прибыли полного товарищества.
19. Уставный капитал акционерного общества.
20. Ответственность унитарного предприятия по обязательствам собственника имущества.
21. Особенности общества с дополнительной ответственностью.
22. Увеличение уставного капитала акционерного общества.
23. Особенности деятельности филиалов предпринимательской фирмы и ее дочерних обществ.
24. Методы формирования первоначального предпринимательского капитала.
25. Технологии работы с предпринимательскими идеями.

Практические задания

1. Для принятия решения о выборе организационно-правовой формы предпринимательства дайте ответы на вопросы, представленные в таблице 1, и сделайте соответствующие выводы:

Таблица 1

Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности

Вопрос	Ответ
1	2
1. Готовы ли Вы взять на себя полную или частичную имущественную и моральную ответственность за ведение своей предпринимательской деятельности?	
2. Привыкли ли Вы принимать ответственные решения самостоятельно или любите работать в команде?	
3. В какой сфере предпринимательской деятельности лежат Ваши интересы, профессиональные навыки, социальные связи?	
4. Располагаете ли Вы достаточным количеством финансовых или имущественных ресурсов для начала предпринимательской деятельности?	
5. Хотите ли Вы ограничиться вложением имущественных ресурсов или готовы сами участвовать в предпринимательской деятельности?	
6. Каков будет Ваш предполагаемый доход, и каким образом Вы собираетесь построить свой бухгалтерский учет?	

2. Для правильного решения при выборе формы осуществления предпринимательской деятельности сравните их в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика организационно-правовых форм предпринимательской деятельности

Форма предпринимательства	Достоинства	Недостатки	Целесообразность применения
Предприниматель без образования юридического лица			
Полное товарищество (товарищество на вере)			
Общество с			

ограниченной ответственностью			
Закрытое акционерное общество			
Открытое акционерное общество			
Производственный кооператив			

3. Дайте сравнительную характеристику организационно-правовых форм предпринимательской деятельности по характеру и целям объединения в таблице 3.

Таблица 3

Сравнительная характеристика организационно-правовых форм предпринимательской деятельности

Организационно-правовая форма предпринимательской деятельности	Характер и цели объединения
Товарищества	
Общества	

4. Охарактеризуйте основные отличия в организации и функционировании товариществ и обществ в таблице 4.

Таблица 4

Отличия в организации и функционировании товариществ и обществ

Организационно-правовая форма предпринимательской деятельности	
Товарищество	Общество
Ответственность	
Учредительные документы	
Учредители	
Цели	
Организационная структура	
Передача прав собственности	
Особенности правового регулирования	

5. Инженер-технолог разработал оригинальную технологию изготовления отдельных видов мебели из отходов древесины, образующихся в большом количестве на фирме по изготовлению мебели, на которой он работает. Затем у него возникла предпринимательская идея выделения производства и продажи новой мебели из отходов древесины. Ее практическая реализация

нуждается в выборе конкретной формы предпринимательства. Возможные варианты деятельности сводятся к основанию индивидуального предприятия или созданию небольшой частной фирмы.

Необходимо проанализировать конкретную ситуацию и сформулировать ответ на вопросы:

1. Какую форму предпринимательства целесообразно выбрать?
2. Какие преимущества имеет та или иная форма предпринимательства?
3. В каком случае на фирме может работать наемный персонал?

Задания для самостоятельной работы

1. Перечислите основные субъекты бизнеса и дайте краткую характеристику одному из субъектов бизнеса.

2. Раскройте специфику бизнеса в экономике России в современных условиях.

3. Напишите эссе на тему: «Происхождение термина «предприниматель» и его смысловое и содержательное значение».

4. Рассмотрите возможность создания собственной фирмы. Учитывая возможную направленность деятельности фирмы (отрасль, предполагаемые виды продукции и услуг, конкретные стартовые условия) и современные российские правовые нормы обоснуйте выбор организационно-правовой формы хозяйствования.

5. Составьте список документов необходимых юридическому лицу как субъекту бизнеса для занятия предпринимательской деятельностью.

6. В таблице 1 дайте характеристику организационно-правовым формам предпринимательской деятельности.

Таблица 1

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Организационно-правовая форма предпринимательской деятельности	Характер объединения	Характер капитала	Час тни	Фирменное наименование	Чредительные документы	Представление, управление, ведение дел	Составственность	Справедливое прибыль и, убытков
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Индивидуальный предприниматель								
Полное товарищество								
Товарищество на вере (командитное)								

Общество с ограниченной ответственностью							
Общество с дополнительной ответственностью							
Акционерное общество открытого типа							
Акционерное общество закрытого типа							
Государственные и муниципальные унитарные предприятия (на праве хозяйственного ведения)							
Производственный кооператив							

7. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

7.1. Бизнес - это:

А) инициативная деятельность предпринимателей, направленная на увеличение доходов; совокупность деловых отношений в сфере воспроизведения (производства, распределения, обмена и потребления)

Б) деятельность, направленная на производство продукции, проведение работ и услуг, сбор, обработку и предоставление информации, создание духовных ценностей, подлежащих последующей реализации потребителям

В) добровольное объединение граждан на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей

7.2. Субъекты бизнеса - это:

А) собственно предприниматели, потребители, граждане, работающие по найму, государственные органы

Б) товарищества, общества, кооперативы

В) холдинги, финансово-промышленные группы, картели

7.3. Основа потребительского бизнеса:

А) частная собственность на предметы потребления и услуги

Б) частная собственность на средства производства

В) государственная собственность на средства производства

Г) частная собственность на рабочую силу

7.4. Система бизнеса включает:

А) субъекты деловых отношений

Б) только инфраструктуру бизнеса

В) международные отношения

7.5. Собственно предприниматели - это:

А) лица, осуществляющие инициативную деятельность на свой страх и риск, под свою экономическую и юридическую ответственность; коллективы предпринимателей и различные предпринимательские объединения

Б) добровольные объединения граждан на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей

В) организации, созданные гражданами или юридическими лицами на основе добровольных взносов

7.6. Основа предпринимательского бизнеса - это:

А) частная собственность на средства производства

Б) государственная собственность на средства производства

В) частная собственность на рабочую силу

Г) частная собственность на предметы потребления и услуги

7.7. Инновационная функция бизнеса связана с:

А) эффективным использованием воспроизводимых и ограниченных ресурсов

Б) использованием новых идей, выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей

В) возможностью каждого дееспособного индивидуума быть собственником дела

Г) принятием самостоятельного решения об организации собственного дела

7.8. Государственная поддержка малого бизнеса предполагает:

А) льготы в налогообложении

Б) планирование хозяйственной деятельности предприятия

В) установление цен на продукцию

7.9. Виды предпринимательской деятельности:

А) производственная, коммерческая, финансовая, консультационная

Б) хозяйственное товарищество, общество, кооперативное предприятие

В) синдикат, картель, концерн, консорциум, финансово-промышленная группа

7.10. Классификация предпринимательской деятельности по формам собственности:

А) частная, государственная, муниципальная

Б) индивидуальная, коллективная

В) производственная, коммерческая, финансовая

7.11. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности:

А) хозяйственное товарищество, общество, кооперативное предприятие

Б) картель, синдикат, трест, консорциум, холдинговая компания

В) производственная, финансовая, консультационная, коммерческая

7.12. Организационно-экономические формы предпринимательской деятельности:

А) хозяйственное товарищество, общество, кооперативное предприятие

Б) картель, синдикат, трест, консорциум, холдинговая компания

В) производственная, финансовая, консультационная, коммерческая

7.13. Коммерческое предпринимательство - это:

А) деятельность, направленная на производство продукции, проведение работ и услуг, подлежащих последующей реализации

Б) деятельность, содержание которой составляют товарно-денежные, торгово-обменные операции

В) деятельность, при которой происходит продажа одних денег за другие в прямой или косвенной форме

7.14. Способ предпринимательской деятельности без образования юридического лица:

А) временный трудовой коллектив

Б) унитарное предприятие

В) консультационная фирма

7.15. Картель - это:

А) соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на товары, услуги, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства и др.

Б) объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли для устранения излишней конкуренции между собой

В) объединение предприятий одной или нескольких отраслей, при котором эти предприятия утрачивают производственную и коммерческую самостоятельность

Г) объединение предпринимателей в целях совместного проведения крупной финансовой операции

7.16. Производственный кооператив - это:

А) добровольное объединение граждан на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанное на личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов

Б) организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество, находящееся в государственной или муниципальной собственности

В) добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения потребностей участников в товарах и услугах путем объединения денежным и материальными взносами

7.17. Конгломерат - это:

А) многоотраслевой комплекс предприятий и организаций, структурные звенья которого не имеют между собой функциональных связей

Б) многоотраслевое акционерное общество, осуществляющее контроль через систему участия

В) форма добровольного объединения экономически самостоятельных предприятий, организаций, которые одновременно могут входить в другие образования

7.18. Консорциум - это:

А) объединение предпринимателей в целях совместного проведения крупной финансовой операции

Б) объединение предприятий одной или нескольких отраслей, при котором эти предприятия утрачивают производственную и коммерческую самостоятельность

В) объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли для устранения излишней конкуренции между собой

Г) соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на товары, услуги, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства и др.

7.19. Хозяйственное товарищество - это:

А) коммерческая организация с разделенным на доли учредителей уставным капиталом

Б) коммерческая организация, созданная по соглашению юридическими лицами и гражданами путем объединения их вкладов в целях осуществления хозяйственной деятельности

В) коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество

7.20. Финансовое предпринимательство - это:

А) деятельность, направленная на производство продукции, проведение работ и услуг, подлежащих последующей реализации

Б) деятельность, содержание которой составляют товарно-денежные, торгово-обменные операции

В) деятельность, при которой происходит продажа одних денег за другие в прямой или косвенной форме

7.21. Потребительский кооператив - это:

А) добровольное объединение граждан на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанное на личном трудовом и ином участии и объединении его членами имущественных паевых взносов

Б) организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество, находящееся в государственной или муниципальной собственности

В) добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения потребностей участников в товарах и услугах путем объединения денежным и материальными взносов

7.22. Синдикат - это:

А) объединение сбыта продукции предпринимателями одной отрасли для устранения излишней конкуренции между собой

Б) соглашение между предприятиями одной отрасли о ценах на товары, услуги, о разделе рынков сбыта, долях в общем объеме производства и др.

В) объединение предприятий одной или нескольких отраслей, при котором эти предприятия утрачивают производственную и коммерческую самостоятельность

Г) объединение предпринимателей в целях совместного проведения крупной финансовой операции

7.23. Производственное предпринимательство - это:

А) деятельность, направленная на производство продукции, проведение работ и услуг, подлежащих последующей реализации

Б) деятельность, содержание которой составляют товарно-денежные, торгово-обменные операции

В) деятельность, при которой происходит продажа одних денег за другие в прямой или косвенной форме

Рекомендуемая литература

1. Абчук В.А. Энциклопедия современного бизнеса: учебное пособие. – СПб: Вектор, 2005. – С.37.
2. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. – М.: Дашков и К., 2005 – С.68, 486.
3. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.6, 100.
4. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник - М: КноРус, 2010. – Гл. 1.
5. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса: учебник. – М: РДЛ, 2005. – С.12.

6. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – С.24, 46, 64, 129.
7. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.231.
8. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КноРус, 2007. – С.6, 429.
9. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учебник. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2004. – С.21, 139, 167.

Тема 2. Организация и регистрация предпринимательской фирмы (1 занятие)

Семинар в интерактивной форме

Форма проведения - презентация на основе современных мультимедийных средств подготовленного плана организации и регистрации фирмы.

Цель: формирование знаний об особенностях организации и регистрации предпринимательской фирмы в России на современном этапе.

Студентам предлагается составить подробный план организации и регистрации фирмы на основе современных требований и состояния рынка с раскрытием следующих основных разделов:

- 1) выбрать и обосновать преимущества выбранной организационно-экономической формы деятельности предприятия;
- 2) сформировать подробный план регистрации фирмы с указанием перечня документов и их основного содержания (размер уставного капитала, состав учредителей, особенности участия в распределении прибыли и управлении предприятием, формирование исполнительных органов фирмы и т.д.);
- 3) составить план действий, позволяющий зарегистрированной фирме заниматься определенными видами деятельности;
- 4) сформировать базовый маркетинговый план развития фирмы в общих чертах (стратегия выхода на рынок, работа с клиентами и проч.);
- 5) составить базовый финансовый план организации и развития фирмы, раскрыть вероятные доходы и расходы;
- 6) раскрыть особенности ценообразования на продукцию (услуги, работы) фирмы.

Выступление необходимо сопроводить презентацией в формате MS Power Point.

Сценарий занятия: для выполнения задания студенты распределяются (добровольно, либо по усмотрению преподавателя) на группы. Состав группы – 3-5 чел.

Подготовка плана организации и регистрации фирмы осуществляется студентами самостоятельно до начала занятия. На занятии производится презентация и защита подготовленного плана организации и регистрации фирмы.

План организации и регистрации фирмы должен быть выполнен с учетом действующей нормативной базы Российской Федерации на дату презентации.

Возможные направления деятельности предполагаемой фирмы:

- 1) оценочная деятельность;
- 2) медицинская деятельность;
- 3) торговая деятельность;
- 4) транспортная деятельность;
- 5) операции с недвижимостью;
- 6) проектная деятельность.

Перечень направлений может быть расширен по согласованию с преподавателем. В рамках одной академической группы повтор направлений не допускается.

Результаты плана организации и регистрации фирмы представляются в электронном виде (в виде презентации), а также в печатном виде.

Каждая презентация сопровождается обсуждением.

Итог занятия подводится преподавателем. Каждому студенту, участвовавшему в подготовке, защите и обсуждении презентации, выставляется оценка в текущий блок в зависимости от качества и степени участия в подготовке, защите и обсуждении презентации.

Задания для самостоятельной работы

1. Выберите бизнес-идею и оформите ее в соответствии с рекомендациями таблицы 4:

Таблица 4

Выбор бизнес-идеи

Бизнес-идея	Почему эта деятельность мне подходит или не подходит? (Личные качества)		Почему этот бизнес будет успешным или неуспешным? (Внешняя среда)	
	Подходит	Не подходит	Успешным	Неуспешным
Торговля бытовой химией	<ul style="list-style-type: none"> • я хорошо разбираюсь в средствах бытовой химии, потому что у меня химическое образование • у меня есть достаточно количество денег для создания оборотных средств 	<ul style="list-style-type: none"> • я страдаю аллергией и не могу долго находиться в помещении с химическими средствами 	<ul style="list-style-type: none"> • в районе нет специализированных торговых точек с полным ассортиментом товаров бытовой химии 	<ul style="list-style-type: none"> • в городе мало стабильно работающих предприятий, поэтому доходы населения невысокие и нестабильные
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____
	_____	_____	_____	_____

--	--	--	--

2. Составьте письменный план всех мероприятий подготовительного этапа, связанного с учреждением нового предприятия, начиная с подачи учредительных документов на государственную регистрацию

3. Представьте образец заявления о регистрации юридического лица.

4. Представьте образец заявления о постановке на учет в налоговом органе юридического лица.

5. Представьте образец заявления о постановке на учет в Пенсионный фонд юридического лица.

6. Приведите пример устава акционерного общества.

7. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

7.1. Последовательность этапов при организации собственного бизнеса:

- А) разработка концептуальной идеи, разработка бизнес-плана, регистрация фирмы
- Б) регистрация фирмы, разработка концептуальной идеи, разработка бизнес-плана
- В) разработка концептуальной идеи, регистрация фирмы, разработка бизнес-плана

7.2. Решающим этапом в создании собственного дела является:

- А) возникновение предпринимательской идеи;
- Б) обоснование предпринимательской идеи;
- В) постановка ближайших целей;
- Г) поиск источников финансирования.

7.3. Перекрестное лицензирование – это:

- А) обмен лицензиями на льготных условиях;
- Б) лицензирование смежных областей;
- В) обмен лицензии на аналогичную с целью продления ее действия.

7.4. Концептуальная идея, приводящая в движение капитал предпринимателя, заключается в том:

- А) что и как производить?
- Б) для кого производить?
- В) что, как и для кого производить?

7.5. Сопутствующая лицензия – это:

- А) лицензия на осуществление внешнеэкономической деятельности;
- Б) лицензия, связанная с продажей или приобретением комплектного оборудования или выполнением каких – либо услуг;
- В) соглашение, по которому лицензиар разрешает лицензиату в установленных пределах использовать объект соглашения, оставляя за собой право самому его эксплуатировать.

7.6. Принудительное включение в объект лицензии морально устаревшей, малозначительной технологии, наряду с предоставлением прав на интересующую лицензиата технологию – это:

- А) сопутствующая лицензия;
- Б) перекрестная лицензия;
- В) пакетная лицензия;
- Г) полная лицензия.

7.7. Внутрифирменный документ, представляющий основные аспекты разрабатываемого коммерческого мероприятия, анализ возникающих проблем, возможные «препятствия» и методы их преодоления – это:

- А) бизнес – план;
- Б) устав;
- В) учредительный договор;
- Г) план по реконструкции и развитию.

7.8. Бизнес – план является средством анализа:

- А) коммерческого проекта на его реалистичность и эффективность;
- Б) конкурентов;
- В) возможностей компании;
- Г) всего ближнего окружения компании (конкурентов, поставщиков, покупателей).

7.9. Лицензия – это:

- А) специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований;
- Б) документ, подтверждающий право данной фирме действовать в определенной организационно-экономической форме;
- В) свод правил, регулирующих деятельность фирмы;
- Г) акт уполномоченного органа исполнительной власти, осуществляемый посредством внесения в государственный реестр сведений о создании фирмы.

7.10. Для регистрации и деятельности фирмы создаются следующие учредительные документы:

- А) устав и учредительный договор;
- Б) устав и лицензия;
- В) устав, учредительный договор и свидетельство о регистрации предприятия;
- Г) устав и свидетельство о регистрации предприятия.

7.11. Организационный этап создания фирмы начинается с:

- А) внесения в государственный реестр сведений о создании фирмы;
- Б) получения лицензии;
- В) собрания учредителей, на котором оформляется протокол №1 о создании предприятия;

Г) постановки на учет в налоговой инспекции.

7.12. После получения лицензии субъект именуется как:

- А) лицензирующий орган;
- Б) соискатель лицензии;
- В) лицензиат.

7.13. Лицензии выдаются:

- А) только юридическим лицам;
- Б) только индивидуальным предпринимателям;
- В) юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям.

Рекомендуемая литература

1. Абчук В.А. Энциклопедия современного бизнеса: учебное пособие. – СПб: Вектор, 2005. – С.453, 461.
2. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. – М.: Дашков и К., 2005 – С.155.
3. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.77.
4. Кован С.Е. Практикум по финансовому оздоровлению неплатежеспособных предприятий / Под ред. М.А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 2005. – С.180.
5. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – С.154, 185.
6. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.29, 356.
7. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КноРус, 2007. – С.40, 84.
8. Просветов Г.И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие. – М: Альфа-Пресс, 2008.

Тема 3. Реорганизация и прекращение деятельности фирмы (1 занятие)

Вопросы для обсуждения

1. Реорганизация фирмы: принудительная и добровольная. Формы реорганизации. Особенности слияний и поглощений фирм в современной российской экономике.
2. Механизм реорганизации: порядок составления разделительного баланса при разделении и выделении фирм; содержание передаточного акта при преобразовании фирмы.
3. Ликвидация фирм: причины, порядок и формы.

Контрольные вопросы

1. Основные цели и задачи реорганизации предприятий.
2. Особенности реорганизации фирмы в форме выделения.
3. Особенности реорганизации акционерных обществ.
4. Причины слияний и поглощений предпринимательских фирм.
5. Примеры процессов слияний и поглощений фирм в современной российской экономике.
6. Форма и содержание разделительного баланса при разделении и выделении фирм.
7. Передаточный акт при преобразовании фирмы и его содержание.
8. Причины ликвидации фирмы в судебном порядке.
9. Очередность удовлетворения требований кредиторов ликвидируемой фирмы.
10. Особенности погашения обязательств, обеспеченных залогом имущества при ликвидации фирмы.
11. Процедура снятия с налогового учета и исключения из единого государственного реестра юридических лиц.
12. Основные правовые нормы создания, реорганизации и ликвидации акционерного общества.

Задания для самостоятельной работы

1. Представьте укрупненный алгоритм создания и реорганизации акционерного общества.
 2. Представьте схематично варианты различных форм реорганизации предприятий (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование).
 3. Выявите основные причины, которые обуславливают реорганизацию бизнеса.
- Представьте схемы реорганизации бизнеса.
4. Определите основные мотивы, обуславливающие добровольную ликвидацию фирмы.
 5. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:
 - 5.1. Прекращение деятельности юридического лица с переходом прав и обязанностей в соответствии с ГК РФ – это:
 - реорганизация
 - реструктуризация
 - реформирование
 - ликвидация
 - 5.2. Формы реорганизации:
 - слияние, преобразование, разделение
 - преобразование, деление, реформирование
 - присоединение, выделение, перестройка
 - присоединение, слияние, деление
 - 5.3. При данной форме реорганизации юридических лиц права и обязанности каждого из них переходят к вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом:
 - слияние
 - присоединение
 - преобразование
 - разделение
 - 5.4. Укрупнение компаний осуществляется двумя способами:
 - преобразованием и слиянием
 - слиянием и выделением

В) преобразованием и присоединением

Г) слиянием и присоединением

5.5. Формула А + В = С соответствует следующей форме реорганизации:

А) слияние

Б) присоединение

В) преобразование

Г) выделение

5.6. Фирма может быть ликвидирована:

А) добровольно

Б) принудительно по решению суда

В) добровольно и принудительно по решению суда.

5.7. В процессе ликвидации организацией управляет:

А) ликвидационная комиссия

Б) учредители или их представители

В) ликвидационная комиссия, учредители или их представители совместно

5.8. Каким образом удовлетворяются требования кредиторов при ликвидации юридического лица, если имущества организации недостаточно для полного погашения обязательств:

А) имущество организации распределяется между кредиторами равными долями

Б) требования каждого кредитора удовлетворяются согласно его очереди после полного удовлетворения требований предыдущей очереди

В) имущество распределяется между кредиторами пропорционально суммам требований, подлежащих уплате

5.9. Организация считается ликвидированной:

А) после внесения записи в государственный реестр о ликвидации юридического лица

Б) после удовлетворения всех требований кредиторов

В) при принятии решения судом о ликвидации юридического лица

5.10. Ликвидационный баланс составляется:

А) до погашения долгов

Б) после погашения долгов

В) после ликвидации организации

5.11. Требование о ликвидации юридического лица может быть предъявлено в суд:

А) государственным органом

Б) органом местного самоуправления, которому право на предъявление такого требования предоставлено законом

В) государственным органом и органом местного самоуправления, которому право на предъявление такого требования предоставлено законом

5.12. Формула А = В + С соответствует следующей форме реорганизации:

А) разделение

Б) разъединение

В) преобразование

Г) выделение

5.13. Формула А + В = В соответствует следующей форме реорганизации:

А) слияние

Б) присоединение

В) преобразование

5.14. Реорганизация фирмы – это:

А) преобразование, переустройство организационной структуры и управления фирмой при сохранении основных средств, а также производственного потенциала фирмы

Б) предоставление лицензии, переоформление документов, подтверждающих наличие лицензии, приостановление и возобновление действия лицензии, аннулирование лицензии и контроль лицензирующих органов

В) комплексная оптимизация системы функционирования предприятия в соответствии с требованием внешнего окружения и выработанная стратегия его развития, способствующее принципиальному улучшению управления

5.15. Передаточный акт – это:

А) перечень обязательств в реорганизуемой фирме

Б) документ, подтверждающий право данной фирме действовать в определенной организационно-экономической форме

В) свод правил, регулирующих деятельность фирмы

Г) акт уполномоченного органа исполнительной власти, осуществляемый посредством внесения в государственный реестр сведений о создании фирмы

5.16. Необходимым этапом реорганизации фирмы является:

А) оформление передаточного акта и разделительного баланса

Б) оформление учредительного договора

В) оформление только передаточного акта

Г) оформление только разделительного баланса

5.17. При разделении юридического лица его права и обязанности переходят к вновь возникшим юридическим лицам в соответствии с:

А) передаточным актом

Б) разделительным балансом

В) учредительным документом

Г) уставом

5.18. При преобразовании юридического лица одного вида в юридическое лицо другого вида к вновь возникшему юридическому лицу переходят права и обязанности реорганизованного юридического лица в соответствии с:

А) передаточным актом

Б) разделительным балансом

В) учредительным документом

Г) уставом

Рекомендуемая литература

1. Антикризисное управление: учебное пособие / Под ред. Г.К. Таль. – М.: Инфра-М, 2004. – С.1024.
2. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.62, 304

Тема 4. Конкуренция в системе бизнеса (1 занятие)

Вопросы для обсуждения

1. Конкуренция: понятие, виды, характерные черты. Методы конкурентного соперничества.

2. Стратегии конкуренции. Типы конкурентного поведения фирмы. Виды конкурентов (виоленты, патиенты, эксплеренты, коммутанты) и их стратегии.

3. Конкуренция и монополия. Антимонопольное регулирование экономики.

Контрольные вопросы

1. Основные виды конкуренции и методы конкурентного соперничества.

2. Влияние конкурентной среды на предпринимательскую деятельность.

3. Формы рынка и их краткая характеристика.

4. Понятие монополистической (несовершенной) конкуренции.

5. Характеристики монопольных цен.

6. Действия хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на рынке, запрещенные антимонопольным законодательством.

7. Мотивационный подход к конкуренции. Рефлексивное взаимодействие конкурентов.

8. Формы недобросовестной конкуренции.
9. Приемы и способы конкурентной борьбы.
10. Направления рекламной деятельности, если задача Вашей фирмы – резкое увеличение доли конкурентного рынка.
11. Особенности рекламной деятельности.
12. Методы недобросовестной конкуренции.
13. Параметры конкурентной среды на товарных рынках. Влияние факторов конкуренции на эти параметры.
14. Основные задачи антимонопольных органов.
15. Виды государственного контроля, возложенные на антимонопольные органы.

Задания для самостоятельной работы

1. В таблице 1 представлены виды конкурентов и их стратегии. Выберете стратегию характерную для определенного вида конкурента.

Таблица 1

Виды конкурентов и их характерные стратегии

Виды конкурентов	Характерные стратегии
Виоленты (гордые львы, могучие слоны, неповоротливые бегемоты)	Предприятия-гиганты, обладающие мощным потенциалом, что позволяет им осуществлять контроль над рынком
Пациенты (хитрые лисы)	Небольшие предприятия, занятые внедрением инноваций, новых технологий и товаров
Коммутанты (серые мыши)	Мелкие, неспециализированные предприятия, гибко приспосабливающиеся к рыночным условиям
Эксплеренты (первые ласточки)	Средние, узкоспециализированные предприятия, для которых характерна нишевая стратегия, т.е. изготовление продукции для узкого круга потребителей и завоевание максимальной доли узкого сегмента рынка

2. Фирма специализируется на выпуске садово-огородного инвентаря. Объем продаж продукции в денежных единицах (д.е) за последние два года, доля рынка фирмы и сильнейшего конкурента по каждому виду продукции представлены в таблице 2.

Таблица 2

Объемы продаж продукции и доля рынка фирмы и конкурента по видам продукции

№ п/п	Наименование продукции, вида деятельности и т.д.	Объем продаж, тыс. д.е		Доля рынка, 2013 г., %	
		2012 г.	2013г.	Фирма	Конкурент

1		2900	2500	34	17
2		590	649	33	21
3		90	130	5	7
4		1850	2405	11	9
5		280	448	15	10
6		60	100	1	7
7		580	348	40	18
8		980	686	16	16
9		900	400	2	2

Используя матрицу БКГ, сформируйте стратегию фирмы.

3. В таблице 3 представлены данные перспектив роста рынка (роста спроса) и доли рынка для бизнес-единиц.

Таблица 3

Исходные данные для определения категории бизнес-единицы

Бизнес-единицы	Рост рынка (%)	Доля рынка (%)	Категория
1	15	40	
2	10	10	
3	12	75	
4	8	35	
5	5	20	

На основе анализа данных таблицы 3 определите для каждой бизнес-единицы категорию и постройте матрицу Бостонской консультативной группы (БКГ). На основе матрицы БКГ сформулируйте и охарактеризуйте содержание предлагаемых стратегий по каждой бизнес-единице.

4. Используя матрицу БКГ, спланируйте ассортиментную стратегию для фирмы на следующий период. Данные по объемам продаж продукции приведены в таблице 4.

Таблица 4

Объем продаж различных видов продукции

Про- дукция	Объем продаж 1 года, тыс. шт	Объем продаж 2 года, тыс. шт	Объем продаж 3 года, тыс. шт	Объем продаж 4 года, тыс. шт
А	100	150	170	200
Б	120	140	180	220
В	140	140	135	140
Г	150	155	155	145
Д	150	150	160	155
Е	200	240	280	320

Ж	230	235	240	250
З	240	245	250	250
И	280	280	280	300
К	80	90	80	120

5. Предпринимательская фирма, выпускающая шоколадные конфеты, выбирает креативный тип конкурентного поведения. Охарактеризуйте основные принципы, которые будут характерны для ее конкурентного поведения.

6. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

6.1. Конкуренция - это:

- А) соперничество
- Б) сотрудничество
- В) содружество
- Г) соавторство

6.2. Основным из типов конкурентного поведения является:

- А) креативный
- Б) позитивный
- В) негативный

6.3. К неценовым методам конкуренции относят:

- А) снижение издержек обращения товаров
- Б) снижение издержек производства товаров
- В) изменение свойств товаров

6.4. Фирмы - виоленты - это:

- А) крупные высокоустойчивые фирмы с массовым производством
- Б) специализированные фирмы, работающие в своих нишах
- В) мелкие и средние фирмы экспериментального производства

6.5. В соответствии с содержательной функцией предпринимательской фирмы выделяют следующие типы конкурентов:

- А) виоленты, патиенты, дойные коровы, дикие кошки
- Б) коммутанты, эксплеренты, звезды, собаки
- В) виоленты, патиенты, коммутанты, эксплеренты

6.6. Полиполия – это форма рынка определяемая:

- А) большим количеством продавцов и покупателей и малой долей на рынке
- Б) малым количеством продавцов и множеством покупателей с большой долей на рынке
- В) одним продавцом и множеством покупателей с господствующим положением на рынке

6.7. Концепция и подчиненная ей система действий предпринимательской фирмы, направленных на достижение ее конечных целей - это:

- А) конкурентная стратегия
- Б) товарная стратегия
- В) производственная стратегия

6.8. Креативный тип конкурентного поведения характерен для действий предпринимателей, направленных на:

- А) создание новых компонентов рыночных отношений, которые обеспечивали бы превосходство над соперниками
- Б) учет новшеств у конкурентов, на попытку упредить действия соперников
- В) сохранение на длительную перспективу достигнутых позиций на рынке

6.9. Приспособленческий тип конкурентного поведения характерен для действий предпринимателей, направленных на:

- А) учет новшеств у конкурентов, на попытку упредить действия соперников

Б) создание новых компонентов рыночных отношений, которые обеспечивали бы превосходство над соперниками

В) сохранение на длительную перспективу достигнутых позиций на рынке

6.10. Олигополия – это форма рынка определяемая:

А) большим количеством продавцов и покупателей и малой долей на рынке

Б) малым количеством продавцов и множеством покупателей с большой долей на рынке

В) одним продавцом и множеством покупателей с господствующим положением на рынке

6.11. Обеспечивающий тип конкурентного поведения характерен для действий предпринимателей, направленных на:

А) сохранение на длительную перспективу достигнутых позиций на рынке

Б) создание новых компонентов рыночных отношений, которые обеспечивали бы превосходство над соперниками

В) учет новшеств у конкурентов, на попытку упередить действия соперников

6.12. Фирмы – пациенты - это:

А) специализированные фирмы, работающие в своих нишах

Б) крупные высокоустойчивые фирмы с массовым производством

В) мелкие и средние фирмы экспериментального производства

6.13. Фирмы – коммутанты - это:

А) мелкие универсальные фирмы, использующие эффект гибкости маневра

Б) крупные высокоустойчивые фирмы с массовым производством

В) специализированные фирмы, работающие в своих нишах

6.14. Монополия – это форма рынка определяемая:

А) большим количеством продавцов и покупателей и малой долей на рынке

Б) малым количеством продавцов и множеством покупателей с большой долей на рынке

В) одним продавцом и множеством покупателей с господствующим положением на рынке

6.15. Фирмы – эксплеренты - это:

А) мелкие и средние фирмы экспериментального производства

Б) крупные высокоустойчивые фирмы с массовым производством

В) специализированные фирмы, работающие в своих нишах

6.16. Методы регулирования конкуренции:

А) стратегические и оперативные

Б) статистические и экспертные

В) законодательные и корректирующие

Рекомендуемая литература

1. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. – М.: Дашков и К., 2005 – С.414.
2. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник - М: КноРус, 2010. – Гл.3.
3. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса: учебник. – М: РДЛ, 2005. – С.215.
4. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.74.
5. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учебник. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2004. – С.403.
6. Экономика предприятия (фирмы): практикум / Под ред. В.Я. Позднякова, В.М. Прудникова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – С.9.

Тема 5. Коммерческая деятельность фирмы (1 занятие)

Семинар в интерактивной форме.

Форма проведения - подготовка докладов, их презентация и обсуждение вопросов по теме занятия.

Цель: формирование знаний об особенностях ведения коммерческой деятельности фирмы в России на современном этапе.

Темы докладов:

1. Коммерческая сделка: сущность, понятие, виды.
2. Методы и технология заключения коммерческих сделок.
3. Договор: сущность и виды. Причины изменения и расторжения договора. Технология заключения, изменения и расторжения договора.

Для подготовки докладов и их обсуждения следует изучить следующие вопросы:

1. Понятия «сделка», «обязательство», «договор».
2. Сущность и виды коммерческих сделок.
3. Понятие ничтожной и оспоримой сделки, различия между ними.
4. Возможные последствия недействительности двухсторонней сделки.
5. Крупные сделки.
6. Определение стоимости отчуждаемого в результате крупной сделки имущества.
7. Порядок принятия решения о совершении крупной сделки.
8. Понятие договора. Условия договора.
9. Сущность и виды предпринимательских договоров.
10. Виды договоров, предусмотренные законодательством.
11. Разновидности договора купли-продажи.
12. Условия, при которых договор купли-продажи считается согласованным.
13. Характеристика договоров по предмету соглашения сторон.
14. Характеристика договоров купли-продажи и поставки.
15. Условия, при соблюдении которых договор считается заключенным.
16. Порядок заключения предпринимательских договоров.
17. Характеристика системы коммерческих договоров.
18. Изменение и расторжение договоров.

Сценарий занятия: для выполнения задания студенты распределяются (добровольно, либо по усмотрению преподавателя) на группы. Состав группы – 3-5 чел.

Подготовка докладов осуществляется студентами самостоятельно до начала занятия. На занятии производится презентация и защита подготовленного доклада.

Доклад должен быть выполнен с учетом действующей нормативной базы Российской Федерации на дату выступления.

Результаты доклада представляются в электронном виде (в виде презентации), а также в печатном виде.

Каждый доклад сопровождается обсуждением.

Итог занятия подводится преподавателем. Каждому студенту выставляется оценка в текущий блок в зависимости от качества и степени участия в подготовке, защите и обсуждении докладов.

Задания для самостоятельной работы

1. Владелец векселя номинальной стоимостью 220000 руб. и сроком погашения 1 год обратился в банк через 270 дней с просьбой учесть вексель. Банк согласился учесть вексель по ставке 21,05%. Определите, какую сумму получит владелец векселя и дисконт банка.
2. Предприниматель обратился в банк за ссудой размером 200 млн руб. на срок 55 дней. Банк согласен выдать кредит по простой учетной ставке 80%. Какая сумма будет проставлена в векселе?
3. Банк принимает вклад 100 тыс. руб. на 3 месяца с процентной ставкой 11% годовых или на срок 6 месяцев под 12% годовых. Какой вариант более выгоден вкладчику, если в обоих случаях вкладчик работает с банком 6 месяцев?

4. Ссуда в 200 тыс. руб. дана на 1,5 года по ставке 12% годовых с ежеквартальным начислением. Определите наращенную сумму.

5. Выдан кредит в сумме 1 млн руб. с 15.01.09 г. по 15.03.09 г. под 20% годовых.

Определите наращенную сумму денег. Расчеты вести по схеме «точные проценты с точным числом дней ссуды».

6. Кредит выдан на 1 год в сумме 3 млн руб. при процентной ставке 50%. Какую сумму необходимо вернуть?

7. Кредит выдан на 1 год с условием возврата 3 млн руб. и дисконтом 20%. Какую сумму получил дебитор?

8. Вексель на 3 млн руб. с годовой учетной ставкой 10% и дисконтированием 2 раза в году выдан на 2 года. Чему равна исходная сумма, полученная дебитором?

9. Какова должна быть номинальная процентная ставка по кредиту на сумму 2 млн руб. сроком на 1 год при темпе инфляции в 10%, если кредитор рассчитывает на прибыль по реальной процентной ставке в 20%?

10. Вексель выдан на сумму 2млн руб. и содержит обязательство выплатить владельцу векселя эту сумму 15.03.09 г. Владелец предъявил банку вексель досрочно - 1.02.09 г. Банк согласился выплатить сумму (учесть вексель) по учетной ставке 60% годовых. Чему равна полученная сумма? Рассчитайте курс акции и ее рыночную цену при дивиденде 30%, ссудном проценте 20% и номинальной стоимости 100 руб.

11. Инвестор приобрел акцию. Сумма дивидендов в первый год - 50 ден. ед., а в последующие годы возрастает на 10 ден. ед. ежегодно. Норма текущей доходности акции 15% в год. Определите текущую рыночную цену акции из условия работы с ней в течение 5 лет.

12. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

12.1. Коммерческая сделка - это:

А) действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей

Б) действия граждан и юридических лиц, направленные на установление или прекращение гражданских прав и обязанностей

В) действия граждан и юридических лиц, направленные на установление или изменение гражданских прав и обязанностей

12.2. Недействительными являются сделки:

А) мнимая и притворная

Б) внутренняя и международная

В) односторонняя и устная

12.3. Договор подряда - это:

А) соглашение между сторонами, в соответствии с которым, продавец обязуется передать товар в собственность покупателю, а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму

Б) соглашение, в соответствии с которым, поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передавать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые товары покупателю для использования их в предпринимательской деятельности

В) соглашение между сторонами, по которому одна сторона обязуется выполнить по заданию другой стороны определенную работу и сдать ее результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить его

12.4. Порядок проведения коммерческой сделки:

А) поиск и выбор партнера; подготовительная работа по составлению контракта; заключение контракта; деятельность по реализации условий контракта

Б) поиск и выбор партнера; заключение контракта; подготовительная работа по составлению контракта; деятельность по реализации условий контракта

В) подготовительная работа по составлению контракта; поиск и выбор партнера; заключение контракта; деятельность по реализации условий контракта

12.5. Договором называют:

- А) одностороннюю сделку
- Б) многостороннюю сделку
- В) устную сделку
- Г) письменную сделку

12.6. Договор поставки - это:

А) соглашение между сторонами, в соответствии с которым, продавец обязуется передать товар в собственность покупателю, а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму

Б) соглашение, в соответствии с которым, поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передавать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые товары покупателю для использования их в предпринимательской деятельности

В) соглашение между сторонами, по которому одна сторона обязуется выполнить по заданию другой стороны определенную работу и сдать ее результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить его

12.7. Как называется коммерческая сделка, в которой участвуют фирмы – представители одной страны, а также иностранные фирмы, зарегистрированные в стране покупателя или продавца?

- А) внутренняя
- Б) односторонняя
- В) многосторонняя
- Г) устная

12.8. Какие коммерческие сделки подлежат государственной регистрации?

А) сделки, связанные с возникновением, переходом и прекращением права собственности и других вещных прав на недвижимые вещи

Б) сделки, связанные с возникновением, переходом и прекращением права собственности и других вещных прав на недвижимые вещи

В) сделки, связанные с совершением передоверия по доверенности

12.9. Если стороны заключили договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренные законом и/или правовыми актами, такой договор является:

- А) договором присоединения
- Б) смешанным договором
- В) предварительным договором
- Г) договором в пользу третьего лица

12.10. Договор купли-продажи - это:

А) соглашение между сторонами, в соответствии с которым, продавец обязуется передать товар в собственность покупателю, а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму

Б) соглашение, в соответствии с которым, поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передавать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые товары покупателю для использования их в предпринимательской деятельности

В) соглашение между сторонами, по которому одна сторона обязуется выполнить по заданию другой стороны определенную работу и сдать ее результат заказчику, а заказчик обязуется принять результат работы и оплатить его

12.11. Договор, по которому одна сторона обязуется предоставить что-либо другой стороне без получения от нее платы или иного встречного предоставления, называется:

- А) безвозмездным
- Б) возмездным
- В) предварительным
- Г) мены

12.12. Двусторонняя сделка – это:

А) сделка, для совершения которой в соответствии с законом, иными правовыми актами или соглашением сторон необходимо и достаточно выражение воли одной стороны

Б) договора, для совершения которых необходимо выражение, согласование воли двух сторон

12.13. Многосторонняя сделка – это:

А) сделка, для совершения которой в соответствии с законом, иными правовыми актами или соглашением сторон необходимо и достаточно выражение воли одной стороны

Б) договора, для совершения которых необходимо выражение, согласование воли двух сторон

В) договора, для совершения которых необходимо выражение, согласование воли двух сторон либо более сторон

12.14. Сделка, по которой уплата известной премии дает право купить или продать ценные бумаги или товары по установленной цене в любой день в течение определенного периода времени либо вообще отказаться от сделки без возмещения убытков называется:

А) опционом

Б) договором

В) обязательством

12.15. Вид биржевой сделки, при которой товар приобретается с целью последующей перепродажи на бирже в интересах получения прибыли:

А) фьючерсный опцион

Б) американский опцион

В) спот

12.16. Односторонняя сделка – это:

А) сделка, для совершения которой в соответствии с законом, иными правовыми актами или соглашением сторон необходимо и достаточно выражение воли одной стороны

Б) договора, для совершения которых необходимо выражение, согласование воли двух сторон

В) договора, для совершения которых необходимо выражение, согласование воли двух сторон либо более сторон

Рекомендуемая литература

1. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник - М: КноРус, 2010. – Гл. 4,5.
2. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса: учебник. – М: РДЛ, 2005. – С.305.
3. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КноРус, 2007. – С.232.
4. Экономика предприятия (фирмы): практикум / Под ред. В.Я. Позднякова, В.М. Прудникова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – С.180.
5. Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С.14.

Тема 6. Деловые интересы в бизнесе (1 занятие)

Вопросы для обсуждения

1. Партнерские связи и формы сотрудничества в сфере производства.

2. Франчайзинг: понятие, механизм взаимоотношений франчайзера и франчайзи.

Специфика и сферы развития франчайзинга в Российской Федерации.

3. Формы сотрудничества в сфере товарообмена и в финансовой сфере. Посредники на рынке финансовых, инвестиционных и информационных услуг.

4. Особенности развития малого и крупного бизнеса в Российской Федерации.

Контрольные вопросы

1. Формы сотрудничества в сфере производства.
2. Классификация лизинга.
3. Формы лизинга.
4. Сущность оперативного, возвратного и финансового лизинга.
5. Сущность лизинговой сделки.
6. Основные условия при подготовке и заключении лизингового соглашения.
7. Лизинговые платежи и способы их осуществление.
8. Коммерческий трансферт и кредит, различия и особенности.
9. Лизинг и проектное финансирование, различия и особенности.
10. Сущность франчайзинга.
11. Основные виды франчайзинга и их характеристика.
12. Основные типы франчайзинга.
13. Преимущества франчайзера и франчайзи как участников системы франчайзинга.

Задания для самостоятельной работы

1. Вы вместе со своим зарубежным партнером решили осуществить проект по совместному производству мебели. Какой другой формой партнерских связей было бы желательно дополнить производственной кооперации?
 2. Торговая фирма в среднем получает 10 тыс. руб. в день. Финансовый директор определил, что период между отправкой чека и его действительным получением для использования составляет 4 дня. Определите, какая сумма заморожена из-за задержки.
 3. Себестоимость продукции составляет 60% от цены реализации. Счета оплачиваются в среднем через 60 дней после продажи. Ежемесячные продажи составляют 150 тыс. руб. Определите вложения в счета дебиторов.
 4. В компании продажи в кредит составляют 500 тыс. руб. Период поступления денег - 90 дней. Себестоимость 50% от цены реализации. Определите средние вложения в дебиторскую задолженность.
 5. У торговой компании следующая программа сбыта на II квартал, тыс. руб.: апрель – 50; май – 50; июнь – 60; всего – 170. Поступление денежных средств от продажи в кредит составляет: 70% в первый месяц от суммы продажи, 20% - во второй, 8% - в третий; 2% - неплатежи. Баланс дебиторов по расчетам в начале II квартала 20 тыс. руб., из которых 5 тыс. руб. представляют наличные - несобранные февральские продажи, а 15 тыс. руб. - наличные, не собранные за продажи в марте.
- Вычислите:
- 1) объем реализации за февраль и март;
 - 2) планируемое получение наличных от продаж за каждый месяц с февраля по июнь (не учитывая ответ на первый вопрос, предположим, что объем февральских продаж равен 40, а мартовских - 60 тыс. руб.)
6. Банк выдал фирме кредит в 100 млн. дол. на 1 месяц из расчета 120% годовых. Определите доход банка. Определите доход банка за 12 месяцев с учетом того, что полученные им проценты также пускаются в оборот.
7. Остатки задолженности по краткосрочным ссудам на каждую отчетную дату, тыс. руб.: 1.01.13 – 240; 1.04.13 – 280; 1.07.13 – 260; 1.10.13 – 290; 1.01.14 – 300. Сумма оборота по возврату кредита за год S_{OB} = 1600 тыс. руб. Оцените оборачиваемость кредита и определите количество оборотов кредитов за год.
8. Дивиденды по обыкновенным рублевым акциям Промстройбанка номиналом в 1000 руб. составили 1000% годовых. Рыночная стоимость акции 80000 руб. Акции были приобретены год назад по цене 40000 руб. Проведите сравнительный анализ доходности операции по продаже акций с доходностью операции помещения денежных средств на депозитный вклад сроком 1 год при 130% годовых.

9. Величина депозита 10 млн руб. Производится поквартальное начисление процентов с последующей их капитализацией. Продолжительность сделки 3 года. Годовая процентная ставка 60%. Найдите наращенную сумму денег.

10. Величина депозита 30 млн руб. Срок сделки 3,5 года. Процентная ставка 40%. Определите наращенную сумму денег.

11. Консигнационное соглашение 100000 дол. на частично-возвратной основе: 70% общего объема продаж консигнатор должен реализовать обязательно; в противном случае он обязан нереализованную часть закупить сам.

Определите, на какую сумму он обязан закупить в свою собственность, если он реализовал товары на 50000 дол.

12. Определите сумму, поступившую на расчетный счет торгового агента, абсолютную величину его комиссионного вознаграждения и основную сумму, переведенную им собственнику товара, если он реализовал 100 штук товара по цене 2000 дол. за штуку, а его комиссионные 7%.

13. Фьючерсный контракт исполняется через 3 месяца. В момент его ликвидации партия товара, на которую он заключен, стоит 180000 дол., а в момент заключения фьючерсного и оффсетного контрактов – 200000 дол. Определите ту сумму денег, которую получите, если Вы заключили фьючерсный и оффсетный контракты.

14. Ваш партнер предлагает Вам взять на условиях лизинга принадлежащее ему на правах собственности оборудование, эксплуатировавшееся в течение трех лет. Партнер заплатил за это оборудование (в момент приобретения) 10000 долл. Нормативный срок службы оборудования – 5 лет. Цена древесных брикетов (которые Вы будете производить при помощи этого оборудования) составляет 100 долл. за кв.м. Какую схему расчетов Вы предложите своему партнеру?

15. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

15.1. Основанный на договоре имущественный наем, предполагающий срочное возмездное владение и пользование или временное пользование имуществом путем его передачи за плату называется:

- А) арендой
- Б) франчайзингом
- В) факторингом

15.2. Собственник имущества, сдающий его в аренду – это:

- А) арендодатель
- Б) арендатор
- В) акционер

15.3. Получатель имущества, использующий его в своих целях в соответствии с назначением имущества или согласно условиям, зафиксированным договоре, называется:

- А) арендатором
- Б) арендодателем
- В) акционером

15.4. Среднесрочная аренда (на период 1-5 лет) называется:

- А) хайринг
- Б) рентинг
- В) билдинг

15.5. Краткосрочная аренда (на период до 1 года) называется:

- А) рентинг
- Б) хайринг
- В) билдинг

15.6. Физическое или юридическое лицо, приобретающее имущество в собственность и передающее его во временное владение и пользование лизингополучателю за определенную плату и на согласованных в договоре условиях – это:

- А) лизингодатель

Б) поставщик

В) продавец

15.7. Физическое или юридическое лицо, принимающее имущество в пользование в соответствии с договором лизинга - это:

А) лизингополучатель

Б) лизингодатель

В) продавец

15.8. Физическое или юридическое лицо, продающее лизингодателю имущество, являющееся предметом договора лизинга - это:

А) продавец

Б) лизингополучатель

В) лизингодатель

15.9. Способ взаимодействия малого и крупного бизнеса, при котором крупное предприятие на основании договора предоставляет право мелкому предприятию использовать его товарный знак, фирменные технологии и отработанную систему ведения бизнеса за установленное вознаграждение называется:

А) франчайзинг

Б) факторинг

В) лизинг

15.10. Под обращением ценных бумаг понимается:

А) заключение гражданско-правовых сделок, влекущих переход прав собственности на ценные бумаги

Б) отчуждение ценных бумаг эмитентом первым владельцам путем заключения гражданско-правовых сделок

В) установленная последовательность действий эмитента по размещению эмиссионных ценных бумаг

15.11. Под эмиссией ценных бумаг понимается:

А) установленная последовательность действий эмитента по размещению эмиссионных ценных бумаг

Б) отчуждение ценных бумаг эмитентом первым владельцам путем заключения гражданско-правовых сделок

В) заключение гражданско-правовых сделок, влекущих переход прав собственности на ценные бумаги

15.12. Брокерская деятельность на рынке ценных бумаг характеризуется:

А) совершением сделок с цennыми бумагами на основе договоров комиссии и поручения

Б) совершением сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и продажи ценных бумаг с обязательством покупки и продажи этих ценных бумаг по объявленным ценам

В) хранением ценных бумаг и/или учетом прав на ценные бумаги

15.13. Дилерская деятельность на рынке ценных бумаг характеризуется:

А) совершением сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и продажи ценных бумаг с обязательством покупки и продажи этих ценных бумаг по объявленным ценам

Б) совершением сделок с цennыми бумагами на основе договоров комиссии и поручения

В) хранением ценных бумаг и/или учетом прав на ценные бумаги

15.14. Депозитарная деятельность на рынке ценных бумаг характеризуется:

А) хранением ценных бумаг и/или учетом прав на ценные бумаги

Б) совершением сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и продажи ценных бумаг с обязательством покупки и продажи этих ценных бумаг по объявленным ценам

В) совершением сделок с цennыми бумагами на основе договоров комиссии и поручения

15.15. Деятельность по определению взаимных обязательств и/или по поставке (переводу) денежных средств в связи с операциями с ценными бумагами называется:

- А) расчетно-клиринговой
- Б) депозитарной
- В) брокерской
- Г) дилерской

15.16. Деятельность по хранению ценных бумаг и/или учету прав на ценные бумаги называется:

- А) депозитарной
- Б) расчетно-клиринговой
- В) брокерской
- Г) дилерской

Рекомендуемая литература

1. Абчук В.А. Энциклопедия современного бизнеса: учебное пособие. – СПб: Вектор, 2005. – С.501.
2. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.54.
3. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.170, 255, 307.
4. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КноРус, 2007. – С.274, 296.
5. Просветов Г.И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие. – М: Альфа-Пресс, 2008. – С.66.
6. Экономика предприятия (фирмы): практикум / Под ред. В.Я. Позднякова, В.М. Прудникова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – С.196.
7. Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С.12.

Тема 7. Предпринимательский риск (1 занятие)

Семинар в интерактивной форме.

Форма проведения - подготовка докладов, их презентация и обсуждение вопросов по теме занятия.

Цель: формирование знаний о предпринимательских рисках в России на современном этапе.

Темы докладов:

1. Сущность предпринимательского риска. Факторы риска.
2. Классификация предпринимательских рисков.
3. Методы определения риска.
4. Управление рисками (риск-менеджмент).
5. Методы снижения рисков и их эффективность.
6. Проблемы инновационной деятельности предприятий России.
7. Показатели риска и методы его определения.
8. Способы снижения или нейтрализации риска.

Для подготовки докладов и их обсуждения следует изучить следующие вопросы:

1. Признаки классификации предпринимательских рисков.
2. Виды рисков, характерные для предпринимательской деятельности.
3. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска. Примеры внешних факторов, влияющих на уровень риска.
4. Основные внутренние факторы риска.
5. Основные объективные причины возникновения предпринимательского риска.

6. Особенности применения статистического и экспертного методов определения риска.
7. Методы определения риска, наиболее распространенные в хозяйственной практике.
8. Этапы процесса управления предпринимательскими рисками.
9. Основные механизмы нейтрализации предпринимательского риска.
10. Методы избежания и локализации риска. Приведите примеры.
11. Роль самострахования и страхования в деятельности организаций.
12. Сущность диверсификации как метода минимизации риска.
13. Методы снижения рисков.

Сценарий занятия: для выполнения задания студенты распределяются (добровольно, либо по усмотрению преподавателя) на группы. Состав группы – 3-5 чел.

Подготовка докладов осуществляется студентами самостоятельно до начала занятия. На занятии производится презентация и защита подготовленного доклада.

Доклад должен быть выполнен с учетом действующей нормативной базы Российской Федерации на дату выступления.

Результаты доклада представляются в электронном виде (в виде презентации), а также в печатном виде.

Каждый доклад сопровождается обсуждением.

Итог занятия подводится преподавателем. Каждому студенту выставляется оценка в текущий блок в зависимости от качества и степени участия в подготовке, защите и обсуждении докладов.

Задания для самостоятельной работы

1. С помощью исходных данных, представленных в таблице 1 и используя модифицированную модель «Дюпон» сравните риск и возможности двух компаний.

Таблица 1

Основные экономические показатели для расчета и сравнения риска двух компаний (ден. ед.)

Показатель	Компания А	Компания Б
Прибыль	150000	100000
Активы	1500000	1000000
Заемный капитал	300000	700000
Собственный капитал	1200000	300000

2. Оцените риски проектов А и Б для компании «Автотранс» и выберите наименее рисковый. Обоснование решения возможно на основе расчета коэффициента вариации с учетом приведенных данных в таблице 2.

Таблица 2

Показатели для оценки риска двух проектов компании «Автотранс»

А		Б	
Вероятность	Денежный поток	Вероятность	Денежный поток
0,15	80	0,1	50
0,5	110	0,2	80

0,3	140	0,4	120
0,05	220	0,2	160
		0,1	190
Математическое ожидание	120		120

3. При вложении капитала в мероприятие А из 120 случаев прибыль в размере 12,5 тыс.руб. была получена в 48 случаях (вероятность 0,4), прибыль в 20 тыс.руб. – в 42 случаях (вероятность 0,35), и прибыль в 12 тыс.руб. – в 30 случаях (вероятность 0,25). При вложении капитала в мероприятие Б вероятность получения прибыли в сумме 15 тыс.руб. составила 0,3, прибыли в сумме 20 тыс.руб. – 0,5, прибыли в сумме 27,5 тыс.руб. – 0,2.

Рассчитайте среднее ожидаемое значение прибыли при вложении капитала в мероприятие А и Б.

4. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

4.1. Риск - это:

А) финансовая нестабильность, обусловленная значительными колебаниями курсов валют

Б) изменения условий перемещения товарных, финансовых и трудовых ресурсов между фирмами

В) неопределенность получения (или неполучения) дохода и вероятность утраты собственного капитала фирмы

4.2. Основные виды предпринимательского риска:

А) производственный, коммерческий, финансовый

Б) статистический, экспертный, комбинированный

В) неизбежный, трансферный, страховой

4.3. Методы определения риска:

А) статистический, экспертный, комбинированный

Б) локальный, глобальный, внешний

В) внутренний, допустимый, правомерный

4.4. Косвенный экономический валютный риск:

А) потерей определенной части неценовой конкуренции в сравнении с иностранными производителями

Б) уменьшением прибыли по будущим операциям

В) способы снижения степени риска:

Г) избежание и передача риска

Д) выявление и минимизация риска

Е) трансформация и страхование риска

4.5. При использовании методов оценки риска необходимо соблюдать следующие принципы:

А) своевременность, объективность, рациональность, целенаправленность

Б) параллельность, надежность, мобильность

В) своевременность, надежность, рациональность, целенаправленность

4.6. Виды валютного риска:

А) операционный, трансляционный, экономический

Б) процентный, спекулятивный, обычный

В) кредитный, страхуемый, операционный

4.7. Операционный валютный риск возникает в случае:

А) когда специфика деловой операции требует проведения платежа или получения средств в иностранной валюте в какой-то момент в будущем

Б) консолидации счетов иностранных дочерних компаний с финансовыми отчетами многонациональных корпораций

В) при сокращении выручки или роста расходов, вследствие неблагоприятных изменений валютных курсов

4.8. Экономический валютный риск возникает:

А) при сокращении выручки или роста расходов, вследствие неблагоприятных изменений валютных курсов

Б) когда специфика деловой операции требует проведения платежа или получения средств в иностранной валюте в какой-то момент в будущем

В) консолидации счетов иностранных дочерних компаний с финансовыми отчетами многонациональных корпораций

4.9. Прямой экономический валютный риск характеризуется:

А) уменьшением прибыли по будущим операциям

Б) потерей определенной части неценовой конкуренции в сравнении с иностранными производителями

4.10. Виды финансового риска:

А) процентный, валютный, кредитный

Б) спекулятивный, обычный, процентный

В) страхуемый, нестрахуемый, кредитный

Рекомендуемая литература

1. Абчук В.А. Энциклопедия современного бизнеса: учебное пособие. – СПб: Вектор, 2005. – С.546.
2. Бобылева А.З. Финансовый менеджмент: проблемы и решения: сборник мини-тем для обсуждения, тестов, задач, деловых ситуаций: учебное пособие. – М.: Дело АНХ, 2008. – С.39, 175, 204.
3. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. – М.: Дашков и К., 2005 – С.377.
4. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.325.
5. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002. – С.368.
6. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.118.
7. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КноРус, 2007. – С.199.
8. Просветов Г.И. Управление рисками: задачи и решения: учебно-практическое пособие. – М.: Альфа-Пресс, 2008.

Тема 8. Инновационное предпринимательство (1 занятие)

Первая часть занятия (40 минут)

Вопросы для обсуждения

1. Инновационное предпринимательство: сущность, понятие инноваций и инновационной деятельности, виды и организационные формы.
2. Организация и управление инновационным предпринимательством.
3. Развитие современных форм инновационного предпринимательства.

Контрольные вопросы

1. Понятия: «новшество», «нововведение» и ноу-хау».
2. Связь предпринимательства и новаторства.
3. Понятия «инновация» и «инновационное предпринимательство».
4. Виды и формы инновационного предпринимательства.
5. Организационно-правовые формы инновационного предпринимательства.
6. Роль малых фирм в инновационной деятельности.
7. Сотрудничество крупных и мелких фирм в научных исследованиях и разработках.

8. Примеры и важнейшие показатели оценки эффективности инновационных проектов.
9. Сущность инновационных коммуникаций.
10. Содержание базовых форм организации инновационного процесса.
11. Поколения предприятий и организаций России, специализирующихся на нововведениях.
12. Государственная политика в области поддержки инноваций.
13. Характеристика развития инновационных процессов в малом бизнесе.

Практические задания

По данным таблицы 1 рассчитайте изменение научно-технического уровня производства под влиянием внедрения процесс-инновации.

Таблица 1

Изменение технико-экономических показателей под влиянием внедрения процесс-инновации

Показатели	Коэффициент весомости показателя	Величина	
		До внедрения процесс-инновации	После внедрения процесс-инновации
1	2	3	4
1. Уровень автоматизации производства (в долях единицы)	0,2	0,75	0,95
2. Удельный вес прогрессивных технологических процессов (в долях единицы)	0,3	0,8	0,95
3. Уровень технологической оснащенности производства (в долях единицы)	0,3	0,9	1,0
4. Уровень организации производства (в долях единицы)	0,2	0,9	1,0

Вторая часть занятия (40 минут) – выполнение письменной контрольной работы по вариантам.

Образец варианта контрольной работы.

1. Охарактеризуйте функции бизнеса
2. Раскройте основные преимущества акционерного общества
3. Порядок регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
4. Перечень документов, предоставляемых для получения лицензии
5. Форма и содержание разделительного баланса при разделении и выделении фирм
6. О каком понятии идет речь: «изменение организационно-хозяйственной формы юридического лица»
7. Механизм реструктуризации

8. Может ли банк, давший фирме ипотечный кредит, претендовать на первую очередь в получении задолженности при ликвидации фирмы

Задания для самостоятельной работы

1. На основании исходных данных, представленных в таблице 2, установите зависимость между долей новой продукции в объеме выпуска предприятием, удельным весом затрат на технологические инновации в объеме отгруженной продукции и численностью инновационного персонала. Постройте линейную модель регрессии.

Таблица 2

Доля новой продукции, удельный вес затрат на инновации в объеме продукции и численность исследовательского персонала

/п	Доля новой продукции в объеме выпуска, %	Удельный вес затрат на технологические инновации в объеме отгруженной продукции, %	Численность исследовательского персонала
	2	3	4
	3,7	3,7	25
	4,0	3,9	25
	4,1	3,5	26
	4,5	3,3	26
	8,1	9,5	26
	11,2	12,3	26
	10,5	15,6	26
	12,3	11,8	26
	11,9	14	26
0	13,0	15,2	27
1	12,9	16,1	27
2	14,1	16,0	27

2. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

2.1. Инновация - это:

А) комплексный процесс создания, распространения и использования новшеств для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества

Б) процесс экономического развития за счет более интенсивного использования всей совокупности ресурсов на основе ускорения научно-технического прогресса

В) процесс непрерывного развития науки, техники, технологии, совершенствования предметов труда, форм и методов организации производства

2.2. По признаку распространенности различают инновации:

А) единичные и диффузные

- Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие
- В) локальные, системные
- Г) радикальные, совершенствующие, комбинированные
- Д) технологические, экономические, социальные

2.3. По признаку места в производственном цикле различают инновации:

- А) единичные и диффузные
- Б) сырьевые, продуктовые, обеспечивающие
- В) открывающие, отменяющие, заменяющие, возвратные
- Г) локальные, системные
- Д) радикальные, совершенствующие, комбинированные
- Е) технологические, экономические, социальные

2.4. Организационно-территориальной формой инновационного предпринимательства является:

- А) научно-технологический парк
- Б) оффшорная зона
- В) свободная экономическая зона

2.5. Инкубатор бизнеса - это:

- А) самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научного обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции
- Б) структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи
- В) научно-промышленный комплекс, созданный для производства новой прогрессивной продукции или для разработки новых наукоемких технологий

2.6. Технополис - это:

- А) самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научного обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции
- Б) структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи
- В) научно-промышленный комплекс, созданный для производства новой прогрессивной продукции или для разработки новых наукоемких технологий

2.7. Различают формы организации инновационного процесса:

- А) административно-хозяйственную, программно-целевую, инициативную
- Б) программно-целевую, инициативную, территориально-производственную
- В) административно-хозяйственную, продуктовую, программно-целевую

2.8. Научно-технологический парк - это:

- А) самостоятельная организационная структура, создаваемая в сфере науки и научного обслуживания с целью поддержания малого предпринимательства и формирования среды для освоения производства и реализации на рынке инновационной продукции
- Б) структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения эффективной деятельности малых инновационных фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи
- В) научно-промышленный комплекс, созданный для производства новой прогрессивной продукции или для разработки новых наукоемких технологий

Рекомендуемая литература

1. Абчук В.А. Энциклопедия современного бизнеса: учебное пособие. – СПб: Вектор, 2005. – С.360, 489.

2. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник. – М.: Дашков и К., 2005 – С.442.
3. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.293.
4. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.207.
5. Пирогов К.М. Основы организации бизнеса: учебник. – М.: КноРус, 2007. – С.267.
6. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учебник. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2004. – С.224.
7. Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С.151.

Тема 9. Инфраструктура бизнеса (1 занятие)

Семинар в интерактивной форме.

Форма проведения - подготовка докладов, их презентация и обсуждение вопросов по теме занятия.

Цель: формирование знаний об инфраструктуре бизнеса в России на современном этапе.

Темы докладов:

1. Инфраструктура бизнеса: понятие, основные функции.
2. Характеристика основных элементов инфраструктуры бизнеса.
3. Финансирование бизнеса: механизмы и источники. Особенности финансирования современных российских предприятий.

Для подготовки докладов и их обсуждения следует изучить следующие вопросы:

1. Понятие биржевой сделки.
2. Цели форвардных сделок.
3. Сущность фьючерсной сделки.
4. Права членства на бирже.
5. Варианты биржевых торгов через посредника.
6. Гарантии свободных цен в биржевой торговле.
7. Факторов активности предприятия на рынке ценных бумаг.
8. Экономическое содержание ценной бумаги.
9. Порядок владения ценной бумагой.
10. Признаки эмиссионной ценной бумаги.
11. Классификация ценных бумаг и определение каждого вида ценных бумаг.
12. Производные инструменты рынка ценных бумаг и их особенности.
13. Основные функции рынка ценных бумаг.
14. Участники рынка ценных бумаг.
15. Профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг.
16. Информация, предоставляемая профессиональным участником, предлагающим инвестору свои услуги на рынке ценных бумаг.
17. Функции фондовой биржи. Сущность процедуры листинга.
18. Внутренние источники финансирования предпринимательской деятельности.
19. Цели дополнительной эмиссии ценных бумаг.
20. Принципы банковского кредитование предпринимательских организаций.
21. Основные виды банковского кредита.
22. Кредитный договор.
23. Сущность коммерческого кредитования.
24. Инвестиционный налоговый кредит.
25. Сущность бюджетного кредита.

Сценарий занятия: для выполнения задания студенты распределяются (добровольно, либо по усмотрению преподавателя) на группы. Состав группы – 3-5 чел.

Подготовка докладов осуществляется студентами самостоятельно до начала занятия. На занятии производится презентация и защита подготовленного доклада.

Доклад должен быть выполнен с учетом действующей нормативной базы Российской Федерации на дату выступления.

Результаты доклада представляются в электронном виде (в виде презентации), а также в печатном виде.

Каждый доклад сопровождается обсуждением.

Итог занятия подводится преподавателем. Каждому студенту выставляется оценка в текущий блок в зависимости от качества и степени участия в подготовке, защите и обсуждении докладов.

Задания для самостоятельной работы

1. Номинальная стоимость привилегированной акции составляет 2500 руб., по ней установлен дивиденд в размере 12% годовых. Определите, какую максимальную цену следует заплатить за эту акцию, если годовая ставка дисконтирования 20%?

2. Инвестор приобрел акцию АО «Энергетик» номиналом 3000 руб. за 3600 руб. и через 168 дней продал ее за 4200 руб. За это время ему был выплачен дивиденд в размере 12% годовых. Определите доходность операции инвестора.

3. АО «Прометей» выпустило 100000 обыкновенных акций и 15000 привилегированных номиналом 50 руб. По привилегированным акциям размер дивиденда фиксированный и составляет 1%. Рыночная стоимость одной обыкновенной акции составляет 100 руб. Определите доходность одной обыкновенной акции, при условии, что чистый доход АО составит 320000 руб.

4. Акционерное общество эмитировало обыкновенные акции номинальной стоимостью 150 руб. Ожидаемый дивиденд по акциям должен составить 35%. Ставка депозита составляет 7%. Определите рыночную цену акции.

5. Акционерное общество эмитировало обыкновенные и привилегированные акции. При этом обыкновенных акций эмитировано на сумму 150000 руб. Привилегированных акций эмитировано на сумму 65000 руб. при 5%-ном дивиденде. Чистая прибыль акционерного общества составила 20000 руб. Рассчитайте, как распределится чистая прибыль по обыкновенным и привилегированным акциям?

6. Акционерное общество эмитировало привилегированных акций на сумму 100000 руб. с 6%-ным дивиденном. Чистый доход акционерного общества составил 1 500 000 руб. Определите доход на 1 обыкновенную акцию, если всего выпущено 40000 обыкновенных акций.

7. Компания эмитировала 50 000 обыкновенных акций. Рыночная стоимость одной обыкновенной акции составила 150 руб. Компания также выпустила привилегированные акции на сумму 100000 руб. с 5%-ным дивиденном. Определите доходность одной обыкновенной акции, если чистый доход компании составил 20000 руб.

8. Акционерное общество эмитировало 200000 акций на общую сумму 2000000 руб. В конце текущего года АО получило чистую прибыль 3000000 руб. Рассчитайте доходность инвестора, если он будет продавать свои акции по цене 120 руб. за каждую.

9. Инвестор приобрел привилегированную акцию АО «Электрооборудование» за 7000 руб. Номинал акции - 5000 руб. Размер дивиденда по данной акции составляет 5% годовых. Через два года акция была им продана за 9000 руб. Определите доходность операции инвестора.

10. Фирма должна приобрести оборудование для расширения производства стоимостью 120 млн.руб. Она имеет для приобретения оборудования 80 млн. руб. собственных средств. Благодаря увеличению производства ежемесячная прибыль возрастает на 12 млн.руб., из которой 2 млн.руб. будут отчисляться в бюджет в виде налога. На приобретение и установку

оборудования потребуется один месяц. 50% оставшейся предприятию прибыли может быть направлено на погашение кредита. Определите сумму и срок кредита.

11. Дайте ответы на следующие тестовые вопросы:

11.1. Совокупность элементов, обеспечивающих свободный обмен и перелив различного рода ресурсов и увязывающих это движение в единое целое:

- А) номенклатура
- Б) каталог
- В) инфраструктура
- Г) конъюнктура

11.2. В рыночной экономике биржа труда выступает посредником между:

- А) государством и профсоюзами
- Б) президентом и работодателями
- В) профсоюзами и предпринимателями
- Г) работниками и предпринимателями

11.3. Различные коммерческие фирмы, которые извлекают прибыль за счет разницы в ценах закупки и продажи:

- А) конгломераты
- Б) некоммерческие организации
- В) торговые посредники
- Г) брокерские конторы

11.4. Коммерсант-посредник, специализирующийся на приобретении товаров у предпринимателей-производителей и реализующий их своим постоянным клиентам:

- А) дистрибутор
- Б) товарный брокер
- В) комиссионер
- Г) торговый дом

11.5. Торговый посредник, выступающий на рынке от своего имени, но за счет продавца:

- А) дистрибутор
- Б) товарный брокер
- В) комиссионер
- Г) торговый дом

11.6. Создание оптового рынка, установление цен, информация о товарных ценах, о товарах, поддержание ликвидности рынка; все это функции:

- А) товарной биржи
- Б) биржи труда
- В) фондовой биржи
- Г) информативной биржи

11.7. Тип сделок, которые не имеют целью поставку или приобретение товара - это:

- А) форвардные
- Б) фьючерсные
- В) опционные
- Г) розничные

11.8. Операция, позволяющая страховать цену от падения, но не дающая выгод от ее роста - это:

- А) сделка
- Б) соглашение
- В) хеджирование
- Г) консигнация

11.9. Типы биржевых игроков, играющих на повышении, понижении соответственно - это:

- А) лисы и львы
- Б) лоси и кролики

В) коровы и звезды

Г) быки и медведи

11.10. Разница между полученными и уплаченными процентами - это:

А) маржа

Б) сальдо

В) баланс

Г) прибыль

11.11. Специализированная финансово-посредническая организация, деятельность которой связана с движением ценных бумаг от инвесторов к объектам инвестирования - это:

А) фондовая биржа

Б) инвестиционный фонд

11.12. Инвестиционные фонды могут быть:

А) открытыми и закрытыми

Б) первичными и вторичными

В) круглыми и квадратными

11.13. Отношения по защите имущественных интересов граждан и юридических лиц при наступлении определенных событий - это:

А) правовое регулирование

Б) судебные разбирательства

В) налогообложение

Г) страхование

11.14. На фондовой бирже, где осуществляется купля и продажа ценных бумаг, продажная цена - это:

А) курс

Б) валюта

В) текущая стоимость

Г) кассовый платёж

11.15. Процедура включения ценных бумаг, допущенных к биржевой торговле - это:

А) листинг

Б) франчайзинг

В) опцион

Г) регистрация

11.16. Сделки на фондовой бирже бывают:

А) кассовые и срочные

Б) текущие и перспективные

В) бессрочные и текущие

11.17. Инфраструктура бизнеса включает следующие основные элементы:

А) товарный рынок, рынок труда, финансовый рынок, информационный рынок

Б) товарный рынок, финансовый рынок, рынок труда

В) финансовый рынок, товарный рынок, информационный рынок

11.18. Биржа, на которой происходит купля – продажа иностранной валюты - это:

А) фондовая биржа

Б) товарная биржа

В) информационная биржа

Г) валютная биржа

Рекомендуемая литература

1. Абчук В.А. Энциклопедия современного бизнеса: учебное пособие. – СПб: Вектор, 2005. – С.494
2. Горфинкель В.Я. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.187, 205
3. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник - М: КноРус, 2010. – Гл.6

4. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса: учебник. – М: РДЛ, 2005. – С.368, 503
5. Пелих А.С. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Ростов н/Д.: МарТ, 2004. – С.167
6. Просветов Г.И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие. – М: Альфа-Пресс, 2008. - С.86, 92, 158
7. Рубин Ю.Б. Основы бизнеса: учебник. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2004. – С.235, 265,389, 413
8. Экономика предприятия (фирмы): практикум / Под ред. В.Я. Позднякова, В.М. Прудникова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – С.200
9. Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С.14