***Виды предпринимательства***

В зависимости от содержания и направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов, связи предпринимательской деятельности с основными стадиями воспроизводственного процесса, различают следующие виды предпринимательства: производственное, коммерческо-торговое, финансово-кредитное, посредническое, страховое. Предпринимательство называется производственным, если сам предприниматель непосредственным образом, используя в качестве факторов орудия и предметы труда, производит продукцию, товары, услуги, работы, информацию, духовные ценности для последующей реализации (продажи) потребителям, покупателям, торговым организациям. Производственное предпринимательство включает выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции производственно-технического назначения, потребительских товаров, строительных работ, перевозки грузов и пассажиров, услуги связи, коммунальные и бытовые услуги, производство информации, знаний, выпуск книг, журналов, газет. В широком смысле слова производственное предпринимательство есть создание любого полезного продукта, необходимого потребителям, обладающего способностью быть проданным или обмененным на другие товары. Производственный бизнес тесно связан с бизнесом в сфере обращения. Ведь произведённые товары надо продавать или обменивать на другие товары. Высокими темпами развивается коммерческо-торговое предпринимательство, как основной второй вид российского предпринимательства. Коммерческое предпринимательство охватывает все виды деятельности, которые непосредственным образом относятся к обмену товара на деньги, денег на товар или товар на товар. Хотя основу коммерческого предпринимательства составляют товарно-денежные операции купли-продажи, в нем оказываются задействованными практически те же факторы и ресурсы, что и в производственном предпринимательстве, но в меньших масштабах.

**Финансовое предпринимательство** – это особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, национальные деньги (российский рубль) и ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит. При этом имеется в виду не только и не столько продажа и покупка иностранной валюты за рубли, хотя и это тоже финансовая сделка, а непредвиденный круг операций, охватывающий все многообразие продажи и обмена денег, других видов денежных средств, ценных бумаг на другие деньги, иностранную валюту, ценные бумаги. Суть финансовой предпринимательской операции состоит в том, что предприниматель приобретает основной фактор предпринимательства в виде различных денежных средств (денег, иностранной валюты, ценных бумаг) за определенную денежную сумму у обладателя денежных средств. Приобретенные денежные средства продаются затем покупателям за плату, превышающую денежную сумму, затраченную первоначально на покупку этих денежных средств, в результате чего образуется предпринимательская прибыль. **Посредничеством** называют предпринимательство, в котором предприниматель сам не производит и не продает товар, а выступает в роли посредника в процессе товарного обмена, в товарно-денежных операциях. **Посредник** – это лицо (юридическое или физическое), представляющее интересы производителя или потребителя, но сами таковыми не являющиеся. Посредники могут вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителей или потребителей. В качестве посреднических предпринимательских организаций на рынке выступают оптовые снабженческо-бытовые организации, брокеры, дилеры, дистрибьюторы, биржи, в какой-то мере коммерческие банки и другие кредитные организации. Посредническая предпринимательская деятельность является в значительной мере рисковой, поэтому предприниматель-посредник устанавливает в договоре уровень цен, учитывая степень риска при осуществлении посреднических операций. Страховое предпринимательство заключается в том, что предприниматель в соответствии с законодательством договором гарантирует страхователю возмещение ущерба в результате непредвиденного бедствия потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других видов потерь за определенную плату при заключении договора страхования.

Страхование заключается в том, что предприниматель получает страховой взнос, выплачивая страховку только при определенных обстоятельствах. Так как вероятность возникновения таких обстоятельств невелика, то оставшаяся часть взносов образует предпринимательский доход.

***Задачи государства и Тюменской области***

***по формированию социально ориентированной рыночной экономики***

В соответствии с положениями, закрепленными в Конституции Российской Федерации, «Россия – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека». Заметный вклад в теорию социального регулирования был внесен немцами и скандинавами. Вспомним Вальтера Ойкена и его коллег по Фрайбургскому университету – Ф. Бёма. В. Репке. Ими была выдвинута концепция социально обоснованной экономической политики, согласно которой распределение доходов должно осуществляться без нарушения принципа предельной производительности каждого из факторов производства. Государство обязано поэтому заботиться о создании условий для развития конкурентного порядка, для достижения максимальных рыночных результатов. Концепция социального рыночного хозяйства широко обсуждается и в современной России. Концепция социального рыночного хозяйства – это синтез рыночной экономики, основанной на свободе выбора, и социальной ориентации, которые обеспечиваются сильным государством. Его функция – законотворческая, но при этом направленная на сохранение и совершенствование рыночной экономики. Модель социальной рыночной экономики имеет национальную специфику и соответственно различные исходные параметры. Для Российской Федерации исходными принципами могут быть названы следующие положения:

**-** сильная государственная власть, состоящая из трех ветвей – законодательной, исполнительной и судебной;

**-** государственное, по преимуществу косвенное, регулирование экономики, сочетающее максимальную рыночную свободу с наличием значительного казенного сектора;

**-** ставка на частный сектор при решении проблем экономического роста и занятости;

**-** постепенный демонтаж монополистических структур в промышленности вместе с введением в действие антимонопольного законодательства и контроля за его исполнением;

**-** снижение налоговых ставок для малого и среднего бизнеса, освобождение инвестиций от налогов, сокращение бюджетного дефицита за счет существенного увеличения доли подоходного налога, упорядочения сбора налогов, сокращения дотаций нежизнеспособным предприятиям, создание защитного механизма от разбазаривания и расхищения бюджетных средств;

**-** повышение конкурентоспособности путем приоритетного развития отраслей высокой технологии и производства предметов потребления.

Формирование социально ориентированной рыночной экономики происходит с помощью социально-экономической политики, реализуемой как на федеральном, так и на региональном уровнях. В этом контексте необходимо отметить, что региональная экономическая политика, реализуемая в Тюменской области, включает в себя цели и задачи, преследуемые и решаемые людьми в связи с их конкретными интересами, а также методы, средства и институты, с помощью которых данные интересы формируются, отстаиваются и защищаются.

***Осуществление предпринимательской функции***

***при ведении бизнеса в современной России***

На сегодняшний день можно утверждать, что малое предпринимательство состоялось как социально-экономический институт. Однако, существующий уровень его развития, реальный вклад в решение социально-экономических проблем страны пока далек от предельного, а имеющиеся внутренние ресурсы используются недостаточно. Состояние отечественного малого предпринимательства скорее соответствует не западным образцам, а сложившейся российской модели рынка, весьма специфичной и пока далекой от совершенства.

Так, специфической чертой отечественного малого предпринимательства является крайняя неравномерность в его территориальном размещении. Необходимо отметить, что более 50% малых предприятий находятся на территории Центрального и Приволжского федерального округов, в то время как в Южном федеральном округе их насчитывается всего 9,7%. Самый высокий показатель – 9,5% - соотношения числа предприятий к 1000 жителей отмечается в Северо-Западном федеральном округе, а самый низкий – в Южном федеральном округе, где на 1000 жителей приходится всего 3,7 малых предприятий, что в 10 раз меньше, по сравнению с европейскими показателями. Дифференциация регионов Российской Федерации по степени развитости малого бизнеса во многом обусловлена такими объективными факторами, как сложившееся традиционное размещение производительных сил, наличие соответствующих ресурсов, природно-климатические условия. Помимо этого, немалое значение имеют факторы специфические, присущие конкретной территории – состояние и качество законодательного субъекта РФ, отношение административных структур к предпринимателям, развитость транспортной и информационной инфраструктур, культурно-историческое наследие и традиции. Констатация этого позволяет утверждать, что существующий уровень развития малого бизнеса в России далек от оптимального и его ресурс, как значимого социально-экономического института, используется недостаточно, хотя здесь имеется немало резервов для ускоренного регионального развития. Объективное существование и развитие малого предпринимательства как институциональной целостности, особого сектора экономики национального, регионального, местного масштаба, предопределяет необходимость выстраивания адекватной модели управления со стороны институтов государственной власти, в том числе региональных. Их субъектный статус в этом социальном взаимодействии является непременным условием и призван обеспечить позитивную динамику и масштабы процесса развития малого предпринимательства. С 2008 года время отмечено качественными изменениями в позициях малого бизнеса, а именно:

1. Вступлением в силу нового закона о государственной поддержке предпринимательской деятельности создает потенциальные возможности для подъема малого предпринимательства в России на качественно новый уровень.
2. 15 мая 2008 г. Президентом России подписан Указ «О неотложных мерах по ликвидации административных ограничений при осуществлении предпринимательской деятельности». В соответствии с Указом реализуются следующие мероприятия:

**-** меры усиления гарантий защиты прав предпринимателей при осуществлении государственного контроля;

**-** сокращена частота контрольных мероприятий, проводимых органами власти, существенно ограничены права проведения внеплановых проверок;

**-** будет введен преимущественно уведомительный порядок начала предпринимательской деятельности, сокращен перечень количества разрешительных документов, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности;

**-** поручено разработать механизмы замены обязательной сертификации декларированием производителем качества выпускаемой продукции, замены лицензирования отдельных видов деятельности обязательным страхованием ответственности или предоставлением финансовых гарантий;

**-** будут исключены вне процессуальные права органов внутренних дел России, касающиеся проверок деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, а также исключены права составления должностными лицами этих органов протоколов об административных правонарушениях в области предпринимательской деятельности.

***Особенности предпринимательской деятельности***

***в Тюменской области в условиях кризиса***

Первым звеном в развитии малого бизнеса является пропаганда и привлечение жителей Тюменской области к участию в предпринимательской деятельности. Основной упор делается на формирование положительного имиджа предпринимателя как налогоплательщика, работодателя, производителя. Также активно пропаганда проводится среди студентов старших курсов – в тот период, когда они вплотную приближаются к моменту принятия решения: стать наемным работником или основать собственный бизнес. Для тех, кто выбирает собственный бизнес, предусмотрена первичная информационная и консультационная поддержка, позволяющая понять порядок регистрации, основы бизнес планирования и т.д. Второе направление предполагает обучение лиц, желающих заниматься предпринимательской деятельностью. Третьим шагом в государственной поддержке предпринимательства, реализуемой в Тюменской области, является консультирование и информационная поддержка действующих предпринимателей. Для этого проводятся семинары, на которых раскрываются и разъясняются новшества в законодательстве, особенности применения определенных финансовых инструментов (например, лизинг), специфика определенных видов деятельности, порядок осуществления внешнеэкономической деятельности и т.д. Кроме того при Фонде поддержки предпринимательства, который имеет представительства во всех районах и городах Тюменской области, организована постоянно действующая горячая линия, по которой любой предприниматель может позвонить и получить ответы на все интересующие его вопросы, а также бесплатную консультацию бухгалтерского, экономического и правового характера. Четвертое звено в цепочке – финансовая поддержка, осуществляемая по двум основным направлениям: Последнее звено – это создание институтов поддержки малого предпринимательства: бизнес-инкубаторов и Гарантийного фонда.

**Разработка бизнес-проекта**

***Разработка миссии бизнеса***

Бизнес-проект предполагает, что на основе бизнес-идеи разрабатывается сначала миссия организации, а затем параметры её целевого состояния, определяется политика и организационные мероприятия. Поэтому от того, как решены методологические вопросы анализа бизнес-идеи, в сущности, зависят все последующие стратегические решения. Самым существенным решением при планировании является выбор целей предприятия. Те предприятия, которые вследствие своего масштаба, испытывают необходимость в многоуровневых системах управления, нуждаются в четко сформулированных целях широкого и более частного плана, ориентированных на общие цели фирмы. **Глобальная цель предприятия – четко выраженная причина его существования – представляет его миссию.** Цели вырабатываются для осуществления именно этой миссии. Последняя – детализирует статус предприятия, обеспечивает основное направление и ориентиры для определения целей, стратегических подходов на различных организационных уровнях. Формулировка миссии предприятия содержит следующие моменты: 1. Главная задача предприятия с точки зрения его основных или изделий, его важнейших рынков и преимущественных технологий. 2. Характеристика по отношению к фирме среды, которая определяет основные принципы деятельности предприятия на рынке. 3. Культура и психологический климат организации. Общепроизводственные цели фирмы формулируются на основе миссии предприятия, определенных ценностей и целей, на которые ориентируется высшее руководство. Чтобы обеспечить подлинный вклад в успех предприятия, цели должны быть конкретными, измеримыми, ориентированы во времени и достижимыми.

***Предпринимательские идеи и их превращение в бизнес-идеи***

Для превращения идеи в бизнес-идею необходимо выполнить некоторую работу, результаты которой существенным образом определяют успех проекта. Очень часто воображение потенциальных предпринимателей оказывается захваченным видением возможностей, которые откроются перед ними при реализации плана. И они забывают о необходимости проверки своей идеи на жизнеспособность. Ценность идеи определяется через ее способность превратиться в бизнес. Критерии отбора дают четкое представление, о том, что ценится на рынке: не идея, а проект; не изобретение, а бизнес-план; не творческий человек, а команда исполнителей; не воображение, а предпринимательский талант. Превращению идеи в бизнес-идею способствует анализ рынка. Анализ привлекательности той или иной идеи включает 3 этапа: 1. многофакторный анализ уровня интенсивности отраслевой конкурентности; 2. определение стадии развития избранной сферы; 3. непосредственный анализ инвестиционной привлекательности идеи. Исследование возможностей показывает, насколько благоприятен инвестиционный климат в этой сфере бизнеса и, следовательно, привлекателен для инвестирования капиталов. Кроме того, банки и крупные инвесторы, как правило, специализируются на финансировании определенных отраслей народного хозяйства. Данное решение наиболее важно, конечно, для самого предпринимателя, потому что он должен быть уверен, что данная идея в течение периода действия предпринимательского проекта не будет подвержена серьезным экономическим потрясениям. Недостаточно полный учет тенденций развития избранной сферы деятельности чреват самыми губительными последствиями для внедрения предпринимательского проекта и его коммерческой эффективности. Полезными являются сведения о положении отрасли в мировом разделении труда и на международном рынке, ее транспортные возможности, а также производственно-технические связи с другими отраслями народного хозяйства, для которых может представлять интерес продукция этой отрасли.

Для многих предпринимателей возникают и экономические ограничения на проникновение в ту или иную отрасль: высокий уровень начального капитала; длительный срок окупаемости вложенных средств; неопределенность в достижении прибыли (сфера образования и др.) Необходимо учитывать также сложившуюся конъюнктуру, так как предпринимательская деятельность подвержена цикличности: процветание, застой, спад. Кроме того, экономические ситуации различаются не только во времени, но и в пространстве – по районам и регионам. В монополизированную отрасль внедриться труднее, чем в конкурентную. Для успеха в бизнесе важное значение будут иметь не просто правильное определение для себя рынка, но и отыскание на нем своей, часто очень узкой области, места, которое еще не занято или недостаточно использовано конкурентами. Важно найти так называемую «нишу» рынка, попав в которую, ваше производство или вид коммерческой деятельности может стать прибыльным, быстро растущим бизнесом. **«Ниша» рынка – это не занятая или не полностью занятая конкурентами часть рынка, т.е. ограниченная сфера предпринимательской деятельности, ориентированная на определенного потребителя и позволяющая предпринимателю наиболее эффективным образом реализовать свои возможности.** Емкость «ниши» меньше емкости сегмента рынка и в ней в идеале нет конкурентов. Такое определение отражает сущность процесса поиска и внедрения в определенную «нишу» рынка. Поиск «ниши» на рынке напоминает поиск свободного пространства, вакуума, который надо поскорее заполнить. В сущности, «ниша» рынка – это совмещение назревших и вполне осознанных потребностей и проблем общества с не вполне осознанными в чем-то, нетрадиционными формами, способами, методами их решения и удовлетворения.

Для оценки идеи можно использовать следующие критерии:

*Критерии оценки идеи*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п/п | Критерии | Содержание |
| 1 | Рыночные | 1. Потребность в изделии 2. Перспективы развития рынка 3. Степень конкурентоспособности изделия 4. Степень стабильности рынка |
| 2 | Товарные | 1. Технические характеристики 2. Упаковка 3. Цена |
| 3 | Сбытовые | 1. Увязка с ассортиментом выпускаемой продукции 2. Реализация 3. Реклама |
| 4 | Производственные | 1. Оборудование и персонал 2. Сырьевые ресурсы 3. Инженерно-технические знания и опыт персонала |

Несмотря на то, что внедрение новой продукции имеет очень большое значение, оно является весьма рискованным мероприятием. Например, удельный вес неудачных нововведений в различных товарных группах колеблется между 50 и 90%. Причинами неудач при внедрении новых видов продукции могут являться:

**-** относительная бесполезность идеи нового товара;

**-** низкое качество изготовления товара;

**-** неправильная политика цен;

**-** недостаточное количество средств на маркетинг;

**-** низкий уровень рекламы и упаковки;

**-** недооценка реакции конкурентов;

**-** существующие оргструктуры, не способствующие инновациям;

**-** несвоевременный выпуск нового товара на рынок;

**-** низкий уровень и слабое использование рыночных исследований;

**-** необъективность принятия решения на уровне руководства предприятия. Относительный вес каждого из оценочных показателей должен определяться в зависимости от его предполагаемого значения для предпринимателя и его бизнеса.

***Приоритеты развития Тюменской Области как источник формирования инновационных бизнес-идей***

Наиболее перспективными могут стать бизнес-идеи, связанные с приоритетными направлениями развития региона. Тюменская область является одним из регионов России с наиболее высоким уровнем жизни населения и деловой активности бизнеса. Это определяет сравнительно более высокие объемы потребления: постоянно увеличивающийся платежеспособный спрос на товары и услуги, предъявляемый со стороны населения и бизнеса, формирует благоприятную среду, в которой формируются новые ниши. Необходимо отметить, что в некоторых сферах деятельности сложилась ситуация с нехваткой производственных мощностей, что оставляет неудовлетворенным часть платежеспособного спроса. Более того, статистика размещения государственных и муниципальных заказов в Тюменской области свидетельствует об ограниченном предложении определенных групп товаров, услуг и выполняемых работ со стороны предприятий малого бизнеса. В этой связи Правительство Тюменской области в рамках Областной целевой программы развития малого предпринимательства обозначило **ряд приоритетных направлений, которые могут претендовать на финансовую, имущественную и информационную поддержку со стороны органов государственной власти Тюменской области:**

- Импорт-замещение

**-** Производство продовольственных товаров. **-** Полиграфические и типографские услуги. **-** Жилищно-коммунальное хозяйство. **-** Развитие инфраструктуры (транспортной, телекоммуникационной и пр.) **-** Услуги населению (медицинские, бытовые, социальные и пр.) **-** Производство строительных материалов. **-** Грузоперевозки.  **-** Производство экспорт-ориентированных товаров.

Указанный перечень не является исчерпывающим и вовсе не означает, что виды деятельности, не включенные в него, не могут рассчитывать на государственную поддержку.

***Целеполагание в процессе создания собственного дела***

Набор декларируемых целей функционирования предприятия может варьироваться в очень широких пределах – от извлечения материальной выгоды до разрешения политических, социальных, морально-этических или каких-либо иных противоречий. Таким образом, все формы организаций появляются и развиваются как своеобразные отклики на множества задач, которые ставит перед собой человек или группа людей в ходе их целенаправленной деятельности. Деятельность предприятия является своеобразным компромиссом требований, выдвигаемых различными заинтересованными сторонами, к которым в первую очередь относятся владельцы предприятия, высший управленческий персонал (менеджеры), работники предприятия, рыночные агенты (потребители, поставщики ресурсов, контрагенты), органы власти и управления, общество в целом. Между требованиями, а соответственно и целевыми установками, декларируемыми различными сторонами, существуют определенные отношения, которые могут быть независимыми, конкурирующими (конфликтующими), взаимодополняющими. Именно наличие в системе целевых ориентиров конфликтующих целей является одним из основных факторов будущей нестабильности предприятия. Первоначально цели создания и функционирования предприятия формулируются, как правило, на содержательном (качественном) уровне, что позволяет судить только об общем предполагаемом направлении развития предприятия. Однако уже на этом этапе может возникнуть потребность в интеграции целевых ориентиров, установленных различными заинтересованными сторонами. В дальнейшем цель конкретизируется, уточняется и приводится в соответствие следующим требованиям: 1. конкретность – наличие системы показателей, позволяющих выделить конкретные критерии (в том числе временные) ее достижения;

2. достижимость в плановом периоде (в обозримой перспективе) – наличие практической возможности добиться поставленной цели;

3. непротиворечивость (согласованность) с другими возможными целями и интересами собственников и партнеров по бизнесу.

Приведение цели в соответствие с названными требованиями осуществляется на основе следующего алгоритма, получившего название «подготовка цели»:

**-** разукрупнение исходной цели на совокупность подцелей (задач).

При необходимости полученные подцели могут быть соотнесены с каким-то аспектом деятельности предприятия (например, выделены маркетинговые, финансово-экономические, социальные и др. подцели). Последовательная детализация цели позволяет получить «дерево целей» предприятия, на нижнем уровне которого формируется полный неизбыточный набор измеримых параметров оперативной деятельности.

**-** упорядочивание подцелей (задач) по степени приоритетности;

**-** распределение последовательности задач по времени;

**-** исключение возможных противоречий между задачами.

***Постановка целей и формулирование бизнес-идей***

Формулирование бизнес-идеи – это длительный творческий процесс. Он представляет собой выявление возможности использования объекта, позволяющей извлечь максимальную прибыль. Формулирование бизнес-идеи заключается в составлении возможных вариантов использования объекта, их сравнении, и формулировании гипотезы. Гипотеза представляет собой обоснованный вывод о том, что один из видов использования будет востребованным и, соответственно, выгодней других. Чтобы сформулировать бизнес-идею необходимо знать: **-** во-первых, структуру потребностей спроса, **-** во-вторых, структуру собственного капитала, которым обладает или должна обладать организация, понимать, может ли организация привести структуру этого капитала в соответствие с перспективными видами бизнеса, **-** в-третьих, перспективы развития данного бизнеса.

***Организационные вопросы создания бизнеса***

Организационные вопросы создания бизнеса решаются на основе организационного плана, который предусматривает определение системы стратегических решений, затрагивающих состав коллектива, содержание и условия работы его членов. Он играет роль своеобразного фильтра, через который при подготовке пропускаются все остальные решения, носящие стратегический характер, и который в зависимости от избранного варианта социальной стратегии существенно влияет на конечный результат принятия решений. Кардинальные социально-экономические преобразования последних лет практически полностью разрушили сложившиеся в течение жизни нескольких поколений традиции и стереотипы общественного, коллективного и индивидуального поведения на производстве. Накопилось немало примеров резкого ухудшения финансово-экономического состояния на предприятиях, а то и полного прекращения их функционирования из-за серьезных социальных противоречий в коллективе. Этапы организационного плана основываются на решении следующих вопросов. 1. Какая часть коллектива является «референтной группой» для руководства предприятия при выработке стратегических решений? Иными словами, чьи интересы и в каких пропорциях учитываются при выработке и принятии решений. 2. Что представляет собой коллектив предприятия, какова его структуризация с точки зрения: **-** интересов работников; **-** профессиональной квалификации; **-** интенсивности труда; **-** управляемости. 3. Соответствуют ли состав и структура коллектива стратегическим задачам предприятия? 4. Какая часть коллектива должна быть сохранена на предприятии?

5. Какие рычаги управления коллективом являются наиболее действенными для реализации коллективом стратегии предприятия? 6. Какова степень ответственности, которую берет на себя предприятие в отношении каждого члена коллектива? 7. Каков преобладающий характер отношений между работниками предприятия?

Степень патернализма руководства предприятия в отношении работников является важным стратегическим параметром и может в принципе варьироваться от максимального уровня (за точку отсчета можно взять типовое крупное японское предприятие) до минимального (соответственно «американский» вариант). Господствующая в последние годы (и поддерживаемая федеральными органами) точка зрения призывает покончить с так называемым заводским социализмом, при котором отношения внутри предприятия характеризуются не только патернализмом по вертикали, но и сотрудничеством по горизонтали, т.е. между членами коллектива. По нашему мнению, такая точка зрения необоснованно ограничивает возможности формирования стратегий предприятия и в целом может быть отнесена к издержкам переходного периода. Спектр межличностных отношений в общем виде включает достаточно разнообразные формы: от, пожалуй, никем всерьез не оспариваемого «семейного социализма», т.е. внутрисемейных отношений сотрудничества, до отношений между представителями разных стран (включая «холодную» войну и иные варианты соперничества). В зависимости от того, каков тип предприятия, его потенциал, избранные на предприятии товарно-рыночная, технологическая, интеграционная стратегии, столь же широким может быть и спектр вариантов внутрифирменной социальной стратегии.

**Правовое регулирование**

**предпринимательской деятельности**

***Правовой статус предпринимателя***

Гражданский кодекс России в ст. 2 определяет предпринимательскую деятельность как самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое извлечение прибыли, от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве установленном законном порядке. Данное определение позволяет вычленить признаки предпринимательской деятельности, среди которых: **-** самостоятельность, **-** рисковый характер, **-** направленность на получение прибыли, **-** необходимость государственной регистрации для обретения статуса предпринимателя. Вместе с тем не только последний признак влияет на правовой статус, на него воздействуют все черты данной деятельности. В частности, самостоятельность означает для предпринимателя возможность осуществлять предпринимательскую деятельность своей волей и в своем интересе, а также недопустимость какого-либо вмешательства в его дела со стороны частных лиц либо государства. Рисковый характер отражается на ответственности предпринимателя, который, если иное не установлено соглашением между контрагентами по договору, отвечает за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства независимо от своей вины. Достижение цели предпринимательской деятельности в виде получения прибыли влечет дополнительные обязанности по уплате налогов. Предпринимательство, как разновидность социально полезной деятельности, реализуется в рамках социального взаимодействия урегулированного нормами права, различной отраслевой принадлежности. Подобные социальные связи принято именовать правоотношениями. Будучи одним из субъектов правоотношения предприниматель обладает особым правовым свойством, без которого невозможно формирование правового статуса. Речь идет о правосубъектности.

Правосубъектность есть особое правовое свойство, которым наделяется каждое юридическое или физическое лицо, участвующее в правоотношении. Данное свойство состоит из двух частей – правоспособности и дееспособности. Правоспособность, как способность иметь субъективные права и нести юридические обязанности, выступает абстрактной предпосылкой правообладания, которая реализуется через определенные юридические факты в элементы правового статуса – права и обязанности. В свою очередь, дееспособность, как способность осуществлять и приобретать права и обязанности, делает возможным реализацию правового статуса в конкретных правоотношениях. Правосубъектность индивидуального предпринимателя без образования юридического лица имеет свои отличительные особенности по сравнению с аналогичным свойством коммерческой организации. Так, у индивидуального предпринимателя возможность правообладания возникает существенно раньше способности эти права осуществить. А у юридического лица возможность обладания и осуществления прав возникает одномоментно в момент государственной регистрации. С другой стороны, индивидуальный предприниматель обладает универсальной правосубъектностью, то есть может заниматься любым видом предпринимательства, не запрещенным законом. Правосубъектность коммерческой организации может быть как общей, так и специальной. Общая правосубъектность предполагает возможность участия в любых видах предпринимательской деятельности, а специальная – только в тех, которые предусмотрены уставом. Итак, правовой статус как совокупность прав и обязанностей предпринимателя формируется на основе его правосубъектности. Указанную совокупность можно разделить на две части. Первая – общие правовые возможности, вытекающие из закона, общих принципов правового регулирования. Они появляются непосредственно после регистрации субъекта предпринимательской деятельности. Вторая часть образуется по факту участия в каких-либо правоотношениях. Например, сторонами договора поставки могут быть только предприниматели. Соответственно, возможность заключения подобного договора появится сразу же после регистрации в соответствующем качестве. Вместе с тем, по факту заключения такого соглашения возникнет обязательственное правоотношение по поставке товара, содержание которого образуют определенные права и обязанности. Данные права и обязанности станут элементами правового статуса предпринимателей, заключивших указанный договор. Как можно заметить, права и обязанности становятся элементами правового статуса только при наличии определенного основания. Такое основание принято именовать юридическим фактом. Юридический факт – это обстоятельство реальной действительности, с которым закон связывает возникновение, изменение или прекращение правоотношений. Для правового статуса предпринимателя основное значение имеет несколько юридических фактов: событие, гражданско-правовой деликт, административный акт, сделка.

Под событием понимается обстоятельство, возникновение которого не зависит от воли и сознания человека. Как юридический факт, событие участвует в развитии страхового обязательства, способствуя появлению права страхователя (выгодоприобретателя) требовать выплаты страхового возмещения. Кроме того, событие является одним из обстоятельств непреодолимой силы, исключающих ответственность предпринимателя за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей по договору. Разумеется, приведенными примерами роль события далеко не исчерпывается. Гражданско-правовой деликт представляет собой нарушение субъективного гражданского права, что влечет возникновение ответственности для правонарушителя, реализуемой через обязанность возместить причиненный вред. Административный акт есть властный акт правоприменения государственного или муниципального органа, порождающий, изменяющий или прекращающий определенные права и обязанности субъектов предпринимательской деятельности. Сделка представляет собой действия предпринимателей, направленные на возникновение, изменение или прекращение гражданских правоотношений. Данный юридический факт наиболее распространен как основание возникновения элементов правового статуса предпринимателя.

***Формы предпринимательской деятельности***

Предпринимательская деятельность может осуществляться в различных формах. Возможно индивидуальное, совместное и коллективное предпринимательство. Индивидуальное предпринимательство предполагает осуществление соответствующей деятельности одним физическим лицом, зарегистрированным в качестве индивидуального предпринимателя без образования юридического лица (ИПБЮЛ) в органах налоговой инспекции. В зависимости от выбранной стратегии и текущих задач такое предпринимательство может осуществляться как с привлечением, так и без привлечения наемного труда. Последний способ извлечения прибыли более прост с точки зрения юридических связей, так как предприниматель более или менее регулярно выступает лишь в коммерческие отношения, регулируемые гражданско-правовыми договорами, а также в отношения по уплате налогов и других обязательных платежей.

Применение же наемного труда влечет усложнение социальных связей предпринимателя, так как помимо прочего возникают трудовые отношения с наемными работниками, отношения по их социальному обеспечению. Кроме того, ст. 1068 ГК России устанавливает гражданско-правовую ответственность предпринимателя за вред, причиненный его работникам. Как уже отмечалось, индивидуальный предприниматель может осуществлять любой вид деятельности, прямо не запрещенный законом. Причем согласно ст. 23 ГК России гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. В этой же статье ГК РФ указывается, что к предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя применяются те же правила, которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения. Некую промежуточную область между коллективным и индивидуальным предпринимательством занимают крестьянские хозяйства. Это объясняется несколькими причинами. Во-первых, фермерское хозяйство не обладает статусом юридического лица, хотя может обладать всеми прочими признаками данного субъекта. Во-вторых, согласно ГК России глава крестьянского хозяйства признается индивидуальным предпринимателем после соответствующей регистрации хозяйства. В- третьих, крестьянское хозяйство это, как правило, совместный труд членов одной семьи, с возможным привлечением наемного труда. Таким образом, несмотря на имеющуюся организационную структуру, в гражданском обороте крестьянское хозяйство осуществляет предпринимательскую деятельность без образования юридического лица через своего главу в статусе индивидуального предпринимателя. Совместное предпринимательство. В ряде случаев для достижения цели предпринимательской деятельности необходимы сосредоточенные усилия нескольких предпринимателей. В таких случаях индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации могут действовать сообща для достижения оговоренных целей. Деловой оборот выработал несколько видов такого взаимодействия, часть из которых получило адекватное правовое закрепление, часть существует в виде понятий или организационных технологий.

К наиболее значимым формам совместного предпринимательства можно отнести: договор простого товарищества; совместные предприятия; предпринимательские объединения (ассоциации и союзы); концерны; корпорации; холдинги. Рассмотрим указанные виды совместного предпринимательства более подробно. По договору простого товарищества (договору о совместной деятельности) двое или несколько лиц (товарищей) обязуются соединить свои вклады и совместно действовать без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной не противоречащей закону цели. Сторонами договора простого товарищества, заключаемого для осуществления предпринимательской деятельности, могут быть только индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации. Вкладом товарища признается все то, что вносит в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи. Вклады товарищей предполагаются равными по стоимости, если иное не следует из договора простого товарищества или фактических обстоятельств. Денежная оценка вклада товарища производится по соглашению между товарищами. Внесенное товарищами имущество, которым они обладали на праве собственности, а также произведенная в результате совместной деятельности продукция и полученные от такой деятельности продукция и полученные от такой деятельности плоды и доходы признаются их общей долевой собственностью, если иное не установлено законом или договором простого товарищества, либо не вытекает из существа обязательства. Внесенное товарищами имущество, которым они обладали по основаниям, отличным от права собственности, используется в интересах всех товарищей и составляет наряду с имуществом, находящимся в их общей собственности, общее имущество товарищей. Пользование общим имуществом товарищей осуществляется по их общему согласию, а при недостижении согласия в порядке, устанавливаемом судом. Обязанности товарищей по содержанию общего имущества и порядок возмещения расходов, связанных с выполнением этих обязанностей, определяются договором простого товарищества. Если договор простого товарищества связан с осуществлением его участниками предпринимательской деятельности, товарищи отвечают солидарно по всем общим обязательствам независимо от оснований их возникновения.

Прибыль, полученная товарищами в результате их совместной деятельности, распределяется пропорционально стоимости вкладов товарищей в общее дело, если иное не предусмотрено договором простого товарищества или иным соглашением товарищей. Соглашение об устранении кого-либо из товарищей от участия в прибыли ничтожно. Совместное предприятие. Этим термином с начала 90-х годов прошлого столетия принято обозначать юридические лица со смешанным капиталом. Иными словами, юридические лица с иностранным участием. Чаще всего совместное предприятие – это организация, в которой часть уставного капитала внесена иностранными инвесторами. В настоящее время какая-либо специализированная законодательная база по совместным предприятиям отсутствует. Но имеется ряд законодательных актов, посвященных иностранным инвестициям, которые можно использовать для анализа феномена совместных предприятий. У такой формы ведения бизнеса есть свои достоинства. В частности, учитывая экономическую ситуацию, можно рассчитывать на зарубежные кредитные ресурсы, которые в текущий момент существенно дешевле отечественных. Кроме того, иностранный партнер может обладать технологиями производства или ноу-хау предпринимательской деятельности, что может существенно увеличить прибыль совместного предприятия. Предпринимательские объединения (ассоциации и союзы). Коммерческие организации могут по договору между собой создавать объединения в форме ассоциаций или союзов, являющихся некоммерческими организациями. Подобные юридические лица могут создаваться в целях координации предпринимательской деятельности, создания и или способствования установления связей между предпринимателями, представления и защиты общих имущественных интересов в государственных органах, оказания консультационных, информационных и подобных услуг своим членам. Вместе с тем, осуществление предпринимательской деятельности подобным объединением, по общему правилу, не допускается. Если же по решению участников на ассоциацию (союз) возлагается ведение предпринимательской деятельности, такая ассоциация (союз) преобразуется в хозяйственное общество или товарищество в порядке, предусмотренном ГК России, либо может создать для осуществления предпринимательской деятельности хозяйственное общество или участвовать в таком обществе. Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. При этом ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов, в то время как члены ассоциации (союза) несут субсидиарную ответственность по обязательствам этой ассоциации (союза) в размере и в порядке, предусмотренных ее учредительными документами. Наименование ассоциации (союза) должно содержать указание на основной предмет деятельности членов этой ассоциации (союза) с включением слов «ассоциация» или «союз». Участник рассматриваемого объединения имеет следующие правовые возможности: **-** члены ассоциации (союза) вправе безвозмездно пользоваться ее услугами; **-** член ассоциации (союза) вправе по своему усмотрению выйти из ассоциации (союза) по окончании финансового года. В этом случае член ассоциации (союза) несет субсидиарную ответственность по ее обязательствам пропорционально своему взносу в течение двух лет с момента выхода; **-** член ассоциации (союза) может быть исключен из нее по решению остающихся членов в случаях и в порядке, которые установлены учредительными документами ассоциации (союза). В отношении ответственности исключенного члена ассоциации (союза) применяются правила, относящиеся к выводу из ассоциации (союза); **-** с согласия членов ассоциации (союза) в нее может войти новый член. Вступление в ассоциацию (союз) нового члена может быть обусловлено его субсидиарной ответственностью по обязательствам ассоциации (союза), возникшим до его вступления. *Холдинг.* Данным термином, происходящим от англ. «hold» **-** держать, удерживать, принято обозначать определенную организационную структуру, предназначенную для концентрации активов. Хотя указанная структура не имеет самостоятельного правового закрепления, она достаточно распространена в деловом обороте. Холдинг может создаваться как в виде юридического лица, владеющего и (или) управляющего активами, так и посредством присвоения активов индивидуальным предпринимателям. Суть данной структуры заключается в установлении корпоративного контроля над юридическими лицами для оптимизации их предпринимательской деятельности исходя из стоящих перед холдингом задач. Контроль осуществляется через владение пакетами акций или долями в уставном капитале и обществ. Поскольку любое юридическое лицо реализует свою правосубъектность через органы управления, которые формируются общим собранием учредителей, постольку размер участия в уставном капитале позволяет влиять на персональный состав указанных органов. И чем больший размер участия, тем значительнее влияние на бизнес-стратегию юридического лица. Таким образом, владея долей в уставном капитале, можно влиять на предпринимательскую деятельность юридического лица. **Коллективное предпринимательство** представляет собой одну из форм предпринимательской деятельности, реализуемую при помощи создания особой организационной и правовой структуры – юридического лица. Экономический смысл такой структуры заключается, с одной стороны, в возможности концентрировать имущество в существенно больших объемах, чем при индивидуальном и даже совместном предпринимательстве, с другой – при правильном выборе организационно-правовой формы юридического лица существует возможность существенно ограничить риск потерь от предпринимательской деятельности. В правовой плоскости при создании юридического лица появляется новый субъект права. Именно этот субъект в дальнейшем участвует в правоотношениях, обретая права и обязанности, становясь стороной договора, собственником имущества и т.д. конечно, юридическое лицо субъект во многом виртуальный, ибо являясь порождением правопорядка, существует только в сознании людей. Но очень важно понимать, что с правовой точки зрения юридическое лицо такой же субъект правоотношений, как гражданин. Данное образование обладает правосубъектностью и может участвовать в социальном взаимодействии, но реализация указанного свойства возможна только через органы управления. При этом исполнительный орган может действовать от имени юридического лица без доверенности, на основании устава (учредительного договора). Все же остальные лица могут действовать от имени юридического лица только на основании доверенности, выдаваемой исполнительным органом. Юридическое лицо, за редким исключением, является собственником имущества, из которого сформирован его уставной капитал. Также в собственность поступают различные материальные блага, произведенные или приобретенные в процессе предпринимательской деятельности данного субъекта. Юридическое лицо всегда самостоятельно отвечает по обязательствам в рамках тех правоотношений, в которых оно участвует. Учредители, конечно, могут отвечать по долгам юридического лица, но только в случаях, прямо предусмотренных законом. Справедливости ради необходимо отметить, что из 10 организационно-правовых форм коммерческих организаций, предусмотренных ГК РФ, только в 3-х учредители не отвечают по долгам созданного ими субъекта. Речь идет об обществах с ограниченной ответственностью и акционерных обществах обоих разновидностей. Юридическое лицо должно иметь наименование, индивидуализирующее его в гражданском обороте. Для коммерческих юридических лиц обычно используется термин, фирменное наименование или фирма. В соответствии с нормативными положениями ГК России коммерческое обозначение юридического лица является объектом авторского права и предоставляет его владельцу целый комплекс как личных, так и исключительных гражданских прав.

***Организационно-правовые формы юридического лица***

Под организационно-правовой формой юридического лица понимается совокупность юридических предписаний по внутреннему устройству данного субъекта. Всего существует четыре типа организационно-правовых форм коммерческих организаций. Товарищества, общества, кооперативы и унитарные предприятия. Товарищества – представляют собой обособленную группу юридических лиц, характеризующуюся высоким уровнем личного участия учредителей (товарищей) в предпринимательской деятельности юридического лица. Потому товарищество – это, прежде всего, объединение лиц, желающих совместно действовать для извлечения прибыли. Для товарищества характерен высокий уровень доверительности отношений между участниками, поскольку любой товарищ может совершать сделки от имени юридического лица без доверенности. А поскольку предпринимательская деятельность всегда осуществляется в состоянии неопределенности относительно возможного получения прибыли или убытков, сделка, совершенная одним товарищем, может негативно сказаться как на финансовом положении самого товарищества, так и прочих участников. Соответственно без доверия между товарищами сколько-нибудь длительное существование данной организации невозможно. В этой связи особое внимание следует обратить на механизм ответственности товарищей по долгам товарищества. Согласно ст. 75 ГК России товарищи солидарно несут субсидиарную ответственность по долгам юридического лица своим имуществом. Товарищества бывают двух видов: полное и коммандитное (товарищество на вере). Отличие между ними состоит в том, что в коммандитном товариществе помимо полных товарищей, объединяющих для совместного ведения бизнеса, существуют еще и вкладчики. Общества. В отличие от товариществ, общества представляют собой скорее объединение капиталов, имущества, чем лиц. Связано это с тем, что учредителям вовсе не обязательно самостоятельно участвовать в управлении юридическим лицом. С этой задачей вполне может справиться профессиональный управленец (менеджер). Естественно никто не может запретить единственному учредителю общества (если, конечно, он не юридическое лицо) стать генеральным директором создаваемого юридического лица. Можно выделить две основные особенности данного типа организационно правовых форм юридического лица: **-** разветвленная иерархическая структура органов управления; **-** отсутствие ответственности учредителей по долгам юридического лица **-** Общества бывают четырех видов: **-** общество с ограниченной ответственностью (ООО) ; **-** общество с дополнительной ответственностью (ОДО); **-** публичное акционерное общество (ПАО); **-** н/публичное акционерное общество (НПАО). Каждый вид имеет свою изюминку, по-своему интересную для тех или иных субъектов предпринимательства. В частности, для ООО установлен достаточно низкий размер минимального уставного капитала – 10 000 рублей. В ОДО имеет место ответственность учредителей по долгам юридического лица в некоем кратном размере, предусмотренном уставом, что создает дополнительные гарантии прав кредиторов и может положительно повлиять на принятие ими решения о сотрудничестве с ОДО. ПАО интересно возможностью сконцентрировать достаточно большой капитал, путем привлечения небольших вкладов значительного числа лиц. Кроме того, если акции данного юридического лица обладают достаточной ликвидностью, существует возможность быстрого привлечения средств путем дополнительной эмиссии, размещаемой на фондовом рынке. НПАО, имея ряд ограничений по порядку выпуска и обращения акций, интересно возможностью более серьезного корпоративного контроля. Данный аспект достигается наличием у акционеров НПАО преимущественного права приобретения акций участника, пожелавшего осуществить их отчуждения. *Производственным кооперативом* (артелью) (далее – кооператив) признается добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной и иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов. Учредительным документом кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Членами кооператива могут быть внесшие установленный уставом кооператива паевой взнос граждане Российской Федерации, достигшие возраста 16 лет. Размер и порядок внесения паевого взноса определяются уставом кооператива. Иностранные граждане и лица без гражданства могут быть членами кооператива наравне с гражданами РФ. Число членов кооператива, внесших паевой взнос, участвующих в деятельности кооператива, но не принимающих личного трудового участия в его деятельности, не может превышать 25% числа членов кооператива, принимающих личное трудовое участие в его деятельности. В случае смерти члена кооператива его наследники могут быть приняты в члены кооператива, если иное не предусмотрено уставом кооператива. В противном случае кооператив выплачивает наследникам стоимость пая умершего члена кооператива, причитающиеся ему зарплату и, премии и доплаты. Кооператив вправе иметь в собственности любое имущество, за исключением имущества, отнесенного законодательством Российской Федерации к федеральной, иной государственной или муниципальной собственности. Имущество кооператива образуется за счет паевых взносов членов кооператива, предусмотренных его уставом, прибыли от собственности деятельности, кредитов, имущества, переданного в дар физическими или юридическими лицами, иных допускаемых законодательством источников. Имущество, находящееся в собственности кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Пай состоит из паевого взноса члена кооператива и соответствующей части чистых активов кооператива (за исключением неделимого фонда). Состав и порядок определения размера пая члена кооператива определяются уставом кооператива. Член кооператива вправе передать свой пай или его часть другому члену кооператива, если иное не предусмотрено уставом кооператива. Передача пая влечет за собой прекращение членства в кооперативе. Передача пая (его части) гражданину, не являющемуся членом кооператива, допускается лишь с согласия кооператива. В этом случае гражданин, приобретший пай (его часть), принимается в члены кооператива. Члены кооператива пользуются преимущественным правом покупки такого пая (его части). Передача пая (его части) осуществляется в порядке, предусмотренном уставом кооператива.

Член кооператива может на договорных началах передавать принадлежащие ему материальные ценности и иные средства кооперативу. Выход ил исключение из кооператива не являются основанием для одностороннего прекращения или изменения взаимоотношений члена кооператива и кооператива по поводу переданного имущества, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

***Этапы образования юридического лица***

Образование юридического лица есть совокупность юридических процедур, по завершении которых гражданский оборот пополняется еще одним субъектом правоотношений. Подобные процедуры бывают двух видов: создание юридического лица и реорганизация юридического лица. Несмотря на видовое разнообразие основные этапы образования весьма похожи. 1 этап. Осознание потребности в создании юридического лица. 2 этап. Определение целей деятельности будущей организации. 3 этап. Исходя из предыдущего этапа, определение организационно-правовой формы организации. 4 этап. Формирование круга учредителей. 5 этап. Разработка учредительных документов (учредительного договора или устава). 6 этап. Оплата не менее 50% уставного капитала на специальном накопительном счете в банке. 7 этап. Формирование пакета документов необходимых для регистрации юридического лица. 8 этап. Собственно регистрация в органах налоговой инспекции, завершающаяся выдачей свидетельства о государственной регистрации. Более подробная процедура регистрации изложена в нижеследующих нормативных документах:

***Юридическая ответственность предпринимателя***

Любая юридическая ответственность есть реакция со стороны государства на неправомерное поведение предпринимателя. Причем эта реакция несет для предпринимателя определенные негативные последствия. Вид юридической ответственности будет зависеть от того, в каких правоотношениях находился предприниматель, и нормы какой отрасли права в итоге нарушены. Исходя из этого критерия, можно выделить такие виды юридической ответственности, как: гражданско-правовая; административная; уголовная; финансовая. Поскольку основная цель предпринимательской деятельности – извлечение прибыли – реализуется в рамках гражданских правоотношений, представляется наиболее целесообразным рассмотреть более подробно именно гражданско-правовую ответственность предпринимателя.

Гражданско-правовая ответственность – это предусмотренные законом или вытекающие из договора дополнительные имущественные обременения правонарушителя. Данная ответственность имеет две основные черты – имущественный и восстановительный характер. Первая черта предполагает, что правонарушитель лишается какого-либо материального блага в пользу потерпевшего. Вторая черта означает невозможность обогащения потерпевшего за счет правонарушителя. Основанием подобной ответственности всегда является правонарушение. Причем, для гражданско-правовой ответственности принципиальное значение имеет, прежде всего, нарушение субъективного права. Вместе с тем, одного факта нарушения недостаточно для наложения имущественной ответственности, ибо нарушение может носить вполне обоснованный и законный характер. Поэтому помимо оснований необходимы условия, наличие которых позволяет применить ответственность. Такие условия еще называют составом гражданского правонарушения: **-** противоправность действий правонарушителя; **-** наличие вредоносного результата; **-** наличие причинной связи между правонарушением и вредоносным результатом; **-** виновность правонарушителя Гражданско-правовая ответственность может быть реализована в нескольких формах: убытки, неустойка, компенсация морального вреда. Некоторые из названных форм имеют собственные разновидности. Так, убытки подразделяются на реальный ущерб и упущенную выгоду

( ГК России), неустойка бывает в виде штрафа или пени.

***Лицензирование отдельных видов деятельности***

Лицензирование представляет собой деятельность специально уполномоченных государственных органов по регулированию таких сфер экономической деятельности, осуществление которых может повлечь за собой нанесение ущерба правам, законным интересам, здоровью граждан, обороне и безопасности государства, культурному наследию народов России и регулирование которых может осуществляться иными методами, кроме как лицензированием. Лицензирование имеет ряд основных направлений: **-** предоставление лицензий; **-** переоформление документов, подтверждающих наличие лицензий; **-** приостановление действия лицензий в случае административного приостановления деятельности лицензиатов за нарушение лицензионных требований и условий; **-** возобновление или прекращение действия лицензий; **-** аннулирование лицензий; **-** контроль лицензирующих органов за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензирующих видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий; **-** ведение реестров лицензий; **-** а также предоставление в установленном порядке заинтересованным лицам сведений из реестров лицензий и иной информации о лицензировании. Деятельность, на осуществление которой лицензия предоставлена федеральным органом исполнительной власти или органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, может осуществляться на всей территории нашей страны. При этом деятельность, на осуществление которой лицензия предоставлена лицензирующим органом субъекта, может осуществляться на территориях иных субъектов федерации при условии уведомления лицензиатом лицензирующих органов соответствующих субъектов РФ. Закон установил минимальный срок действия лицензии, равный 5 годам. На меньший срок указанный документ выдаваться не может, но его действие может быть продлено по заявлению лицензиата. Продление срока действия лицензии осуществляется в порядке переоформления документа, подтверждающего наличие лицензии. Положениями о лицензировании конкретных видов деятельности может быть предусмотрено бессрочное действие лицензии. Порядок предоставления лицензии, состав документов, компетенция лицензирующих органов – эти многие и другие вопросы регулируются уже упоминавшимся ФЗ «О лицензировании…». Предпринимательская деятельность как разновидность общественно значимого поведения не может находиться вне государственного надзора в силу большого количества причин, как социального, так и фискального свойства. Соответственно, взаимодействие государственных органов и предпринимательского общества неизбежно и главное в том, чтобы такое сотрудничество происходило без конфликтов, в рамках закона. Далее, представляется необходимым рассмотреть взаимодействие с теми органами власти, с которыми предпринимателям приходится по роду своей деятельности сталкиваться наиболее часто. К таким органам, очевидно. Следует отнести: налоговую инспекцию, пенсионный и иные внебюджетные фонды, таможенную государственную службу, милицию, государственную инспекцию по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей. Начнем с характеристики деятельности налоговой инспекции. Налоговые инспекции проводят: **-** налоговые проверки (инспекторы проверяют, как юридические лица и индивидуальные предприниматели платят налоги); **-** неналоговые проверки (инспекторы проверяют не связанные с налогами вопросами, например, применение контрольно-кассовой техники (ККТ)). К налоговым проверкам относятся: **-** выездные (иногда их называют «документальные») – это проверки, проводимые на территории юридического лица или по месту нахождения индивидуального предпринимателя; **-** камеральные – проверки бухгалтерской отчетности и деклараций, сданных субъектами коммерческой деятельности в налоговые инспекции (без выезда к налогоплательщикам). Выездные проверки – наиболее конфликтны, так как именно по их результатам начисляется основная доля штрафов. Выездные проверки подразделяют на следующие виды: комплексные и выборочные (тематические); контрольные, плановые и внеплановые; встречные.

**Внебюджетные фонды.** Раз в год субъекты предпринимательства обязаны сдавать в Пенсионный фонд РФ (ПФР) индивидуальные сведения о стаже и заработке своих работников. В ходе камеральной проверки работники фонда проверят, вовремя ли были сданы эти сведения и нет ли в них ошибок. Если таковые будут обнаружены, предусмотрен двухнедельный срок для исправления соответствующей формы (п. 29 Инструкции о порядке ведения индивидуального учета сведений о застрахованных лицах для целей государственного пенсионного страхования // Постановление Правительства РФ от 15.03.97 № 318). Кроме того, несвоевременное предоставление указанных данных или их искажение может повлечь наложение штрафа в размере 10% от суммы взносов на пенсионное страхование, которые были выплачены за отчетный период (ст. 17 Федерального закона РФ от 01.04.96 № 27-ФЗ «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе обязательного пенсионного страхования»). Далее, коммерческие юридические лица, а также индивидуальные предприниматели обязаны каждый квартал (на позднее 15-го числа месяца, следующего за истекшим кварталом) сдавать в Фонд социального страхования Российской Федерации расчетную ведомость (ф. № 3-ФСС РФ) по средствам обязательного социального страхования: В ходе камеральной проверки работники фонда проверят, вовремя ли была сдана эта ведомость. Кроме того, они посмотрят, правильно ли исчисляются и платятся взносы на обязательное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Таможня приводит следующие виды проверок: **-** общие и специальные ревизии (проверяют достоверность данных, полученных в ходе таможенного оформления); **-** административное расследование (расследует нарушения, предусмотренные в КоАП РФ); **-** оперативно-розыскные мероприятия (собирает и проверяет информацию о преступлении); **-** следственные действия (раскрывает преступления, когда уголовное дело уже возбуждено). Ревизии бывают различных видов. Общая ревизия – в ходе такой ревизии инспекторы в течение трех рабочих дней сверяют данные, полученные при таможенном оформлении, с данными бухгалтерского учета и другой информацией, содержащейся в документах юридического лица или индивидуального предпринимателя. Такая проверка проводится по квартальным или полугодовым планам. Как правило, в них включают тех субъектов, чьи наименования часто фигурируют при таможенном оформлении, а также тех, кто уже нарушал таможенное законодательство. Кроме того, в «группу риска» попадают таможенные брокеры, владельцы складов временного хранения. В плане ревизий может оказаться и коммерческая организация, один раз переместившая товар через таможенную границу, например, если везет гуманитарную, либо техническую помощь на крупную денежную сумму. Общая ревизия может быть назначена и внепланово. Например, по поручению Государственного таможенного комитета Российской Федерации (ГТК России) или на основании данных, полученных из других подразделений таможни или контролирующих структур, о том, что организация представила недостоверные сведения о ввезенном товаре. Иногда внеплановую ревизию называют оперативной. Это когда со стороны таможни нужны незамедлительные действия. Часто появление инспекторов в офисе является для организации неожиданностью. Как правило, ревизоры это делают намеренно, чтобы не дать проверяемым «подчистить» документы, вывезти товар или другим способом скрыть нарушения. Специальная ревизия. Если в ходе общей ревизии таможенники решат, что нужно осмотреть помещения фирмы, провести инвентаризацию, арестовать или изъять товар, то они назначат специальную ревизию. Но это не единственное основание. Таможенники вправе сразу провести специальную ревизию (минуя общую), если получат данные о том, что нарушен порядок уплаты таможенных платежей или запреты (ограничения), установленные таможенным законодательством. Такую информацию ревизоры добывают собственными силами или получают от других контролирующих структур (например, налоговой инспекции или милиции). Обратите внимание: специальную ревизию таможенники могут провести не только у импортеров, но и у тех, кто просто торгует ввезенными товарами (ст. 376 таможенного кодекса Российской Федерации). Государственная инспекция по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей (Госторгинспекция, или торговая инспекция) находится в подчинении Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации. В каждом регионе есть управление Госторгинспекции. Оно открывает свои подразделения на местах, которые называются территориальными отделениями. Их можно найти в любом городе. В крупных мегаполисах работает по несколько таких отделений. Проверки, проводимые местными отделениями Госторгинспекции, бывают: плановые и внеплановые; повторные; комплексные и целевые (тематические); совместные. Плановые проверки проводятся по планам, утвержденным руководителем регионального управления. В плане, как правило, указывается только тема проверки. Это могут быть вопросы применения кассовых аппаратов, наличие сертификата на товары, и т.д. Торговые инспекторы вправе провести и внеплановую проверку: 1) если на фирму или предпринимателя пожалуются потребители. При этом необходимо иметь в виду: по анонимным жалобам проверку проводить нельзя (п. 5 ст. 7 Федерального закона РФ от 08.08.01 № 134-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора)»; 2) если получат подтверждение сведения о нарушениях, допускаемых фирмой, например, о продаже некачественных товаров. Решение о внеплановой проверке принимает руководитель регионального управления или его заместитель. Обратите внимание: в решении должны быть указаны причины проверки. Если в ходе проверки ревизоры выявили нарушения и вынесли предписание их устранить, они могут прийти повторно и проверить, насколько полно и точно исполнено предписание. Такую проверку принято называть повторной или контрольной. Она относится к внеплановым мероприятиям. При комплексной проверке инспекторы проверяют все вопросы, входящие в компетенцию торговой инспекции, а при целевой – только часть, например, только качество продукции или только соблюдение правил торговли. Однако и в том, и в другом случае вопросы проверки должны быть определены в распоряжении о ее проведении. Этот документ проверяющие обязаны предъявлять перед началом проверки. Необходимо помнить: торговые инспекторы не могут проверять то, что не относится к вопросам проверки (ст. 8 ФЗ «О защите прав юридических лиц и предпринимателей…»). Если инспектор будет настаивать на своем, не препятствуйте ему. Лучше напишите о допущенных им нарушениях в акте проверки и протоколе об административном правонарушении, а затем оспорьте результаты проверки в суде. Иногда вместе с торговыми инспекторами в проверке участвуют сотрудники милиции, Госсанэпиднадзора, Госстандарта или налоговой инспекции. Такую проверку принято называть совместной. В этом случае все проверяющие должны быть вписаны в распоряжение Госторгинспекции или иметь отдельные распоряжения (по каждому ведомству). Виды проверок: **-** проверки по заявлениям граждан; **-** проверки личным сыском (когда сотрудник милиции лично заметил и устранил нарушение); **-** совместные (вместе с другими ведомствами) и комплексные (по всем вопросам деятельности коммерческой организации или предпринимателя) проверки; **-** оперативно-розыскные мероприятия (например, обследование помещений, проверочная закупка, прослушивание телефонных переговоров); **-** следственные действия (например, осмотр, обыск, выемка); **-** проверки данных о налоговом преступлении.

**Этапы государственной регистрации юридических лиц**

**и индивидуальных предпринимателей**

***Понятие и общие правила регистрации***

Государственная регистрация представляет собой акты органа исполнительной власти, осуществляемые посредством внесения в государственные реестры сведений о создании, реорганизации и ликвидации юридических лиц, приобретении или прекращении статуса индивидуального предпринимателя, а также иных сведений об указанных субъектах в соответствии с Федеральным законом от 08. 08.01 № 129-фз (ред. от 30.12.08) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Срок регистрации не может превышать 5 рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган. При этом датой представления документов при осуществлении государственной регистрации является день получения регистрирующим органом. Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения постоянно действующего исполнительного органа, либо – иного органа, имеющего право действовать от имени организации без доверенности. Это же действие в отношении индивидуального предпринимателя осуществляется по месту его жительства. Существует два способа предоставления документов на регистрацию: лично или по почте с объявленной ценностью и описью вложения. Заявление, представляемое в регистрирующий орган, удостоверяется подписью уполномоченного лица, подлинность которой должна быть засвидетельствована в нотариальном порядке. Перечень граждан, могущих выступать в качестве заявителей, предусмотрен. Решение о регистрации, является основанием для внесения соответствующей записи в государственной регистрации. Затем налоговая инспекция не позднее одного рабочего дня с момента государственной регистрации выдает (направляет) заявителю документ, подтверждающий данный факт. Далее, регистрирующий орган в срок не более чем 5 рабочих дней с момента государственной регистрации представляет сведения в государственные внебюджетные фонды для регистрации или снятия с регистрационного учета юридических лиц, индивидуальных предпринимателей в качестве страхователей. Параллельно эта информация предоставляется в органы, определенные Правительством Российской Федерации. Состав предоставляемых документов при регистрации юридического лица определяется ФЗ «О регистрации…». К ним. В частности относятся: а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации по установленной форме; б) решение о создании юридического лица в виде протокола, договора или иного документа в соответствии с законодательством России; в) учредительные документы юридического лица (подлинники или засвидетельствованные в нотариальном порядке копии); г) выписка из реестра иностранных юридических лиц соответствующей страны происхождения или иное равное по юридической силе доказательство юридического статуса иностранного юридического лица – учредителя; д) документ об уплате государственной пошлины.

***Особенности государственной регистрации индивидуальных предпринимателей***

При государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя в регистрирующий орган представляются: а) подписанное заявителем заявление о государственной регистрации по установленной форме; б) копия паспорта или иного основного документа, удостоверяющего личность; в) копия свидетельства о рождении гражданина; г) для несовершеннолетних: нотариально удостоверенное согласие законных представителей на осуществление предпринимательской деятельности, либо копия свидетельства о заключении брака, либо документ об эмансипации; д) документ об уплате государственной пошлины.

Верность копии документа должна быть засвидетельствована в нотариальном порядке, за исключением случая, если заявитель представляет ее в регистрирующий орган непосредственно и представляет одновременно для подтверждения верности такой копии соответствующий документ в подлиннике. Данный подлинник возвращается заявителю при выдаче регистрирующим органом расписки, предусмотренной ФЗ «О регистрации…»

Не допускается государственная регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, если: **-** не утратила силу его государственная регистрация в таком качестве;  **-** не истек год со дня принятия судом решения о признании его несостоятельным (банкротом) или принудительного прекращения его регистрации; **-** не истек срок, на который данное лицо по приговору суда лишено права заниматься предпринимательской деятельностью.

**Государственная и муниципальная поддержка предпринимательской деятельности в Тюменской области**

***Формы государственной поддержки: имущественная, финансовая, информационная, консультационная***

Основными принципами поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства являются: **-** заявительный порядок обращения субъектов малого и среднего предпринимательства за оказанием поддержки; **-** доступность инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства для всех субъектов малого и среднего предпринимательства; **-** равный доступ субъектов малого и среднего предпринимательства, соответствующих критериям, предусмотренным федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, к участию в соответствующих программах;

**-** открытость процедур оказания поддержки. Инфраструктурой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства является система коммерческих и некоммерческих организаций, которые создаются, осуществляют свою деятельность или привлекаются в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд при реализации федеральных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региолнальных программ развития субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечивающих условия для создания субъектов малого и среднего предпринимательства, и оказания им поддержки. Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя также центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, фонды содействия кредитованию (гарантийные фонды, фонды поручительств), акционерные инвестиционные фонды и закрытые паевые инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого и среднего предпринимательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, палаты и центры ремесел, центры поддержки, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, агентства по поддержке экспорта товаров, лизинговые компании, консультационные центры и иные организации. Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, включает: **-** финансовую поддержку (путем предоставления субсидий, бюджетных инвестиций, государственных и муниципальных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства);

**-** имущественную поддержку (в виде передачи во владение и (или) в пользование государственного или муниципального имущества, в том числе земельных участков, зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, оборудования, машин, механизмов, установок, транспортных средств, инвентаря, инструментов, на возмездной/безвозмездной основе или на льготных условиях с обязательством использования по целевому назначению); **-** информационную поддержку (создание федеральных, региональных и муниципальных информационных систем и информационно-телекоммуникационных сетей и обеспечение их функционирования в целях поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства); **-** консультационную поддержку (создание организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов МСП и оказывающих консультационные услуги субъектам МСП; компенсация затрат, произведенных и документально подтвержденных субъектами МСП, на оплату консультационных услуг); **-** поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников (разработка примерных образовательных программ подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для субъектов МСП, создание условий для повышения профессиональных знаний специалистов и подготовки их к выполнению новых трудовых функций в области малого и среднего предпринимательства); **-** поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества (создание технопарков, центров коммерциализации технологий, технико-внедренческих и научно-производственных зон, и обеспечение деятельности таких организаций; содействие патентованию изобретений, полезных моделей, промышленных образцов и селекционных достижений, а также государственной регистрации иных результатов интеллектуальной деятельности, созданных субъектами МСП; создание условий для привлечения субъектов МСП к заключению договоров субподряда в области инноваций и промышленного производства; создание акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов);

**-** поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность (сотрудничество с международными организациями и иностранными государствами в области развития МСП, содействие в продвижении на рынки иностранных государств российских товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности, а также создание благоприятных условий для российских участников ВЭД); **-** поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность (в соответствии с принятыми государственными программами). Условия и порядок оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, устанавливается федеральными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства, региональными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства и муниципальными программами развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

***Полномочия органов государственной власти и местного самоуправления по поддержке малого бизнеса***

***Меры поддержки малого бизнеса в условиях, сформировавшихся под влиянием глобального мирового кризиса***

Российская экономика, по мере встраивания в международные экономические отношения, становится все более зависимой от колебаний на мировых рынках, рынках капитала и валютных рынках. В наибольшей степени это проявляется, безусловно, на рынке углеводородов, доходы от экспорта которых формируют существенную долю федерального бюджета. Однако наибольшую потенциальную угрозу представляет собой увеличение зависимости экономики России от динамики на фондовых площадках и на рынке кредитных ресурсов. Так, финансовые проблемы одной страны могут привести к негативному влиянию, о чем красноречиво свидетельствует финансовый кризис, разразившийся во второй половине 2008 г. Причины этого кризиса связывают с диспропорциями развития рынка ипотечного кредитования США, которые на фоне снижения темпов экономического роста вылились в многомиллиардные убытки банков, приведшие к банкротству части из них.

По данным мониторинга, проведенного ¾ компаний малого и среднего бизнеса в том или ином виде ощутили влияние мирового экономического кризиса на своем бизнесе уже в ноябре 2008 г. Основная проблема – растущий дефицит финансовых ресурсов. Банки фактически свернули программы кредитования малого и среднего бизнеса. Недостаток оборотных средств породил задержки во взаиморасчетах контрагентов, что усугубило проблему. Очевидно, что глобальные проблемы существенно влияют на российскую экономику, вследствие чего возникает потребность в мерах поддержки малого бизнеса. Поддержка малого и среднего бизнеса включена в Перечень первоочередных мер, предпринимаемых Правительством РФ по борьбе с последствиями мирового финансового кризиса. Основная цель поддержки малого бизнеса – использовать его потенциал для создания новых рабочих мест. Правительством намечены и реализуются следующие меры поддержки в условиях финансового кризиса. **-** Кредитная программа Внешэкономбанка по малому и среднему бизнесу увеличена до 30 млрд. рублей. **-** 10,5 млрд. руб. выделяется из федерального бюджета на поддержку создания новых эффективных малых предприятий (кредитование, субсидирование процентных ставок, государственные гарантии, развитие инфраструктуры малого бизнеса – технопарков и бизнес-инкубаторов, - гранты и обучающие программы). **-** Принят закон, предоставляющий малому бизнесу преференции при выкупе арендуемого государственного и муниципального имущества. **-** Решен вопрос о снижении платы за присоединение к электрическим сетям объектов малой мощности (5,5 МРОТ за объекты мощностью до 15 кВТ). **-** Регионам и муниципалитетам предложено привлечь малый и средний бизнес к выполнению государственного и муниципального заказа, а также снять административные барьеры для предпринимательской активности, включая ограничения по доступу на локальные рынки. **-** Приняты меры по снижению налоговой нагрузки на малый и средний бизнес. Малый бизнес будет поддерживаться и в дальнейшем. При этом объем поддержки будет значительно возрастать. Приоритет в сфере малого бизнеса будет отдан инновационным проектам.

***Особенности ведения бухгалтерского финансового и налогового учета***

Для субъектов малого бизнеса существует ряд льгот в области бухгалтерского учета, часть из них предусмотрены российскими стандартами по бухгалтерскому учету. Для использования этих льгот наличие статуса малого предприятия обязательно. Наиболее существенным является возможность неприменения малыми предприятиями Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организации» (ПБУ 18/02). Кроме этого малые предприятия могут не применять следующие стандарты бухгалтерского учета: **-** ПБУ 8/01 – «Условные факты хозяйственной деятельности» (за исключением субъектов малого предпринимательства – эмитентов публично размещаемых ценных бумаг);  **-** ПБУ 11/2008 – «Информация о связанных сторонах» **-** ПБУ 12/2000 – «Информация по сегментам».

Если субъект малого предпринимательства принимает решение о неприменении соответствующих стандартов бухгалтерского учета, то это в обязательном порядке должно быть закреплено в учетной политике. Приказом Минфина РФ от 21.12.98 г. № 64н утверждены типовые рекомендации по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства, являющихся юридическими лицами по законодательству Российской Федерации, независимо от предмета и целей деятельности, организационно-правовых форм и форм собственности (за исключением кредитных организаций). Малое предприятие ведет бухгалтерский финансовый учет в соответствии с едиными методологическими основами и правилами, установленными Федеральным законом «О бухгалтерском учете», положением о бухгалтерском учете и отчетности в Российской Федерации, положениями (стандартами) по бухгалтерскому учету, Планом счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций. Налоговый учет на малых предприятиях ведется в соответствии с главами 25 и 26.2 Налогового кодекса РФ. В соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете», ответственность за организацию бухгалтерского учета на малых предприятиях, соблюдение законодательства при выполнении хозяйственных операций несут руководители малых предприятиях. Руководитель малого предприятия может в зависимости от объема учетной работы: а) создать бухгалтерскую службу как структурное подразделение, возглавляемое главным бухгалтером; б) ввести в штат должность бухгалтера; в) передать на договорных началах ведение бухгалтерского учета специализированной организации (централизованной бухгалтерии) или бухгалтеру-специалисту; г) вести бухгалтерский учет лично. Принятая малым предприятием учетная политика утверждается приказом или распоряжением лица, ответственного за организацию и состояние бухучета. При этом утверждаются: **-** рабочий План счетов бухгалтерского учета, содержащий синтетические и аналитические счета, необходимые для ведения бухгалтерского учета в соответствии с требованиями своевременности и полноты учета и отчетности; **-** формы первичных учетных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, по которым не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности; **-** порядок проведения инвентаризации и методы оценки видов имущества и обязательств; **-** правила документооборота и технология обработки учетной информации; **-** порядок контроля за хозяйственными операциями, а также другие решения, необходимые для организации бухгалтерского учета. Начальным этапом бухгалтерского учета является сплошное документирование всех хозяйственных операций путем составления определенных носителей первичной учетной информации. Малые предприятия могут применять для документирования хозяйственных операций формы, содержащиеся в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации, ведомственные формы, а также самостоятельно разработанные формы, содержащие соответствующие обязательные реквизиты, предусмотренные Федеральным законом «О бухгалтерском учете» и обеспечивающие достоверность отражения в бухгалтерском учете совершенных хозяйственных операций. К обязательным реквизитам первичных учетных документов относятся: наименование документа, дата составления, наименование организации, от имени которой составлен документ, содержание хозяйственной операции, измерители хозяйственной операции в натуральном и стоимостном выражении, наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления, личные подписи указанных лиц. Первичные документы, по которым данные принимаются к бухгалтерскому учету, проверяются по форме (полнота и правильность их оформления) и по содержанию (законность документированных операций, логическая увязка отдельных показателей).

Для обобщения, классификации и накопления информации, содержащейся в принятых к бухгалтерскому учету первичных учетных документах, и отражения ее на счетах бухучета и в бухгалтерской отчетности предназначены регистры бухгалтерского учета. Малому предприятию рекомендуется вести бухгалтерский учет с применением следующих систем регистров бухучета: **-** единой журнально-ордерной формы счетоводства для предприятий, утвержденной письмом Минфина СССР от 8 марта 1960 г. № 63; **-** журнально-ордерной формы счетоводства для небольших предприятий и хозяйственных организаций (утв. Письмом Минфина СССР от 06.06.60 г. № 176) **-** При применении указанных писем необходимо учитывать письмо Минфина России от 24.07.92 г. № 59 «О рекомендациях по применению учетных регистров бухгалтерского учета на предприятиях», а также соответствующие отраслевые указания, разработанные министерствами и ведомствами для предприятий соответствующих отраслей (строительство, торговля, снабжение и др.); **-** упрощенной формы бухгалтерского учета. Упрощенная форма бухучета малым предприятием может вестись по: **-** простой форме бухгалтерского учета (без использования регистров бухгалтерского учета имущества малого предприятия); **-** форме бухгалтерского учета с использованием регистров бухучета имущества малого предприятия. Простая форма бухгалтерского учета. Малые предприятия, совершающие незначительное количество хозяйственных операций (как правило, не более 30 в месяц), не осуществляющие производства продукции и работ, связанного с большими затратами материальных ресурсов, могут вести учет всех операций путем их регистрации только в Книге (журнале) учета фактов хозяйственной деятельности по форме № К-1 . Наряду с книгой для учета расчетов по оплате труда с работниками, по налогу на доходы физических лиц с бюджетом, малое предприятие должно вести также ведомость учета заработной платы по форме № В-8. Книга (форма № К-1) является регистром аналитического и синтетического учета, на основании которого можно определить наличие имущества и денежных средств, а также их источников у малого предприятия на определенную дату и составить бухгалтерскую отчетность.

Книга является комбинированным регистром бухгалтерского учета, который содержит все применяемые малым предприятием бухгалтерские счета и позволяет вести учет хозяйственных операций на каждом из них. При этом она должна быть достаточно детальной для обоснования содержания соответствующих статей бухгалтерского баланса. Малое предприятие может вести Книгу в виде ведомости, открывая ее на месяц (при необходимости используя вкладные листы для учета операций по счетам), или в форме Книги, в которой учет операций ведется весь отчетный год. В этом случае Книга должна быть прошнурована и пронумерована. На последней странице записывается число содержащихся в ней страниц, которое заверяется подписями руководителя малого предприятия и лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета на малом предприятии, а также оттиском печати малого предприятия. Форма бухгалтерского учета с использованием регистров бухгалтерского учета имущества малого предприятия. Малое предприятие, осуществляющее производство продукции (работ, услуг) может применять для учета финансово-хозяйственных операций следующие регистры бухгалтерского учета: **-** Ведомость учета основных средств, начисленных амортизационных отчислений – форма № В-1; **-** Ведомость учета производственных запасов и товаров, а также НДС, уплаченного по ценностям – форма № В-2; **-** Ведомость учета затрат на производство – форма № В-3; **-** Ведомость учета денежных средств и фондов – форма № В-4; **-** Ведомость учета расчетов и прочих операций – форма № В-5; **-** Ведомость учета реализации – форма № В-6 (оплата); **-** Ведомость учета расчетов и прочих операций – форма № В-6 (отгрузка); **-** Ведомость учета расчетов с поставщиками – форма № В-7; **-** Ведомость учета оплаты труда – форма № В-8; **-** Ведомость (шахматная) – форма № В-9. Каждая ведомость, как правило, применяется для учета операций по одному из используемых бухгалтерских счетов. Сумма по любой операции записывается одновременно в двух ведомостях: в одной – по дебету счета с указанием номера кредитуемого счета (в графе «Корреспондирующий счет»), в другой – по кредиту корреспондирующего счета и аналогичной записью номера дебетуемого счета. В обеих ведомостях в графах «Содержание операции» (или характеризующих операцию) делается запись на основании форм первичной учетной документации о сути совершенной операции, либо пояснения, шифры и др. Остатки средств в отдельных ведомостях должны сверяться с соответствующими данными первичных документов, на основании которых были произведены записи (кассовые отчеты, выписки банков и др.). Обобщение месячных итогов финансово-хозяйственной деятельности малого предприятия, отраженных в ведомостях, производится в ведомости (шахматной) по форме № В-9, на основании которой составляется оборотная ведомость, которая является основанием для составления бухгалтерского баланса малого предприятия. Малое предприятие самостоятельно выбирает форму бухгалтерского учета из утвержденных соответствующими органами, исходя из потребностей и масштаба своего производства и управления, численности работников. Так, малым предприятиям, занятым в материальной сфере производства, рекомендуется использовать регистры, предусмотренные в журнально-ордерной форме счетоводства. Малые предприятия, занятые торговлей и иной посреднической деятельностью, могут использовать регистры из упрощенной формы бухгалтерского учета, при необходимости применяя отдельные регистры для учета определенных ценностей, преобладающих в их деятельности (товарно-материальных запасов, финансовых активов и т.п.), из единой журнально-ордерной формы счетоводства. При этом малое предприятие может самостоятельно приспосабливать применяемые регистры бухучета к специфике своей работы при соблюдении: **-** единой методологической основы бухгалтерского учета, предполагающей ведение бухгалтерского учета на основе принципов начисления и двойной записи; **-** взаимосвязи данных аналитического и синтетического учета; **-** сплошного отражения всех хозяйственных операций в регистрах бухгалтерского учета на основании первичных учетных документов;

**-** накапливания и систематизации данных первичных документов в разрезе показателей, необходимых для управления и контроля за хозяйственной деятельностью малого предприятия. А также для составления бухгалтерской отчетности.

***Перечень, содержание и порядок формирования бухгалтерской финансовой и налоговой отчетности***

Малое предприятие составляет и представляет бухгалтерскую отчетность в порядке. Предусмотренном Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ и Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99). Бухгалтерская отчетность организаций состоит из: а) бухгалтерского баланса; б) отчета о прибылях и убытках; в) приложений к ним, в частности отчета о движении денежных средств, приложения к бухгалтерскому балансу и иных отчетов, предусмотренных нормативными актами системы нормативного регулирования бухучета; г) пояснительной записки; д) аудиторского заключения, подтверждающего достоверность бухгалтерской отчетности организации, если она подлежит обязательному аудиту. В соответствии с Положением по поведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, Отчет о движении денежных средств разрешается не представлять субъектам малого предпринимательства и некоммерческим организациям. Кроме того, субъекты малого предпринимательства имеют право не представлять приложение к бухгалтерскому балансу, иные приложения и пояснительную записку.

Согласно приказу Минфина России от 22.07.03 г. № 67н, субъекты малого предпринимательства, необязанные проводить аудиторскую проверку достоверности бухгалтерской отчетности в соответствии с законодательством РФ, могут принять решение о предоставлении бухгалтерской отчетности в объеме показателей по группам статей Бухгалтерского баланса и статьям Отчета о прибылях и убытках без дополнительных расшифровок в указанных формах и имеют право не представлять в составе бухгалтерской отчетности форму № 3 «Отчет об изменениях капитала», форму № 4 «Отчет о движении денежных средств», форму № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу», пояснительную записку. Субъекты малого бизнеса, обязанные проводить аудиторскую проверку достоверности бухгалтерской отчетности в соответствии с законодательством РФ, имеют право не предоставлять в составе бухгалтерской отчетности форму № 3 «Отчет об изменениях капитала», форму № 4 «Отчет о движении денежных средств», форму № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу» при отсутствии соответствующих данных. Бухгалтерская отчетность представляется в налоговый орган по месту нахождения малого предприятия в сроки, предусмотренные Федеральным законом «О бухгалтерском учете» (квартальная бухгалтерская отчетность – в течение 30 дней по окончании квартала, а годовая – в течение 90 дней по окончании года). В формах бухгалтерской отчетности приводятся данные по предусмотренным в них показателям. В случае не заполнения той или иной статьи (строки, графы) типовой формы бухгалтерской отчетности ввиду отсутствия у организации соответствующих активов, пассивов, операций эта статья (строка, графа) прочеркивается. Если при составлении малым предприятием типовых форм бухгалтерской отчетности выявляется недостаточность данных для формирования полного представления о финансовом положении данного предприятия, а также финансовых результатах его деятельности, то в бухгалтерскую отчетность включаются соответствующие дополнительные показатели.

При этом малое предприятие имеет право представлять формы бухгалтерской отчетности на бланках, изготовленных самостоятельно. В этом случае малое предприятие должно соблюдать требования, предусмотренные Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99). В представляемых формах бухгалтерской отчетности могут не приводиться статьи ввиду отсутствия у малого предприятия соответствующих активов, пассивов, хозяйственных операций, для раскрытия информации могут включаться дополнительные показатели. При этом должны быть сохранены коды строк по показателям, предусмотренным в типовых формах и сохраняемым малым предприятием при заполнении, а также итоговые показатели и коды строк разделов и групп статей бухгалтерского баланса. При составлении бухгалтерской финансовой и налоговой отчетности следует руководствоваться Инструкцией о порядке заполнения форм бухгалтерской отчетности, инструкциями по заполнению соответствующих налоговых деклараций и другими указаниями, утверждаемыми Министерством финансов Российской Федерации.

***Налоговая политика государства в отношении субъектов малого и среднего бизнеса***

Низкий уровень развития малого и среднего бизнеса в России по сравнению с ведущими зарубежными странами, а также ослабление государственной поддержки развития сельского хозяйства в переходный период формирования рыночных отношений предопределили необходимость разработки при проведении налоговой реформы особых мер по поддержке указанных секторов экономики. Отмена в связи с введением части второй Налогового кодекса РФ большинства налоговых льгот для субъектов малого предпринимательства и сельскохозяйственных товаропроизводителей, предоставлявшихся по основным налогам в рамках общего режима налогообложения, была компенсирована введением специальных налоговых режимов, которые в значительной степени способствовали стабилизации их экономического положения и снижению социальной напряженности в обществе.

Закрепление налогов, уплачиваемых при применении специальных налоговых режимов, за бюджетами субъектов Российской Федерации и местными бюджетами, а также предоставление права органам местного самоуправления самим вводить или отменять ряд из них на своих территориях, позволило стабилизировать доходную базу их бюджетов.

***Системы налогообложения, применяемые субъектами малого и среднего бизнеса***

Считается, что одним из главных факторов, негативно влияющим на деятельность малого предпринимательства, является налогообложение. Наряду с общей (традиционной) системой (режимом) налогообложения в Российской Федерации существует ряд специальных налоговых режимов, которые могут применяться субъектами малого и среднего бизнеса, а именно: **-** система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог) (ЕСХН); **-** упрощенная система налогообложения (УСН); **-** система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (ЕНВД).

Каждая из названных систем налогообложения предназначена для определенного круга налогоплательщиков и преследует свои цели. Налоговая нагрузка при применении этих систем различна. Рассматривая ту или иную систему налогообложения, надо учитывать тот факт, что целью применения любой из систем налогообложения является удовлетворение интересов, как предпринимателей . так и государства. Так, для государства выгодна та система налогообложения, при которой уменьшается риск сокрытия доходов, и увеличиваются поступления в бюджет. Для малого предпринимательства при выборе системы налогообложения главным фактором является наименьшая тяжесть налогового бремени.

***Понятие и характеристика общего режима налогообложения***

Общий режим (традиционная система) налогообложения предусматривает уплату совокупности установленных законодательством Российской Федерации налогов и сборов. Эта система названа традиционной (или общим режимом) потому, что она подразумевает такой же порядок налогообложения для субъектов малого предпринимательства, как и для всех предприятий-налогоплательщиков.

В соответствии с Налоговым кодексом РФ в настоящее время установлены 14 федеральных, региональных и местных налогов и сборов.

Согласно ст. 13 НК РФ к федеральным налогам и сборам относятся: **-** налог на добавленную стоимость (глава 21 НК РФ); **-** акцизы (глава 22 НК РФ); **-** налог на доходы физических лиц (глава 23 НК РФ); **-** единый социальный налог (глава 24 НК РФ); **-** налог на прибыль организаций (глава 25 НК РФ); **-** сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов (глава 25.1 НК РФ); **-** водный налог (глава 25.2 НК РФ); **-** государственная пошлина (глава 25.3 НК РФ); **-** налог на добычу полезных ископаемых (глава 26 НК РФ). **-** Согласно ст. 14 НК РФ к региональным налогам относятся: **-** транспортный налог (глава 28 НК РФ); **-** налог на игорный бизнес (глава 29НК РФ); **-** налог на имущество организаций (глава 30 НК РФ). Согласно ст. 15 НК РФ к местным налогам относятся: **-** земельный налог (глава 31 НК РФ); **-** налог на имущество физических лиц (Закон РФ от 09.12.91 г. № 2003-I «О налогах на имущество физических лиц»). Кроме этого субъекты малого предпринимательства, имеющие работников, уплачивают: **-** страховые взносы на обязательное пенсионное страхование (Федеральный закон от 15.12.01 г. № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»); **-** страховые взносы от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваниях (Федеральный закон от 24.07.98 г. № 125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний»). Субъекты малого предпринимательства при применении общего режима налогообложения уплачивают вышеперечисленные налоги и сборы в зависимости от наличия у них экономических оснований по их уплате.

***Специальные налоговые режимы***

***Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог)***

Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН) регулируется главой 26.1. НК РФ и применяется малыми предприятиями наряду с другими системами налогообложения на добровольной основе. Малые предприятия, являющиеся налогоплательщиками ЕСХН, освобождаются от обязанности по уплате: **-** налога на прибыль организаций (по ставке 20%); **-** налога на имущество организаций; **-** единого социального налога (страховые взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются в обычном порядке); **-** НДС (за исключением ввозного). **-** ПБОЮЛ, являющиеся налогоплательщиками ЕСХН, освобождаются от обязанности по уплате: **-** НДФЛ (по ставке13%); **-** налога на имущество физических лиц; **-** единого социального налога (страховые взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются в обычном порядке); **-** НДС (за исключением ввозного).

Иные налоги и сборы уплачиваются субъектами малого предпринимательства, перешедшими на уплату ЕСХН, в общеустановленном порядке. Налогоплательщиками ЕСХН являются организации и ПБОЮЛ, являющиеся сельскохозяйственными товаропроизводителями и перешедшие на уплату ЕСХН. Причем сельскохозяйственными производителями признаются организации и ПБОЮЛ, производящие сельскохозяйственную продукцию, осуществляющие ее первичную и последующую переработку и реализующие эту продукцию, при условии, если в общем доходе от реализации товаров (работ, услуг) составляет не менее 70%. Не вправе переходить на уплату единого сельскохозяйственного налога: **-** организации и ПБОЮЛ, занимающиеся производством подакцизных товаров; **-** организации и ПБОЮЛ, осуществляющие предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса и др. Сельскохозяйственные товаропроизводители, изъявившие желание перейти на уплату ЕСХН, подают заявление в период с 20 октября по 20 декабря года, предшествующего году, начиная с которого сельскохозяйственные товаропроизводители переходят на уплату ЕСХН, в налоговый орган по своему местонахождению (месту жительства). Субъекты малого предпринимательства, уплачивающие ЕСХН, вправе перейти на иной режим налогообложения с начала календарного года, уведомив об этом налоговый орган по местонахождению организации (месту жительства ПБОЮЛ) не позднее 15 января года, в котором они предполагают перейти на иной режим налогообложения. Объектом налогообложения по ЕСХН признаются доходы, уменьшенные на величину расходов, а налоговой базой – денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов. Налоговым периодом является календарный год, а отчетным – полугодие. Налоговая ставка по ЕСХН устанавливается в размере 6%. ЕСХН исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы. Малые предприятия по итогам отчетного периода исчисляют сумму авансового платежа по единому сельскохозяйственному налогу, исходя из налоговой ставки и фактически полученных доходов, уменьшенных на величину расходов, рассчитанных нарастающим итогом с начала налогового периода до окончания полугодия.

Авансовые платежи по единому сельскохозяйственному налогу уплачиваются не позднее 25 календарных дней со дня окончания отчетного периода. Уплаченные авансовые платежи по единому сельхозналогу засчитываются в счет уплаты единого сельскохозяйственного налога по итогам налогового периода, уплачивается налогоплательщиками не позднее 31 марта. Субъекты малого предпринимательства – плательщики ЕСХН по истечении налогового периода представляют в налоговые органы налоговые декларации: 1) организации – по месту своего нахождения; 2) индивидуальные предприниматели – по месту своего жительства. Налогоплательщики представляют налоговую декларацию по итогам налогового периода не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом. Форма налоговой декларации и порядок ее заполнения утверждаются Министерством финансов Российской Федерации.

***Упрощенная система налогообложения***

С целью ускорения развития предпринимательства и максимального упрощения взаимоотношений бизнеса с бюджетами всех уровней Федеральным законом № 222-ФЗ от 29.12.95 была введена упрощенная система налогообложения, учета и отчетности. Порядок применения упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности. Порядок применения упрощенной системы налогообложения (УСН) в настоящее время регламентируется главой 26.2 НК РФ. УСН применяется малыми предприятиями наряду с другими системами налогообложения на добровольной основе. Малые предприятия, перешедшие на УСН, освобождаются от обязанности по уплате: **-** налога на прибыль организаций (по ставке 20%); **-** налога на имущество организаций; **-** единого социального налога (страховые взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются в обычном порядке); **-** НДС (за исключением ввозного); **-** ПБОЮЛ, перешедшие на УСН, освобождаются от обязанности по уплате: **-** НДФЛ (по ставке 13%); **-** налога на имущество физических лиц; **-** единого социального налога (страховые взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются в обычном порядке); **-** НДС (за исключением ввозного). Иные налоги и сборы уплачиваются субъектами малого предпринимательства, перешедшими на УСН, в общеустановленном порядке. Налогоплательщиками единого налога, уплачиваемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения, признаются организации и ПБОЮЛ, перешедшие УСН. Порядок получения права применения упрощенной системы налогообложения уведомительный: субъекты малого бизнеса, изъявившие желание перейти на УСН, подают заявление в налоговый орган по месту жительства в период с 1 октября по 30 ноября года, предшествующего году, начиная с которого они переходят на УСН. Право применять УСН имеют налогоплательщики, чей доход от реализации по итогам 9 месяцев года, в котором подается заявление о переходе на эту систему, не превысил 15 млн. рублей (без НДС) с учетом коэффициента-дефлятора (Приказом Минэкономразвития РФ от 12 ноября 2008 г. № 395 установлен коэффициент-дефлятор на 2009 г. в размере 1,538). Срок применения УСН – один год (без права отказа). Условием потери права применения УСН является получение дохода более 15 млн. руб. Существует еще ряд ограничений применения УСН. Так, не вправе применять упрощенную систему налогообложения: **-** организации, имеющие филиалы и (или) представительства; **-** страховщики; **-** профессиональные участники рынка ценных бумаг; **-** ломбарды; **-** организации и ПБОЮЛ,занимающиеся производством подакцизных товаров, а также добычей и реализацией полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых; **-** организации и ПБОЮЛ,занимающиесяигорным бизнесом; **-** нотариусы, занимающиеся частной практикой, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты, а также иные формы адвокатских образований; **-** организации, являющиеся участниками соглашений о разделе продукции; **-** организации и ПБОЮЛ, перешедшие на ЕСХН; **-** организации и ПОЮБЛ, средняя численность работников которых за налоговый (отчетный) период превышает 100 человек; **-** организации, у которых остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов превышает 100 млн. рублей и др.

Объектами налогообложения могут быть доходы налогоплательщика либо доходы, уменьшенные на величину расходов. Налогоплательщиками предоставляется право выбора объекта налогообложения самостоятельно, однако у них нет права менять объект налогообложения в течении налогового периода. Налоговой базой, соответственно, признается либо денежное выражение доходов, уменьшенных на величину расходов. Налоговым периодом по УСН признается календарный год, отчетными периодами – первый квартал, полугодие и девять месяцев календарного года. Ставка единого налога устанавливается в следующих размерах: **-** с дохода – 6%; **-** с дохода, уменьшенного на величину расходов – 15%, но не меньше 1% дохода. Налогоплательщикам, выбравшим в качестве объекта налогообложения доходы, предоставляется право уменьшать сумму единого налога (но не более чем на 50%) на сумму страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, а также на сумму выплаченных работникам пособий по временной нетрудоспособности. Данный вариант выбора объекта налогообложения имеет ряд таких преимуществ, как простота расчета, отсутствие необходимости учета расходов. Единый налог, уплачиваемый в связи с применением УСН, исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы. Авансовые платежи по УСН уплачиваются не позднее 25-го числа первого месяца, следующего за истекшим отчетным периодом. Налог, подлежащий уплате по истечении налогового периода, уплачивается не позднее срока, установленного для подачи налоговой декларации. Малое предприятие не позднее 31 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом представляют налоговую декларацию в налоговые органы по месту своего нахождения, ПБОЮЛ представляют декларацию не позднее 30 апреля в налоговый орган по месту своего жительства. Форма налоговой декларации и порядок ее заполнения утверждаются Министерством финансов РФ. Одной из альтернатив применения УСН для ПБОЮЛ является УСН на основе патента. Индивидуальные предприниматели вправе перейти на УСН на основе патента, если они имеют не более 5 работников и осуществляют следующие виды предпринимательской деятельности (всего 69): **-** ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий из текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий; **-** ремонт, окраска и пошив обуви; **-** производство и реставрация ковров и ковровых изделий; **-** чеканка и гравировка ювелирных изделий; **-** стрижка домашних животных; **-** чистка обуви; **-** услуги по уборке жилых помещений; **-** ветеринарные услуги; **-** услуги общественного питания и др. Если по итогам налогового периода доходы ПБОЮЛ превысили размер доходов, то он считается утратившим право на применение УСН на основе патента и перешедшим на общий режим налогообложения с начала налогового периода, на который ему был выдан патент. Решение о возможности применения индивидуальными предпринимателями УСН на основе патента на территориях субъектов РФ принимается законами соответствующих субъектов РФ. На территории Тюменской области право применять ПБОЮЛ УСН на основе патента не реализовано. Документом, удостоверяющим право применения ПБОЮЛ УСН на основе патента, является выдаваемый ПБОЮЛ налоговым органом патент на осуществление одного из 69 видов предпринимательской деятельности. Форма патента утверждается федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным по контролю и надзору в области налогов и сборов. Патент выдается по выбору налогоплательщика на период от одного до 12 месяцев. Налоговым периодом считается срок, на который выдан патент. Заявление на получение патента подается ПБОЮЛ в налоговый орган по месту постановки ПБОЮЛ на учет в налоговом органе не позднее, чем за один месяц до начала применения ПБОЮЛ УСН на основе патента. Патент действует только на территории того субъекта РФ, на территории которого он выдан. ПБОЮЛ, перешедшие на УСН на основе патента, производят оплату одной трети стоимости патента в срок не позднее 25 календарных дней после начала осуществления предпринимательской деятельности на основе патента. Оплата оставшейся части стоимости патента производится налогоплательщиком не позднее 25 календарных дней со дня окончания периода, на который был получен патент. При этом при оплате оставшейся части стоимости патента она подлежит уменьшению на сумму страховых взносов на обязательное пенсионное страхование. Налоговая декларация налогоплательщиками УСН на основе патента в налоговые органы не предоставляется.

***Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности***

Федеральным законом от 24.07.02 г. № 104-ФЗ с 01.01.2003 г. часть вторая Налогового кодекса РФ была дополнена главой 26.3 «Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности» (ЕНВД). На территории г. Тюмени ЕНВД введен Решением Тюменской городской думы от 25.11.05 г. № 260 «О системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности на территории города Тюмени». За период с 2003 по 2008 гг. список видов деятельности, подпадавших под действие системы налогообложения в виде ЕНВД, неоднократно дополнялся, менялись корректирующие коэффициенты. В настоящее время уплата ЕНВД является обязательной для субъектов малого предпринимательства, осуществляющих следующие виды деятельности: **-** оказание бытовых услуг; **-** оказание ветеринарных услуг; **-** оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств; **-** оказание услуг по хранению автотранспортных средств на платных стоянках; **-** оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов (если используется не более 20 транспортных средств); **-** розничная торговля (разносная, развозная, стационарная, нестационарная, осуществляемая через магазины и павильоны и др. с площадью торгового зала не более 150 кв. м) **-** оказание услуг общественного питания, при использовании зала площадью не более 150 кв. м (или не имеющие зала обслуживания посетителей); **-** распространение и (или) размещение наружной рекламы; **-** услуги по временному размещению и проживанию (гостиницы не более 500 кв. м); **-** аренда торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, не имеющих зала обслуживания посетителей;

**-** оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование земельных участков для размещения объектов стационарной и нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания. В случае если субъекты малого бизнеса осуществляют виды деятельности, как подпадающие так и не подпадающие под уплату ЕНВД, они могут выбрать, какую систему налогообложения им применять: традиционную или упрощенную. Возможность применения УСН параллельно с уплатой ЕНВД введена с 01.01.04 г. До этого момента плательщики единого налога не вмененный доход по иным осуществляемым ими видам деятельности автоматически подпадали под применение традиционной системы налогообложения. Малые предприятия, применяющие систему налогообложения в виде ЕНВД, освобождаются от обязанности по уплате: **-** налога на прибыль организаций (по ставке 20%); **-** налога на имущество организаций; **-** единого социального налога (страховые взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются в обычном порядке); **-** НДС (за исключением ввозного). ПБОЮЛ, уплачивающие ЕНВД, освобождаются от обязанности по уплате: **-** НДФЛ (по ставке 13%); **-** налога на имущество физических лиц; **-** единого социального налога (страховые взносы на обязательное пенсионное страхование уплачиваются в обычном порядке); **-** НДС (за исключением ввозного). Иные налоги и сборы уплачиваются субъектами малого предпринимательства, применяющими ЕНВД, в общеустановленном порядке. Плательщиками ЕНВД являются организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие на территории муниципального района, городского округа, городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, в которых введен единый налог, предпринимательскую деятельность, облагаемую ЕНВД. Объектом налогообложения при применении ЕНВД является вмененный доход – потенциально возможный доход налогоплательщика, рассчитываемый с учетом совокупности факторов, непосредственно влияющих на получение дохода.

Базовой доходностью является условная месячная доходность в стоимостном выражении на единицу физического показателя. Базовая доходность при применении ЕНВД корректируется на коэффициенты К1 и К2: К1 – коэффициент – дефлятор (с 01.01.2009 г. установлен в размере 1,148); К2 – учитывает особенности ведения предпринимательской деятельности, регулируется Решением Тюменской городской Думы от 25.11.05 г. № 260 «О системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности на территории города Тюмени». На территории г. Тюмени установлены 6 коэффициентов: 1. Коэффициент, учитывающий виды бытовых услуг (К2-1); 2. Коэффициент, учитывающий особенности предпринимательской деятельности в сфере услуг общественного питания (К2-2); 3. Коэффициент, учитывающий особенности распространения или размещения рекламы (К2-3); 4. Коэффициент, учитывающий социальную категорию налогоплательщиков (К2-4); 5. Коэффициент, учитывающий количество посадочных мест (К2-5); 6. Коэффициент, учитывающий особенности передачи во временное владение и (или) в пользование объектов нестационарной торговой сети (прилавков) (К2-6). Налоговой базой по ЕНВД является величина вмененного дохода, рассчитываемая как произведение базовой доходности по определенному виду предпринимательской деятельности, исчисленной за налоговый период, и величины физического показателя, характеризующего данный вид деятельности. Ставка налога установлена в размере 15% величины вмененного дохода. Субъекты малого предпринимательства, являющиеся плательщиками ЕНВД, уплачивают страховые взносы на обязательное социальное страхование, а также страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве (для работодателей) в общеустановленном порядке.

Сумма единого налога, исчисленная за налоговый период, уменьшается налогоплательщиками (но не более чем на 50%) на сумму выплаченных работникам пособий по временной нетрудоспособности, сумму страховых взносов на обязательное пенсионное страхование, уплаченных за этот же период времени при выплате налогоплательщиками вознаграждений своим работникам, занятым в тех сферах деятельности, по которым уплачивается единый налог, а также на сумму страховых взносов в виде фиксированных платежей, уплаченных ПБОЮЛ. При одновременном применении традиционной (упрощенной) системы налогообложения и системы налогообложения в виде ЕНВД налогоплательщики обязаны вести раздельный учет имущества, обязательств и хозяйственных операций в отношении предпринимательской деятельности, подлежащей налогообложению единым налогом, и деятельности, в отношении которой налогоплательщики уплачивают налоги в соответствии с иными системами налогообложения. Налоговым периодом по ЕНВД признается квартал. Налоговые декларации подаются субъектами малого предпринимательства в налоговые органы не позднее 20 числа месяца, следующего за истекшим кварталом. Уплата налога производится не позднее 25 числа вышеуказанного месяца.

***Сравнительный анализ налоговой нагрузки субъекта малого бизнеса при различных системах налогообложения***

Наиболее обременительной системой налогообложения для субъектов малого бизнеса является традиционная система (общий режим налогообложения). Кроме этого существует еще ряд факторов, определяющих негативное отношение к существующей традиционной системе налогообложения. Большинство налогов уплачивается с различных налогооблагаемых баз. Бухгалтерам приходится заполнять большое количество форм отчетности, которые сдаются в разное время и в разные организации. Сложная система учета доходов и расходов является одним из главных недостатков традиционной системы налогообложения. Серьезным остается вопрос об уклонении от уплаты налогов. Используя традиционную систему налогообложения, большинство субъектов малого предпринимательства маскируют реальные доходы под издержки и формально являются убыточными. В результате этого бюджет недополучает значительные суммы, а в ходе налоговых проверок с предприятий взыскиваются не только неуплаченные налоги, но и штрафные санкции за нарушение законодательства. При применении упрощенной системы налогообложения совокупный процент налогов, подлежащих уплате, значительно ниже, чем при традиционной системе. Основным преимуществом УСН является возможность неведения бухгалтерского учета (кроме учета основных средств и нематериальных активов), а также замена ряда налогов уплатой единого налога, что не только снижает налоговое бремя, но и значительно упрощает составление налоговой отчетности. Но, принимая решение о переходе на УСН, предусматривающую в частности освобождение от НДС, налогоплательщикам следует учитывать, что не всем покупателям будет выгодно приобретать их продукцию. Если налогоплательщики реализуют продукцию покупателям, не являющимся плательщиками НДС (например, переведенным на уплату ЕНВД, применяющими УСН или освобожденным от НДС на основании ст. 145 НК РФ), для них не имеет значения, что оплачивать: цену товара без НДС или с НДС. Если же они реализуют продукцию покупателям, являющимся плательщиками налога на добавленную стоимость в соответствии с законодательством РФ, то для них наличие «входного НДС» имеет принципиальное значение. Налогоплательщики, применяющие УСН, могут потерять потенциальных покупателей, потому что НДС, который они принимали раньше к вычету, им придется оплачивать за собственный счет. Таким образом, покупателю, являющемуся плательщиком НДС, не выгодно закупать товар у продавца, совершающего операции, не облагаемые НДС. Кроме этого возможность применения УСН для субъектов малого предпринимательства ограничивается размером дохода и численностью работающих. Превышение предельной численности и дохода над установленными размерами предполагает необходимость возвращения к традиционной системе налогообложения, поэтому предприятиям нецелесообразно ограничиваться организацией упрощенного учета.

Наименее обременительной является система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход. Минусом ЕНВД является ведение бухгалтерского учета. Однако отсутствие связи между налогом и реальным доходом в большинстве случаев оценивается предпринимателями положительно. Учитывая, что основная задача в области налогообложения малого предпринимательства заключается в разработке работоспособных систем, создающих стимулы для развития малого предпринимательства и одновременно предусматривающих меры, в максимально возможной степени ограничивающие возможности злоупотреблений. Можно отметить, что система налогообложения в виде ЕНВД является наиболее перспективной в налоговой системе РФ. Увеличение числа субъектов малого предпринимательства, применяющих систему налогообложения в виде ЕНВД, не только увеличит собираемость налогов, но и значительно упростит работу налоговых органов, что делает применение этой системы выгодным не только для субъектов малого предпринимательства, но и для государства.

***Собственность и предпринимательство***

Собственность представляет собой сложно построенную систему складывающихся в конкретно-исторической форме между разного рода субъектами экономических отношений присвоения и отчуждения средств производства, органически объединяющую в своей структуре владение и пользование в качестве форм присвоения, являющихся средой и средством существования, находящую свою реализацию через процесс общественного воспроизводства.

На сегодняшний день в Российской Федерации официально приняты следующие формы собственности: 1. Российская собственность 1.1. Государственная собственность 1.2. Федеральная собственность 1.3. Собственность субъектов Российской Федерации 1.4. Муниципальная собственность 1.5. Частная собственность 1.6. Собственность российских граждан, постоянно проживающих за границей 1.7. Собственность потребительской кооперации 1.8. Собственность общественных и религиозных организаций (объединений) 1.9. Собственность благотворительных организаций 1.10.Собственность политических общественных объединений 1.11. Собственность профессиональных союзов 1.12. Собственность общественных объединений 1.13. Собственность религиозных объединений 1.14. Смешанная российская собственность 2. Смешанная российская собственность с долей государственной собственности 3. Иностранная собственность 3.1. Собственность международных организаций 3.2. Собственность иностранных государств 3.3. Собственность иностранных юридических лиц 3.4. Собственность иностранных граждан и лиц без гражданства 3.5. Смешанная иностранная собственность 4. Совместная российская и иностранная собственность

***Правовые формы осуществления предпринимательства самим собственником***

Зафиксированное нормами права единство организационных и экономических оснований деятельности хозяйствующих субъектов выступает как его организационно-правовая форма. Наиболее значимыми признаками, отличающими одну организационно-правовую форму хозяйствования от другой, являются следующие: **-** количество участников данного хозяйственного объединения; **-** способ формирования капитала; **-** способ распределения прибыли и убытков; **-** источники имущества, составляющего материальную основу хозяйственной деятельности данного субъекта; **-** пределы имущественной собственности. Согласно российскому законодательству предпринимательской деятельностью могут заниматься как «физические», так и «юридические лица». **Физическое лицо – это гражданин, который занимается предпринимательской деятельностью единолично, не принимая статус «юридического лица».** Право предпринимательской деятельности наступает с момента государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя. Такой предприниматель самостоятельно решает все вопросы. Источником имущества, необходимого для начала работы, могут быть собственные накопления, помощь друзей или полученные в банке кредиты. Риск неудачи целиком лежит на индивидуальном предпринимателе. Он несет полную неограниченную ответственность по своим обязательствам, т.е. отвечает по всем обязательствам всем своим имуществом. К индивидуальным предпринимателям относится и глава крестьянского хозяйства – фермер. Другая группа организационно-правовых форм хозяйствования охватывается общим понятием «юридических лиц». Признаки **юридического лица** состоят в том, что это, прежде всего, **-** организация, т.е. определенным образом организованное объединение лиц, которое: **-** имеет обособленное имущество; **-** отвечает лишь только этим имуществом по своим обязательствам; **-** может от своего имениприобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права; **-** быть истцом и ответчиком на суде; **-** иметь самостоятельный баланс. Указанные организации, как юридические лица, могут быть двух типов. Во-первых, **-** это **коммерческие организации**, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли. Во-вторых, **-** это **некоммерческие организации**, не стремящиеся к получению прибыли и не распределяющие прибыль между участниками. Ведущее место в рыночной экономике принадлежит предпринимательским структурам. В частном секторе экономики коммерческие организации могут выступать в следующих организационно-правовых формах: **-** хозяйственные товарищества и общества (полные товарищества, товарищества на вере, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, открытые и закрытые акционерные общества); **-** производственные кооперативы.

***Формирование имущественной основы предпринимательской деятельности***

Имущественная основа предпринимательской деятельности формируется за счет собственных и заемных средств предприятия. Заемные средства в общем смысле – средства, поступающие в распоряжение предприятия на условиях срочности и платности. Все они имеют характер привлеченных средств, поскольку поступают извне предприятия. Собственные средства – средства, формируемые в процессе хозяйственной деятельности или предоставляемые собственниками (акционерами предприятия). Принципиальная разница заключается в достаточности соответствующих средств и в цене их использования. В Российской Федерации в качестве инструмента трансформации отношений собственности и формирования имущественной базы предпринимательства выступала приватизация, как наиболее радикальный способ разгосударствления экономики. Одной из посылок, обусловивших возникновение частной собственности в современном ее понимании, стала трансформация отношений собственности, реализованная в форме приватизации. Предприятие вправе ежеквартально, раз в полгода или раз в год принимать решение о распределении своей чистой прибыли между участниками или акционерами. Решение об определении части прибыли предприятия, распределяемой между участниками общества, принимается общим собранием участников общества или акционеров. Общее собрание участников или акционеров может также принять решение об использовании всей прибыли или ее части в производственных целях, а также для финансирования капитальных или финансовых вложений. Часть прибыли предприятия, предназначенная для распределения между его участниками, распределяется пропорционально их долям в уставном капитале общества. Предприятие не вправе принимать решение о распределении своей прибыли между участниками: **-** до полной оплаты всего уставного капитала; **-** если на момент принятия такого решения отвечает признакам несостоятельности (банкротства) в соответствии с федеральным законом о несостоятельности (банкротстве) или если указанные признаки появятся в результате принятия такого решения;

**-** если на момент принятия такого решения стоимость чистых активов меньше его уставного капитала и резервного фонда или станет меньше их размера в результате принятия такого решения; **-** в иных случаях, предусмотренных федеральными законами. **-** В плане распоряжения предприятием как имущественным комплексом собственники имеют следующие возможности: **-** продажа или иная передача (дарение, уступка) доли в уставном капитале; **-** продажа предприятия как имущественного комплекса; **-** залог доли в уставном капитале или предприятия как имущественного комплекса, в том числе по частям.

***Финансовый менеджмент***

Главной целью финансового менеджмента является максимизация благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде, обеспечиваемая путем максимизации его рыночной стоимости. Финансовый менеджмент направлен на реализацию следующих основных задач: **-** обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде; **-** обеспечение наиболее эффективного распределения и использования сформированного объема финансовых ресурсов в разрезе основных направлений деятельности предприятия; **-** оптимизация денежного оборота; **-** обеспечение максимизации прибыли предприятия при предусматриваемом уровне финансового риска; **-** обеспечение минимизации уровня финансового риска при предусматриваемом уровне прибыли; **-** обеспечение постоянного финансового равновесия предприятия в процессе его развития; **-** обеспечение возможностей быстрого реинвестирования капитала при изменении внешних и внутренних условий осуществления хозяйственной деятельности.

В общем комплексе задач финансового менеджера можно выделить пять основных блоков: финансовое планирование; управление ресурсами; управление структурой капитала; инвестиционную деятельность; контроль и анализ результатов. Финансовый менеджмент реализует свою главную цель и основные задачи путем осуществления определенных функций. Эти функции подразделяются на две основные группы, определяемые комплексным содержанием финансового менеджмента: **-** функции финансового менеджмента как управляющей системы; **-** функции финансового менеджмента как специальной области управления предприятием; В группе функций финансового менеджмента как управляющей системы основными функциями являются: **-** разработка финансовой стратегии предприятия; **-** создание организационных структур, обеспечивающих принятие в реализацию управленческих решений; **-** формирование эффективных информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов управленческих решений; **-** осуществление анализа различных аспектов финансовой деятельности предприятия по основным ее направлениям; **-** разработка действенной системы стимулирования реализации управленческих решений; **-** осуществление эффективного контроля за реализацией принятых управленческих решений в области финансовой деятельности. Группа функций финансового менеджмента, как специальной области управления предприятием, включает в себя следующие основные функции: управление активами; управление капиталом; управление инвестициями; управление денежными потоками; управление финансовыми рисками; антикризисное финансовое управление при угрозе банкротства.

Разработка стратегии включает осуществление нескольких этапов: 1. Оценка долгосрочных перспектив. 2. Прогноз развития. 3. Осознание цели. 4. Анализ сильных и слабых сторон. 5. Обобщение стратегических альтернатив. 6. Разработка критериев оптимизации. 7. Выбор оптимальной стратегии. 8. Планирование мероприятий. Формирование финансового результата осуществляется на основе показателей, в числе которых выручка, себестоимость и др. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг представляет собой денежные поступления от обычной деятельности за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов и т.п. налогов и обязательных платежей (нетто-выручка). Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг (кроме коммерческих и управленческих расходов) представляет собой расходы по обычным видам деятельности, сгруппированные по следующим элементам: материальные затраты; затраты на оплату труда; отчисления на социальные нужды; амортизация; прочие затраты. В состав прочих расходов включаются: **-** расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации; **-** расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности (с учетом положений п. 5 настоящего Положения); **-** расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций; **-** расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции; **-** проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов); **-** расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями; **-** штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; **-** возмещение причиненных организацией убытков; **-** убытки прошлых лет, признанные в отчетном году; **-** суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания; **-** курсовые разницы; **-** сумма уценки активов; **-** перечисление средств (взносов, выплат и т.д.), связанных с благотворительной деятельностью, расходы на осуществление спортивных мероприятий, отдыха, развлечений, мероприятий культурно-просветительского характера и иных аналогичных мероприятий.

Разница выручки-нетто и себестоимости представляет собой валовую прибыль, которая корректируется на величину коммерческих и управленческих расходов и позволяет сформировать прибыль или убыток от продаж. С учетом процентов к получению и уплате, доходов от участи в других организациях, прочих доходов и расходов прибыль или убыток от продаж трансформируется в прибыль или убыток до налогообложения, которая, будучи уменьшенной на величину налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей, позволяет оценить прибыль или убыток от обычной деятельности и чистую прибыль (непокрытый убыток).

***Кредит как источник финансирования малого предпринимательства***

Потребность любого бизнеса в финансовых средствах представляется очевидной. Однако наиболее ярко она проявляется в сфере малого предпринимательства, таким образом, вопрос взаимодействия сферы малого бизнеса и рынка финансовых услуг становится все более актуальным, особенно в ситуации позитивной динамики наблюдаемых экономических процессов. Остановимся на характеристике источников финансирования мероприятий. В организационно-финансовом отношении источники капиталовложений подразделяются на собственные средства предприятий (амортизационные отчисления, выручка от реализации выбывшего имущества, мобилизация внутренних активов, нераспределенная прибыль и другие денежные накопления), заемные средства (кредиты банков, ссуды финансово-инвестиционных структур, средства от размещения эмиссии ценных бумаг предприятий, задолженность кредиторам), централизованные ресурсы (безвозвратные бюджетные ассигнования и льготные инвестиционные государственные кредиты), иностранные инвестиции (вклады в уставные фонды и покупка акций предприятий, кредиты зарубежных банков и международных организаций и средства отдельных граждан). Кредитование малого предпринимательства в России выделилось в обособленное направление банковского бизнеса сравнительно недавно. Оно продиктовано тем, что особенности организации экономической деятельности малого предпринимательства обуславливают его специфическое положение на кредитном рынке, используемые формы и методы кредитования, формы взаимодействия с кредитными институтами. Более того, можно сделать вывод о том, что в Российской Федерации уже сложилась система кредитования малых предприятий, хотя ее показатели очень далеки от требуемых. Можно выделить наиболее типичные условия кредитования малых предприятий: **-** цели кредитования: пополнение оборотных средств, приобретение автотранспорта, оборудования, недвижимости, покрытие кассовых разрывов, приобретение внеоборотных активов, инвестиционное кредитование, ремонт торговых или производственных помещений, закупка товаров, открытие торговых точек, расширение производства, приобретение основных средств, развитие бизнеса; **-** сроки кредитования – от 30 дней до трех лет в зависимости от цели кредитования; **-** суммы предоставляемых кредитов колеблются от 5 тыс. до 10 млн. руб.; **-** обеспечение – товары в обороте, оборудование, автотранспорт, ценные бумаги, недвижимость, личное имущество владельца предприятия, приобретаемое имущество; **-** участие третьих лиц – международные финансовые организации, Правительство, неправительственные общественные организации, страховые компании, коллекторские агентства, оценочные компании и т.д.

***Персонал предприятия, его классификации***

Персонал предприятия (кадры, трудовой коллектив) - это совокупность работников, входящих в его списочный состав.

Все работники предприятия делятся на две группы:

* промышленно-производственный персонал, занятый производством и его обслуживанием;
* непромышленный персонал, занятый в основном в социальной сфере деятельности предприятия.

По характеру выполняемых функций промышленно-производственный персонал (ППП) подразделяется на четыре категории: рабочих, руководителей, специалистов и технических исполнителей (служащих).

**Рабочие - это работники, непосредственно занятые производством продукции (услуг), ремонтом, перемещением грузов и т.п.** К ним также от­носятся уборщицы, дворники, гардеробщики, охранники.

В зависимости от характера участия в производственном процессе рабочие, в свою очередь, делятся на основных (производящих продукцию) и вспомогательных (обслуживающих технологический процесс).

Руководители - работники, занимающие должности руководителей предприятии и их структурных подразделений (функциональных служб), а также их заместители.

**Специалисты - работники, выполняющие инженерно-технические, экономические и другие функции.** К ним относятся инженеры, экономисты, Бухгалтеры, социологи, юрисконсульты, нормировщики, техники и др. Технические исполнители (служащие) - работники, осуществляющие подготовку и оформление документов, хозяйственное обслуживание (делопро­изводители, секретари-машинистки, табельщики, чертежники, копировщицы, архивариусы, агенты и др.). Соотношение работников по категориям характеризует структуру трудовых ресурсов предприятия. В зависимости от характера трудовой деятельности персонал предприя­тия подразделяют по профессиям, специальностям и уровню квалификации.

Профессия - определенный вид деятельности (занятий) человека, обусловленный совокупностью знаний и трудовых навыков, приобретенных в ре­зультате специального обучения.

**Специальность - вид деятельности в рамках той или иной профес­сии, который имеет специфические особенности и требует от работников дополнительных специальных знаний и навыков.**

Например: экономист-плановик, экономист-бухгалтер, экономист-финансист, экономист-трудовик в рамках профессии экономиста. Или: слесарь-наладчик, слесарь-монтажник, слесарь-сантехник в рамках рабочей профессии слесаря

Квалификация **-** степень и вид профессиональной подготовки работника, наличие у него знаний, умения и навыков, необходимых для выполнения рабо­ты или функций определенной сложности, которая отображается в квалифика­ционных (тарифных) разрядах и категориях. Для характеристики трудового потенциала предприятия используется целая система показателей. Количественная характеристика персонала измеряется в первую очередь такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность работников. Списочная численность - это количество работников списочного состава на определенную дату с учетом принятых и выбывших за этот день ра­ботников. Явочная численность включает лишь работников, явившихся на ра­боту. Для определения численности работников за определенный период ис­пользуется показатель среднесписочной численности. Среднесписочная чис­ленность работников за месяц определяется как частное от деления суммы всех списочных данных за каждый день на календарное число дней в месяце. При этом в выходные и праздничные дни показывается списочная численность работников за предыдущую дату. Среднесписочная численность работников за квартал (год) определяется путем суммирования среднемесячной численности работников за все месяцы работы предприятия в квартале (году) и деления по­лученной суммы на 3 (12). Движение работников на предприятии (оборот) характеризуют следующие показатели: **-** коэффициент оборота по приему - это отношение численности всех принятых работников за данный период к среднесписочной числен­ности работников за тот же период;

**-** коэффициент оборота по выбытию - это отношение всех выбывших работников к среднесписочной численности работников;

*-* коэффициент текучести кадров - это отношение выбывших с предприятия по неуважительным причинам (по инициативе работника, из-за прогулов и др.) к среднесписочной численности (определяется за определенный период).

Важную роль в бизнесе играет кадровая работа. Отбор кадров **-** в кадровой работе **-** часть процесса найма персонала, связанная с выделением одного или нескольких кандидатов на вакантную должность среди общего числа лю­дей, претендующих на эту должность. Для отбора кадров используются отбо­рочное собеседование, тестирование, услуги центров оценки и другие методы. Подбор персонала **-** установление идентичности характеристик работни­ка и требований организации, должности. Подбор персонала может осуществляться в виде набора, выдвижения или ротации. Существенное значение играет деловая оценка персонала **-** целенаправленный процесс установления соответствия способностей, мотиваций и других качественных характеристик персонала требованиям должности или рабо­чего места. Деловая оценка персонала позволяет установить место сотрудни­ка в организационной структуре, разработать программу развития сотрудника, определить критерии и размера оплаты труда.

***Оформление трудовых отношений***

Юридически оформляет взаимные права и обязанности участников трудового процесса трудовой договор. Трудовой договор - соглашение между ра­ботодателем и работником, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, обеспе­чить условия труда, предусмотренные трудовым законодательством и другими нормативными актами, своевременно и в полном размере выплачивать работ­нику заработную плату, а работник обязуется лично выполнять определенную этим соглашением трудовую функцию, соблюдать правила внутреннего трудо­вого распорядка, действующие у данного работодателя. Грамотно составленный трудовой договор защитит интересы работодателя, не ущемляя при этом прав работника, и поможет избежать многих нежелательных правовых последствий. Правовому регулированию трудовых отношений между работодателем и работником посвящен Трудовой Кодекс РФ. В настоящее время из всех форм реализации права граждан на труд трудовой договор следует при­знать главной формой, так как именно он лучше всего отвечает потребностям ры­ночных трудовых отношений, основанных на наемном характере труда. Предметом трудового договора является личное выполнение трудовой функции (работы определенного рода), т.е. индивидуальный процесс тру­да, его организация и условия (в отличие от гражданско-правовых договоров, предметом которых является результат труда).

По трудовому договору работник должен выполнять работу, относящуюся к его трудовой функции (работу по определённой специальности, квалифика­ции или должности), придерживаясь при этом правил внутреннего трудового распорядка, действующих в данной организации. Работодатель при этом обя­зуется обеспечить определенные условия труда, предусмотренные законода­тельством и трудовым договором. Сторонами трудового договора являются: в качестве работодателя - предприятие любой формы собственности, учреждение, организация, отдельные граждане; в качестве работника - граждане, достигшие 16 лет (в исключитель­ных случаях 15 лет); учащиеся, достигшие 14 лет, - в случаях и порядке, пред­усмотренных законодательством. Возрастной ценз ТК РФ таков: заключение трудового договора допускается с лицами, достигшими возраста 16 лет (ст. 63 ТК РФ). В случаях получения основного общего образования либо оставления в соответствии с федеральным законом общеобразовательного учреждения, трудовой договор могут заключать лица, достигшие возраста 15 лет. С согласия одного из родителей (опекуна, попечителя) и органа опеки и попе­чительства трудовой договор может быть заключен с учащимся, достигшим воз­раста 14 лет, для выполнения в свободное от учебы время легкого груда, не причи­няющего вреда его здоровью и не нарушающего процесса обучения. В организациях кинематографии, театрах, театральных и концертных организациях, цирках допускается с согласия одного из родителей (опекуна, попечителя) и органа опеки и попечительства заключение трудового договора с лицами, не достигшими возраста 14 лет, для участия в создании и (или) испол­нении произведении без ущерба здоровью и нравственному развитию. Заключать трудовые договоры в качестве работодателей имеют право физические лица, достигшие возраста 18 лет, при условии наличия у них гражданской дееспособности в полном объеме, а также лица, не достигшие указан­ного возраста, - со дня приобретения ими гражданской дееспособности в пол­ном объеме (ст. 20 ТК РФ).

*Существенные и дополнительные условия в трудовом договоре*

Существенными условиями трудового договора являются (ст. 57 ТК РФ): место работы; трудовая функция; дата начала работы (и дата ее окончания, если заключается срочный трудовой договор); условия оплаты труда.

При заключении трудового договора условие об оплате труда также должно рассматриваться в качестве существенного, и если стороны по нему не пришли к соглашению, трудовой договор не может считаться заключенным. В соответствии со ст. 129 ТК РФ при оплате труда рабочих могут применяться тарифные ставки, оклады, а также бестарифная система, если организация со­чтет такую систему наиболее целесообразной. Кроме того, в трудовом договоре обязательно нужно отметить, если он заключен на время выполнения сезонных работ, если он является срочным тру­довым договором или трудовым договором по совместительству. Трудовой договор может содержать и дополнительные условия, например (ст. 57 ТК РФ): об установлении испытательного срока; о неразглашении охра­няемой законом тайны; о совмещении профессий (должностей); о видах и об условиях дополнительного страхования работника; об улучшении социально-бытовых условий работника и членов его семьи; об обязанности работника от­работать после обучения не менее установленного трудовым договором срока, если обучение проводилось за счет средств работодателя; о продолжительно­сти дополнительного отпуска, а также иные условия, не ухудшающие положе­ние работника по сравнению с ТК РФ, законами и иными нормативными пра­вовыми актам (ст. 57 ТК РФ). Заключение трудового договора происходит в письменной форме, договор составляется в двух экземплярах, каждый из которых подписывается сторо­нами. Один экземпляр трудового договора передается работнику, другой хра­нится у работодателя. Трудовой договор, не оформленный в письменной фор­ме, считается заключенным, если работник приступил к работе с ведома или по поручению работодателя или его представителя. Работодатель обязан офор­мить с ним трудовой договор в письменной форме не позднее трех рабочих дней со дня фактического допущения работника к работе. Прием на работу оформляется приказом о приеме на работу (распоряжением) предприятия работодателя и фиксируется записью в трудовой книжке. Основанием приказа о приеме на работу служит заявление о приеме на работу, написанное работником. Приложение к договору *-* это правовой документ, являющийся неотъемлемой частью договора и содержащий дополнительные данные о сделке. В трудовых договорах используются следующие приложения: должностная инструкция; график работы; соглашение о неразглашении конфиденциальной ин­формации; перечень расценок работ. Изменение определенных сторонами условий трудового договора допускается только по соглашению сторон трудового договора, за исключением случаев, предусмотренных ТК РФ. Соглашение об изменении определенных сторонами условий трудового договора заключается в письменной форме (ст. 72 ТК РФ). Запрещается переводить и перемещать работника на работу, проти­вопоказанную ему по состоянию здоровья (ст. 72.1 ТК РФ).

Работника, нуждающегося в переводе на другую работу в соответствии с медицинским заключением, выданным в порядке, установленном федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Феде­рации, с его письменного согласия работодатель обязан перевести на другую имеющуюся у работодателя работу, не противопоказанную работнику по со­стоянию здоровья (ст. 73 ТК РФ). В случае, когда по причинам, связанным с изменением организационных или технологических условий труда (изменения в технике и технологии произ­водства, структурная реорганизация производства, другие причины), опреде­ленные сторонами условия трудового договора не могут быть сохранены, до­пускается их изменение по инициативе работодателя, за исключением измене­ния трудовой функции работника. О предстоящих изменениях определенных сторонами условий трудового договора, а также о причинах, вызвавших необ­ходимость таких изменений, работодатель обязан уведомить работника в пись­менной форме не позднее, чем за два месяца, если иное не предусмотрено ТК РФ (ст. 74 ТК РФ). Если работник не согласен работать в новых условиях, то работодатель обязан в письменной форме предложить ему другую имеющую­ся у работодателя работу (как вакантную должность или работу, соответствую­щую квалификации работника, так и вакантную нижестоящую должность или нижеоплачиваемую работу), которую работник может выполнять с учетом его состояния здоровья. При этом работодатель обязан предлагать работнику все отвечающие указанным требованиям вакансии, имеющиеся у него в данной местности (ст. 74 ТК РФ). Изменения определенных сторонами условий трудо­вого договора, вводимые в соответствии со статьей 74 ТК РФ, не должны ухуд­шать положение работника по сравнению с установленным коллективным до­говором, соглашениями. При смене собственника имущества организации, сокращение числен­ности или штата работников допускается только после государственной регистрации перехода права собственности. Изменение подведомственности (под­чиненности) организации или ее реорганизация (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование) не может являться основанием для рас­торжения трудовых договоров с работниками организации. Срочный договор прекращается с истечением срока его действия. О прекращении трудового договора в связи с истечением срока его действия работник должен быть предупрежден в письменной форме не менее чем за три календарных дня до увольнения, за исключением случаев, когда истека­ет срок действия срочного трудового договора, заключенного на время исполнения обязанностей отсутствующего работника (ст. 79 ТК РФ). Не допускается увольнение работника по инициативе работодателя (за исключением случая ликвидации организации либо прекращения деятельности индивидуальным предпринимателем) в период его временной нетрудоспособ­ности и в период пребывания в отпуске (ст. 81 ТК РФ).

При принятии решения о сокращении численности или штата работни­ков организации, индивидуального предпринимателя и возможном расторже­нии трудовых договоров с работниками в соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 81 ТК РФ работодатель обязан в письменной форме сообщить об этом выборному органу первичной профсоюзной организации не позднее, чем за два месяца до начала проведения соответствующих мероприятий, а в случае, если решение о сокра­щении численности или штата работников может привести к массовому уволь­нению работников - не позднее, чем за три месяца до начала проведения соот­ветствующих мероприятий. Критерии массового увольнения определяются в отраслевых и (или) территориальных соглашениях (ст. 82 ТК РФ).

* Трудовой договор подлежит прекращению по следующим обстоятельствам, не зависящим от воли сторон:
* призыв работника на военную службу или направление его на заменяющую ее альтернативную гражданскую службу;
* восстановление на работе работника, ранее выполнявшего эту рабо­ту, по решению государственной инспекции труда или суда;
* неизбрание на должность;
* осуждение работника к наказанию, исключающему продолжение прежней работы, в соответствии с приговором суда, вступившим в законную силу;
* признание работника полностью неспособным к трудовой деятельности в соответствии с медицинским заключением, выданным в порядке, установленном федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;
* смерть работника либо работодателя **-** физического лица, а также признание судом работника либо работодателя **-** физического лица умершим или безвестно отсутствующим;
* наступление чрезвычайных обстоятельств, препятствующих продолжению трудовых отношений (военные действия, катастрофа, стихийное бедствие, крупная авария, эпидемия и другие чрезвычайные обстоятельства), если данное обстоятельство признано решением Правительства Российской Федерации или органа государственной вла­сти соответствующего субъекта РФ;
* дисквалификация или иное административное наказание, исключающее возможность исполнения работником обязанностей по трудово­му договору;
* истечение срока действия, приостановление действия на срок более двух месяцев или лишение работника специального права (лицен­зии, права на управление транспортным средством, права на ноше­ние оружия, другого специального права) в соответствии с федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Россий­ской Федерации, если это влечет за собой невозможность исполнения работником обязанностей по трудовому договору;
* прекращение допуска к государственной тайне, если выполняемая работа требует такого допуска;
* отмена решения суда или отмена (признание незаконным) решения государственной инспекции труда о восстановлении работника на работе;
* приведение общего количества работников, являющихся иностранными гражданами или лицами без гражданства, в соответствие с допустимой долей таких работников, установленной Правительством Российской Федерации для работодателей, осуществляющих на территории РФ определенные виды экономической деятельности (ст. 83 ТК РФ).

Статьей 362 ТК РФ предусмотрено, что руководители и иные должност­ные лица организаций, виновные в нарушении трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, не­сут ответственность в случаях и порядке, установленных федеральными за­конами. Административная ответственность заключается в применении к ви­новным лицам мер административного взыскания, предусмотренных законо­дательством Российской Федерации об административных правонарушениях. Административная ответственность может наступить за самые различные на­рушения норм трудового законодательства, в том числе норм по охране труда. Органами Федеральной инспекции труда РФ в ходе осуществления надзорно-контрольной деятельности выявляются нарушения трудового законодатель­ства практически по всем основным институтам трудового права. Наибольшее количество нарушений выявляется, как правило, по вопросам заключения, из­менения, расторжения трудовых договоров, оплаты труда, включая факты за­держки выплаты зарплаты, рабочего времени и времени отдыха, а также на­рушения по вопросам охраны труда, в том числе в связи с расследованием не­счастных случаев на производстве. Материальная ответственность работодателя выражается в возмещении работнику материального ущерба, причиненного в результате незаконного ли­шения его возможности трудиться. Так, работодатель обязан возместить работнику материальный ущерб в случае незаконного отстранения от работы, его увольнения или перевода на другую работу, отказа от исполнения или несвоевременного исполнения решения органа по рассмотрению трудовых споров или государственного правового инспектора труда о восстановлении на прежней работе, задержки выдачи трудовой книжки, внесения в нее неправильной или несоответствующей законодательству формулировки причины увольнения, а также в других случа­ях, предусмотренных федеральными законами и коллективным договором (ст. 234 ТК РФ). Кроме того, в отличие от ранее действующего законодательства о труде работодатель несет материальную ответственность за задержку выпла­ты зарплаты.

Дисциплинарная ответственность должностных лиц организаций за нарушение трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права, выражается в применении к ним мер дисциплинарного характера в виде наложения дисциплинарных взысканий, таких как замечание, выговор, увольнение по соответствующим основаниям, преду­смотренных ст. 192 ТК РФ. Должностные лица, виновные в нарушении трудового законодательства, могут быть привлечены к дисциплинарной ответственности вышестоящими в порядке подчиненности должностными лицами как по собственной инициати­ве, так и по представлениям органов, осуществляющих надзор и контроль за соблюдением трудового законодательства, в том числе органов Федеральной инспекции труда РФ. За наиболее грубые нарушения трудового законодательства, включая зако­нодательство об охране труда, наступает уголовная ответственность.

**Маркетинг в предпринимательской деятельности**

***Анализ рыночных потребностей и спроса на новые товары и услуги, выявление потребителей и их основных потребностей***

Для анализа рыночных потребностей и спроса на новые товары и услу­ги, а также выявления потребителей и их основных потребностей необходи­мо проведение маркетинговых исследований. В маркетинге, который призван удовлетворять потребности людей, исследования имеют большое значение. В условиях рынка получают преимущества те фирмы и компании, которые лучше других знают эти потребности и производят товары, способные их удовлет­ворить. Но рынок постоянно меняется, потребности людей под воздействием различных факторов также меняются, поэтому фирмы, чтобы получить при­быль, должны постоянно следить за конъюнктурой рынка. Именно с помощью маркетинговых исследований фирмы могут осуществлять отслеживание изме­нений потребностей покупателей.

*Маркетинговое исследование* - систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах.

Маркетинговые исследования позволяют компаниям увеличить свои знания о стоящих перед ними проблемах маркетинга, то есть уменьшить неопределенность при принятии маркетинговых решений. Очень часто основной целью маркетинговых исследований является стремление дать адекватную характеристику рыночных процессов и явлений, отразить позицию и возможности фирмы на рынке. Обычно маркетинговым исследованиям подвергаются рынок, конкуренты, потребители, товары, среда маркетинга, цены товаров, продвижение товаров. Результатом маркетингового исследования являются разработки, которые используются при выборе и реализации стратегии и так­тики маркетинга.

Существует несколько основных направлений маркетинговых исследований: исследование рынка, конкурентов, покупателей (потребителей), среды маркетинга, продукции (товара).

*Исследование рынка -* систематический количественный и качественный анализ одного или совокупности рынков для получения информации о потен­циале, емкости рынка, характеристиках конкурентной среды, ценах.

Исследуются рынки товаров и услуг в целом, а также локальные и региональные рынки конкретных товаров и услуг. Объектами рыночного исследования являются тенденции и процессы развития рынка, включая анализ изме­нения экономических, научно-технических, демографических, экологических, законодательных и других факторов. Исследуются также структура и геогра­фия рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конку­ренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски.

Основными результатами исследования рынка являются прогнозы его развития, оценка конъюнктурных тенденций, выявление ключевых факторов успеха. Определяются наиболее эффективные способы ведения конкурентной политики на рынке и возможности выхода на новые рынки, осуществляется выбор целевых рынков и рыночных ниш.

В основном изучают следующие типы рынков: рынок потребителей, рынок производителей, рынок промежуточных продавцов, рынок государственных учреждений и международный рынок. Маркетинговые исследования каж­дого типа рынка имеют свои особенности. Так, при исследовании рынка по­требительских товаров чаще используются выборочные опросы, а при иссле­довании рынка средств производства имеется возможность опросить большую часть покупателей, уделяя основное внимание изучению их требований.

*Исследование конкурентов -* исследование, предполагающее получение необходимых данных для обеспечения конкурентного преимущества на рынке, а также нахождения возможности сотрудничества и кооперации с ними. Оно заключается в оценке состояния конкурентов, их позиции на рынке в сравнении с позицией самой фирмы. Это позволит фирме правильно оценить ситуацию и ее развитие, что дает возможность получить определенное конкурентное преимущество. С этой целью анализируются сильные и слабые стороны  
конкурентов, изучаются занимаемая ими доля рынка, реакция потребителей на маркетинговые средства конкурентов, материальный, финансовый, трудовой потенциал, организация управления деятельностью.

*Исследование потребителей* позволяет выявить побудительные факторы, которыми руководствуется покупатель при выборе товара. В качестве объектов выступают индивидуальные потребители, семьи, домашние хозяйства, а так­же потребители-организации. Здесь разрабатывается классификация потреби­телей по общим признакам, моделируется поведение потребителей на рынке и прогнозируется ожидаемый спрос. Целью исследования является сегментация потребителя и выбор целевых сегментов рынка.

*Исследование структуры рынка -* это исследование, проводимое с целью получения сведений о возможных посредниках, с помощью которых пред­приятие будет в состоянии «присутствовать» на выбранных рынках. Объект исследования - коммерческие, торговые и иные посредники, транспортно-экспедиторские, рекламные, страховые, юридические, финансовые, консуль­тационные и другие компании и организации, создающие в совокупности мар­кетинговую инфраструктуру рынка.

*Исследование товара* - это определение соответствия технико-экономиче­ских показателей и качества товара, обращающегося на рынке, запросам и тре­бованиям покупателей, анализ их конкурентоспособности. Оно позволяет по­лучить сведения о том, что хочет иметь потребитель, какие потребительские параметры он более всего ценит. Объекты исследования - потребительские свойства товаров-аналогов и товаров-конкурентов, реакция потребителей на новые товары, товарный ассортимент, упаковка, уровень сервиса соответствие продукции законодательным нормам и правилам, перспективные требования потребителей. Результаты исследований дают возможность предприятию раз­работать собственный ассортимент товаров, определить направление деятель­ности в зависимости от различных стадий жизненного цикла товара. Маркетинговое исследование нацелено на информационно-аналитическое обоснование поиска и выбора оптимальных решений, завоевание и освоение новых рынков сбыта, осуществление программ модернизации и диверсифика­ции производства и торговли, оптимизацию товародвижения, совершенствова­ние форм обслуживания потребителей.

***Цены и ценовая политика***

*Цена* - это денежное выражение ценности продукта, услуги, фактора производства в процессе обмена. Виды цен:

*Оптовые* - цены, по которым производитель или оптово-сбытовая организация продают продукцию.

*Розничные* - цены, по которым розничная тор­говля продает товары конечному потребителю.

*Закупочные* - цены, по которым закупается сельскохозяйственная продукция у сельскохозяйственных произво­дителей (вид оптовой цены).

*Трансфертные* - это внутренние цены, по которым факторы производства и продукты обмениваются между отделениями или филиалами интегрирован­ной фирмы.

*Свободные* - это цены, не подвергаемые контролю и устанавлива­емые продавцом с учетом рыночной конъюнктуры.

*Регулируемые -* цены, которые находятся под контролем соответствующих органов управления.

*Фиксированная -* единая цена определенного уровня, устанавливаемая, как правило, группой производителей (продавцов) на осно­ве сговора, образования картеля.

*Постоянная -* цена, срок действия которой не оговорён.

*Временная* - цена, действующая в течение определенного перио­да времени.

*Цена-нетто -* «чистая» цена товара.

*Цена-брутто -* цена, определённая с учётом условий купли-продажи (налоги, скидки, страхование, транспортные расходы).

*Рыночная -* цена, по которой потребители покупают какой-либо товар. *Договорная -* цена, установленная по договорённости между производителем (продавцом) и покупателем продукта.

*Демпинговая -* цена товара на экс­порт, которая значительно ниже цены внутреннего рынка.

*Скользящая -* цена, которая устанавливается, как правило, на продукцию с длительным сроком изготовления (строительство судов). Цена, зафиксированная в контракте в момент его заключения, подлежит изменению в порядке, оговоренном обеими сторонами. Скользящие цены используются и для учета инфляции.

*Твердая цена -* это цена, зафиксированная в контракте в момент его заключения и не подлежащая изменению на протяжении всего срока действия контракта (что оговорено в контракте).

*Подвижная цена* - цена, которая зафиксирована в контракте в момент его заключения и может быть изменена при определенных условиях (что оговоре­но в контракте).

*Равновесная рыночная цена -* цена, при которой объем спро­са равен объему предложения.

*Прейскурантная цена -* опубликованная цена.

*Мировые цены -* цены, по которым осуществляются крупные экспортно-импортные операции, носящие регулярный характер и предусматривающие платежи в свободно конвертируемой валюте.

Политика цен предприятия заключается в определении и поддержании оптимальных уровней, структуры цен, взаимосвязей цен на товары в рамках ассортимента предприятия и конкретного рынка, в своевременном изменении цен по товарам и рынкам с целью достижения максимально возможного успе­ха в конкретной рыночной ситуации. Ценовая политика реализуется через ценовые стратегии и должна рассматриваться только в контексте общей политики фирмы. Ценовые стратегии фир­мы - это определение (выбор) фирмой из всех возможных направлений дей­ствий в области ценообразования главного, обеспечивающего достижение по­ставленной цели в каждом конкретном месте и в конкретный временной отре­зок. Ценовые стратегии не являются одноразовым действием, надо постоянно проверять их эффективность и при необходимости пересматривать их. Цено­вые стратегии являются неотъемлемой частью стратегий в области разработки товара, его качества, распространения и продвижения. Цена является постоянным и важным элементом комплекса маркетинга. Роль цены в достижении фирмой поставленных целей зависит от ряда факторов: структуры рынка, типа товара, эластичности спроса, размера фирмы, кон­кретной рыночной ситуации.

Выделяют следующие рыночные ситуации:

* первоначальное установление цены;
* изменение цены товара конкурента;
* изменение текущей цены на продукцию;
* определение оптимальных цен для каждого вида товара при дифференциации товаров по показателям качества.

Роль ценовых стратегий выше на потребительском рынке, чем на рын­ке промышленного назначения. Бесспорными ценовыми лидерами являются крупные фирмы. Малые предприятия ввиду ограниченности финансовых возможностей скованы в ценовых решениях. Полезным инструментом выбора фирмой той или иной ценовой страте­гии может послужить показатель прямой эластичности спроса. Если характер спроса совершенно эластичен, то при снижении цены покупатели повышают, а при повышении цены снижают объем закупок на неограниченную величину. Если характер спроса совершенно неэластичный, то объем закупок совершен­но не изменяется как при снижении, так и при повышении цены.

В соответствии с выбранной стратегией ценообразования предприятие устанавливает исходную цену, а затем корректирует ее с учетом различных факторов, действующих в маркетинговой среде. В связи с этим определяется конкретный подход к ценообразованию:

1. Установление цен на новую продукцию.
2. Установление цен в рамках товарной номенклатуры - разрабатывает­ся система цен, которая обеспечивает максимальное получение при­были по товарной номенклатуре в целом.
3. Установление цен по географическому принципу.
4. Установление цен со скидками (для оптовиков, сезонные скидки, взаимозачеты).
5. Установление цен для стимулирования сбыта.

***Продвижение товаров и услуг на рынок***

Для наиболее эффективного воздействия на потребителей и обеспечения устойчивой работы предприятия в рамках общей маркетинговой стратегии разрабатывают соответствующую систему продвижения товаров и услуг на рынок. Она реализуется благодаря использованию отдельных элементов.

*Реклама* - любая оплаченная форма обезличенного представления и продвижения продукции.

*Личная продажа* предполагает непосредственный контакт между продавцом и одним или несколькими покупателями с целью предо­ставления продукции и совершения продажи.

*Стимулирование сбыта -* крат­ковременные побудительные меры поощрения приобретения продукции.

*Связи с общественностью* (PR) - планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений меж­ду организацией и общественностью.

Каждому элементу продвижения присущи специфические приемы и методы, однако все они преследуют одну цель - содействовать успешному решению стратегических и тактических задач реализации концепции маркетин­га. Благодаря правильному сочетанию и использованию рекламы, стимулирования сбыта, личным продажам и связям с общественностью обеспечивается продвижение продукции на рынок.

Расходы на продвижение продукции достаточно велики, они могут доходить до 50% от прибыли в случае, когда продукция выведена на рынок и поль­зуется спросом, а при выведении новой продукции достигают еще больших размеров. Все элементы работают на общую цель коммуникационной страте­гии - стимулирование спроса, то есть увеличение или сохранение спроса на продукцию. Среди всех элементов комплекса коммуникаций, реклама самый действен­ный инструмент в попытках предприятия модифицировать поведение покупа­телей, привлечь их внимание к его продукции, создать положительный образ, показать его общественную значимость. Осуществлять полное управление процессом воздействия на потребителя со стороны предприятия невозможно, однако потребителям необходимо пре­доставлять информацию, чтобы убедить их в преимуществах своих товаров, Услуг, рассеять недоверие (если таковое имеется), сформировать спрос и соз­дать психологическую готовность к проведению коммерческих переговоров по приобретению продукции. Реклама содействует реализации продукции, процессу превращения продукции в деньги, способствует ускоренному и успешному завершению процесса оборота средств, то есть процессу воспроизводства на уровне учреждения. Реклама может конструировать спрос и рынок и управлять им. Реклама - убеждающее и побуждающее информационное воздействие на потребителя. По-сути - это средство продвижения продукции путем описания свойств продукции на языке нужд потребителя. Общие цели рекламы совпада­ют с общими целями маркетинга, но могут преследовать и специфические ре­кламные цели, работающие на систему маркетинга.

***Конкуренция и конкурентоспособность, конкурентные преимущества***

Конкуренция - это соперничество предприятий на рынке, направленное на овладение вниманием потенциальных потребителей. Конкуренция возника­ет между фирмами и системами, пытающимися обслуживать одни и те же целевые рынки. Фактор конкуренции носит принудительный характер, заставляя производителей под угрозой вытеснения с рынка постоянно заниматься систе­мой качества и в целом конкурентоспособностью своих товаров, а рынок объ­ективно и строго оценивает результаты их деятельности. Конкурентоспособность продукции определяется совокупностью качественных и стоимостных характеристик товара, способствующих созданию превосходства данного товара перед товарами-конкурентами в удовлетворении конкретной потребности покупателя. По степени конкурентоспособности то­вара производитель может судить о целесообразности вывода данного товара на рынок. Конкурентоспособность характеризует способность товара быть ку­пленным в числе первых на рынке среди товаров-конкурентов. А покупателю конкурентоспособность товара раскрывает уровень привлекательности данно­го товара и степень его конкурентных преимуществ. Таким образом, конкурентоспособность товара может рассматриваться как степень привлекательности товара для потребителей, которая определя­ет возможность удовлетворения целого комплекса их требований. Покупатель обосновывает выбор товара, оценивая полезный эффект от его использования и расходы, связанные с его покупкой и эксплуатацией. Поэтому конкуренто­способность товара определяется путем сравнения потребителем цены, качества и уровня сервиса, который может быть ему предоставлен до и после покупки товара. Сравнению подлежит также такой показатель, как уровень маркетингового окружения (сопровождения) товара, т.е. состояние расширенных характеристик товара (логистика, сервис, гарантии, реклама, имидж, упаковка, брендинг и т.д.).

Классификационную схему, отражающую факторы привлекательности товара и его конкурентоспособности, можно представить в виде цепочки: цена - качество - сервис - маркетинговое окружение.

*Основные факторы конкурентоспособности товара*

|  |  |
| --- | --- |
| Факторы | Характеристика критериев |
| Цена | Соотношение уровня цены с ценами основных конкурентов. Развитость системы дифференциации цен в зависимости от со­отношения спроса и предложения, а также политики конкурен­тов. Привлекательность для потребителей системы скидок |
| Качество | Технико-эксплуатационные характеристики продукции (функ­циональность, надежность, удобство эксплуатации и т.д.). Престижность, дизайн, экологичность товара |
| Сервис | Качество поставки товара. Уровень торгового обслуживания. Наличие запасных материалов и центров по сервисному обслуживанию |
| Маркетинго­вое окруже­ние | Уровень организации маркетинг-логистики. Эффективность рекламных мероприятий. Уровень дизайна и содержательно­сти упаковки. Разработанность брендинга товара. Уровень га­рантийного обслуживания покупателей до и после приобрете­ния товара. Возможность покупки товара с помощью средств мультимедиа технологий |

Конкурентоспособность обусловливается качественными и стоимостны­ми факторами, которые могут быть достаточно полно охарактеризованы с помощью системы качественных, экономических и маркетинговых показателей.

*Качественные показатели* конкурентоспособности характеризуют свойства товара его характеристики с точки зрения готовности товара удовлетво­рять конкурентную потребность. Качество товара - это совокупность свойств, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Качество товара проявляется в потреблении. Оценивая качество товара, потребитель опосредует степень полезности этого товара, как потребительной стоимости.

Уровень качества товара определяется по следующим уровням:

*Первый* уровень - «соответствие стандарту». Качество оценивается как соответствующее, либо нет, требованиям стандарта (или другого документа на изготовление изделия, техническим условиям, договору и т.п.)

*Второй* уровень - «соответствие использованию». Продукт должен удовлетворять не только обязательным требованиям стандартов, но и эксплуатационным требованиям, чтобы пользоваться спросом на рынке.

*Третий* уровень - «соответствие фактическим требованиям рынка». В идеальном варианте это означает выполнение требований покупателей высокого качества и низкой цены товара.

*Четвертый* уровень - «соответствие латентным (скрытым, неочевидным) потребностям». Предпочтение у покупателей получают товары, обладающие, в дополнение к другим потребительским свойствам, характеристиками, удовлетворяющими потребности, которые у потребителя носили неявный, малоосознаваемый ими характер.

С позиций качества сравнимы лишь однородные товары. Группы продуктов классифицируются по показателям, характеризующим не только основные области их применения, но и существенные конструктивные и технологиче­ские особенности.

*Экономические показатели* конкурентоспособности товара должны оценивать цену потребления, т.е. затраты потребителя, необходимые для удовлет­ворения его потребности. Они включают затраты на приобретение товара и за­траты по эксплуатации товара. Цена потребления (Цп) складывается из рыночной цены товара (Цт), а также расходов, связанных с эксплуатацией (Цэ), ис­пользованием этого товара в период его жизненного цикла.

*Маркетинговые показатели* характеризуют уровень осуществленных или осуществляемых затрат предприятия на обеспечение маркетингового окружения товара, что создает известность товару и его марке, привлекаемым постав­щикам и дистрибьюторам, а также имидж товара. Для анализа конкурентоспо­собности товара определяют и сравнивают структуру маркетинговых показате­лей для своего товара и товара конкурентов. По своему содержанию маркетин­говые показатели относятся к экономическим, однако ввиду их особой значи­мости для формирования товарной политики предлагается условно выделять их в отдельную самостоятельную группу.

Таким образом, конкурентоспособность - это обширное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потре­бителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эсте­тическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реа­лизации (цена, сроки реализации, каналы сбыта, сервис, реклама). Кроме того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень за­трат потребителя за время его эксплуатации.

***Формирование стратегии повышения конкурентоспособности***

Проблема качества и конкурентоспособности продукции в условиях рын­ка носит универсальный характер и его решение имеет первостепенное значе­ние в экономической и социальной жизни любой страны, практически, любого производителя и потребителя. Обеспечение конкурентоспособности продук­ции на требуемом уровне предполагает сопоставление значений показателей качества товара фирмы с показателями качества товара конкурента. В связи с этим качественные показатели конкурентоспособности товара подразделяют­ся на классификационные и оценочные.

Классификационные показатели раскрывают свойства товара, которые определяют его назначение, область применения и условия использования. Свойство товара может проявляться при его создании и при эксплуатации. Свойства могут характеризовать товар как объект проектирования (новизна, сложность, патентная чистота и т.д.), как объект производства (материалоемкость, энергоемкость и т.д.) и как объект потребления, эксплуатации (произво­дительность, мощность, скорость, надежность, безопасность, расход материа­лов I т.д.).

Оценочные показатели позволяют проанализировать соответствие пара­метров продукции технологическим требованиям и стандартам, а также для установления степени соответствия товара, его свойств, конкретной потребно­сти. По группам параметров (технических и экономических) проводится срав­нение для выяснения, насколько параметры близки к соответствующему пара­метру потребности и аналогов-конкурентов.

В группу параметров, используемых при оценке конкурентоспособности, входят: параметры назначения (функциональные), эргономические, эстетические и надежности в потреблении (нормативные параметры).

Параметры назначения характеризуют области применения продукции и функции, которые она обязана выполнить. По ним можно судить о содержании полезного эффекта, достигаемого с помощью использования продукции в кон­кретных условиях потребления. Параметры назначения подразделяются на: - классификационные (например, пассажировместимость для средств транспорта),

- технической эффективности (например, производительность станка),

- конструктивные (характеризуют основные проектно-конструкторские решения, использованные при разработке изделия). *Эргономические параметры* показывают продукцию с точки зрения ее со­ответствия свойствам человеческого организма при выполнении трудовых опера­ций или потреблении. *Эстетические параметры* характеризуют информацион­ную выразительность, рациональность формы, совершенство производственного исполнения продукции и стабильность товарного вида. Эти параметры моделиру­ют внешнее восприятие продукции и отражают именно такие ее внешние свой­ства, которые являются для потребителя наиболее важными.

*Нормативные параметры* отражают свойства продукции, которые регламентируются обязательными нормами, стандартами и законодательством на рынке, где эту продукцию предполагается продавать. Стандартизация - незаменимое средство обеспечения совместимости, взаимозаменяемости, унификации, типизации, надежности техники и информационных сетей, норм безопасности и экологических требований, единства характеристик и свойств каче­ства продукции, работ, процессов и услуг. Развитие стандартизации неразрыв­но связано с процессом управления качеством производства.

|  |  |
| --- | --- |
| Группа показателей | Конкретные показатели |
| Функциональные | Совершенство выполнения основной функции. Универсальность применения. Совершенство выполнения вспомогательных функций |
| Надежности в потребле­нии | Безотказность. Долговечность. Ремонтопригод­ность. Сохраняемость |
| Эргономические | Гигиенические. Антропометрические. Физиоло­гические.  Психофизиологические. Психологические |
| Эстетические | Художественная выразительность. Рациональность формы. Целостность композиции. Совершенство производственного исполнения. Стабильность товарного вида |

*Сравнительные показатели конкурентоспособности товаров*

Обобщенный алгоритм стратегического анализа:

1. Оценка конкурентоспособности продукции и привлекательность рынка.
2. Расчет количественных перспектив развития рынка (емкость, потенциал).
3. Определение приверженности потребителей компаниям, работаю­щим на рынке.
4. Расчет темпов роста отрасли и места, которое занимает выпускаемый ассортимент продукции.
5. Определение перспектив получения дохода, в зависимости от развития того или иного типа продукции.

В результате анализа дается одно из следующих заключений:

- продукция конкурентоспособна на данном рынке в сравниваемом классе изделий;

- продукция обладает низкой конкурентоспособностью;

- продукция полностью неконкурентоспособна.

Формирование стратегии повышения конкурентоспособности преследу­ет цель обеспечить конкурентное преимущество предприятия на рынке относительно фирм конкурентов. Конкурентные преимущества - это те характе­ристики рыночной деятельности предприятия, которые создают определенное превосходство над конкурентами. Превосходство оценивают в сравнении, поэ­тому оно является относительной характеристикой и обусловливается различ­ными факторами. Факторы превосходства группируют в две широкие катего­рии - внешнее и внутренне конкурентное преимущество. Внешнее конкурент­ное преимущество отражает «рыночную силу» товара, которая обусловлива­ет возможность его продажи по более высокой цене, чем аналогичного товара конкурента, и удовлетворение ожиданий покупателей, недовольных существу­ющими товарами. Внутреннее конкурентное преимущество базируется на пре­восходстве в отношении издержек производства, на более высокой производи­тельности, когда себестоимость товара ниже, чем у конкурента.

**Реализация бизнес-идей в предпринимательстве**

***Сущность и назначение бизнес-плана***

Вся информация о предпринимательском проекте, его перспективности, возможности осуществления и рентабельности систематизируется в форме **предпринимательского плана – основного документа, полностью характеризующего все исходные, аналитические и результативные данные о предпринимательском проекте.** В более широком смысле под бизнес-планом понимается документ, который необходим для организации любого вида предпринимательской деятельности, осуществления каких-либо проектов, существенных изменений в производстве и реализации товаров и услуг. Бизнес-план, как сценарий деятельности предпринимателя, дает оценку того, стоит ли реализовывать предпринимательский проект. В результате начинающий предприниматель экономит свои деньги, время и труд и находит наиболее оптимальное решение. Игнорирование систематической плановой работы часто приводит к принятию неэффективных управленческих решений, а в результате этого – к нерентабельности, казалось бы, перспективного предпринимательского проекта. План предпринимательского проекта, как рабочий документ, определяющий стратегию развития, необходим, прежде всего, самому предпринимателю, который с его помощью формализует и корректирует цели своего бизнеса, уточняет первоочередные задачи и определяет рациональные способы и пути их реализации. Предприниматель, благодаря этому документу, оценивает ожидаемые результаты, определяет стратегию их достижения, правильно и своевременно оценивает характер и размер предпринимательского риска. План позволяет также определить уровень затрат и тех цен, которые смогут обеспечить ожидаемые результаты. В конечном итоге бизнес-план характеризует возможности развития фирмы и ее позиции на рынке. Следовательно, данный документ, описывающий всю совокупность производственных и сбытовых условий работы фирмы, нужен в первую очередь самому предпринимателю, а также руководству фирмы. Он позволит им лучше организовать работу, придаст уверенность в правильности намеченных мероприятий.

Бизнес-план, поскольку он оценивает перспективы развития как внутри фирмы, так и за ее пределами, необходим для принятия таких решений, которые одобрили бы партнеры, соучредители или акционеры фирмы. Ведь на основании бизнес-плана решаются такие жизненно важные для фирмы вопросы, как распределение прибыли, выплата дивидендов, совершенствование организационной структуры производства, изменение характера взаимоотношений с фирмами-партнерами и т.д. **Таким образом, бизнес-план – это документ, представляющий собой результат комплексного исследования основных сторон деятельности предприятия; описания функционирования создаваемой или реконструируемой фирмы; рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы.** Бизнес-план в отличие от плана предприятия обычно отражает развитие одного конкретного направления его работы на определенном рынке. Предприятие может одновременно иметь несколько бизнес-планов. Степень детализации обоснований в бизнес-плане может быть различной. В малом бизнесе бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по объему и по содержанию.

***Требования, предъявляемые к структуре и содержанию бизнес-плана***

Качество бизнес-плана определяется соответствием плана ряду требований: **-** преемственность стратегического и текущего (тактического) планов; **-** социальная ориентация плана; **-** ранжирование объектов планирования по их важности; **-** адекватность плановых показателей; **-** согласованностьплана с параметрами внешней среды системы менеджмента; **-** вариантность плана; **-** сбалансированность плана при условии обеспечения по важнейшим показателям резерва; **-** экономическая обоснованность плана; **-** автоматизация системы планирования; **-** обеспечение обратной связи системы планирования. Рассмотрим содержание перечисленных принципов планирования.

**Преемственность стратегического и текущего планов** предусматривает, что состав текущих планов или разделов бизнес-плана должен повторять основные разделы стратегии фирмы. Количество плановых показателей в разделах бизнес-плана должно быть больше, чем в разделах стратегии фирмы. Чем меньше горизонт планирования, тем, в соответствии с пирамидой показателей, больше количество плановых показателей. Показатели бизнес-плана не должны противоречить утвержденным показателям стратегии фирмы они могут быть только более жесткими и выгодными фирме в текущий момент. **Социальная ориентация плана** предусматривает решение, наряду с техническими и экономическими проблемами, проблем обеспечения соответствия международным требованиям показателей экологичности, безопасности и эргономичности выпускаемых товаров и функционирования фирмы, а также показателей социального развития коллектива. **Ранжирование объектов планирования** по их важности необходимо осуществлять для рационального распределения имеющихся ресурсов. Например, если выпускаемые товары имеют примерно одинаковый уровень конкурентоспособности, то сначала необходимо направлять ресурсы на повышение конкурентоспособности товара, имеющего наибольший удельный вес (по стоимости продаж) в программе фирмы. **Адекватность плановых показателей** реальной действительности обеспечивается, во-первых, увеличением при прогнозировании альтернативных плановых показателей количества учтенных факторов, во-вторых, снижением ошибки аппроксимации или повышением точности прогнозов. **Согласованность плана** с параметрами внешней среды системы менеджмента обеспечивается анализом динамики факторов внешней среды и исследованием влияния этих факторов на плановые показатели. **Вариантность плана** обеспечивается разработкой не менее трех альтернативных вариантов достижения одной и той же цели и выбора оптимального варианта, обеспечивающего выполнение запланированной цели с наименьшими затратами на ее разработку и реализацию. **Сбалансированность плана** обеспечивается преемственностью баланса показателей по иерархии, например, функциональной модели объекта, стоимостной модели (при проведении функционально-стоимостного анализа), баланса поступления и распределения ресурсов и т.д. одновременно по важнейшим показателям следует обеспечить резерв.

**Экономическая обоснованность** плана является одним из важнейших принципов планирования. Окончательный выбор варианта плановых показателей должен осуществляться только после проведения системного анализа, прогнозирования, оптимизации и экономического обоснования альтернативных вариантов. **Автоматизация системы планирования** – один из принципов планирования, требующих применения современных информационных технологий и компьютерной техники, обеспечивающих кодирование информации на основе ее классификации, единство и системность информации по стадиям жизненного цикла объекта планирования, быструю обработку, надежное хранение и передачу информации лицу, принимающему решение. **Обеспечение обратной связи системы планирования** предполагает возможность лица – потребителя планов («выход» системы планирования) представлять предложения об изменении (корректировке) планов их разработчику. В условиях жесткой конкуренции тенденции в планировании следующие: сокращение сроков разработки планов (при сохранении или увеличении периода прогнозов), повышение качества планов за счет увеличения количества соблюдаемых принципов планирования, применения современных методов оптимизации и концепции маркетинга. Состав бизнес-плана и степень его детализации зависят от размеров будущего проекта и сферы, к которой он относится. Например, если предполагается наладить производство нового вида какой-либо продукции, то должен быть разработан весьма подробный план, диктуемый сложностью самого продукта и сложностью рынка этого продукта. Если же речь идет только о розничной продаже какого-либо продукта, то бизнес-план может быть более простым. Таким образом, состав и детализация бизнес-плана зависят от характера создаваемой организации – относится ли она к сфере услуг или к производственной сфере. Если организация производственная, то на состав и детализацию бизнес-плана повлияют вид товара и будет ли этот товар выпускаться для потребителей или для производителей. Состав бизнес-плана также зависит от размера предполагаемого рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив роста создаваемой организации.

***Методика составления бизнес-плана***

**Вводная часть** – пишется, как правило, уже после того, как составлен весь план. Она должна быть краткой (не более 2-3 страниц) и трактоваться как самостоятельный рекламный документ, так как в ней содержатся основные положения всего бизнес-плана. В ней указывается название и адрес организации, имена и адреса учредителей, основные положения предполагаемого проекта, его суть и цель, стоимость проекта, потребности в финансах. **Анализ положения дел в отрасли.** В этом разделе описываются основные направления и цели деятельности будущего проекта. Очень важно преподнести идею нового проекта в контексте сложившегося состояния дел в отрасли. Необходимо продемонстрировать глубокое понимание состояния организации и той отрасли индустрии, в которой она будет работать и конкурировать, так как одним из критериев на победу в конкурентной борьбе является ситуация на рынке продукции этого класса. В бизнес-плане рекомендуется дать анализ текущего состояния дел в отрасли и сведения о тенденциях развития. Рекомендуется также дать справку по последним новинкам, перечислить потенциальных конкурентов, указать их сильные и слабые стороны. Необходимо также изучить все прогнозы по данной отрасли и в результате ответить на вопрос, на какого именно потребителя рассчитаны товары или услуги организации. **Сущность предполагаемого проекта.** В этом разделе необходимо дать четкое определение и описание тех видов продукции или услуг, которые будут предложены на рынок. Следует указать некоторые аспекты технологии, необходимой для производства продукции. При описании основных характеристик продукции делается акцент на тех преимуществах, которые эта продукция несет потенциальным покупателям, а не на технических подробностях. Детальная информация технологического процесса может быть дана в приложении. Очень важно подчеркнуть уникальность или отличительные особенности продукции или услуг. Это может быть выражено в разной форме: новая технология, качество товара, низкая себестоимость или какое-то особенное достоинство, удовлетворяющее запросам покупателей. Также необходимо подчеркнуть возможность совершенствования данной продукции.

В этом разделе следует описать имеющиеся патенты или авторские права на приобретение или привести другие причины, которые могли бы воспрепятствовать вторжению конкурентов на рынок. Такими причинами могут быть, например, эксклюзивные права на распространение или торговые марки. **Анализ рынка.** Рынок и маркетинг являются решающими факторами для всех организаций. Самые гениальные технологии оказываются бесполезными, если на них нет своих покупателей. Поэтому этот раздел является наиболее трудным для написания. Необходимо убедить инвестора в существовании рынка для продукции и показать, что вы понимаете и можете продать на нем свою продукцию. Для этого важно определить тот сегмент рынка, который будет для организации главным. Как правило, новые организации могут успешно конкурировать лишь на одном, достаточно узком сегменте рынка. Выбор такого сегмента может зависеть и от остроты конкурентной борьбы, которая для одного типа продукции может быть слабее, для другого – сильнее. После определения конкурентного сегмента рынка приводится описание структуры клиентуры (покупателей) внутри этого сегмента. Любой бизнес и, в частности, обладающий хорошими идеями по совершенствованию продукции, рано или поздно столкнется с проблемой конкуренции. Поэтому очень важно определить непосредственных конкурентов, их сильные и слабые стороны, оценить потенциальную долю рынка каждого конкурента. Необходимо показать, что ваша продукция может конкурировать с точки зрения качества, цены, распространения, рекламы и других показателей. **План маркетинга.** В этом разделе необходимо показать, почему клиенты будут покупать продукцию. В нем описывается, каким образом предполагается продавать новый товар или услугу, какую за него назначить цену и как проводить рекламную политику. Конкретные детали маркетинговой стратегии часто оказываются сложными, комплексными и затрагивают такие области, как маркетинговая расстановка, ценовая политика, торговая политика, реклама и т.д. На действующих организациях план по маркетингу составляется на год вперед. За его выполнением внимательно следят и ежемесячно или даже ежедневно вносят в него поправку с учетом изменяющейся ситуации на рынке. В этом разделе делается маркетинговая расстановка (обеспечение конкурентоспособности продукции) и указываются основные характеристики продукции (работ или услуг) в сравнении с конкурирующими. Рассматриваются такие вопросы, как цены, ценовая политика, торговая политика, каналы сбыта, реклама и продвижение продукции на рынке, политика поддержки продукции, проявление интереса со стороны вероятных покупателей, прогноз новой продукции. **Производственный план.** В этом разделе должны быть описаны все производственные и другие рабочие процессы. Здесь же рассматриваются все вопросы, связанные с помещениями, их расположением, оборудованием, персоналом. Если создаваемая организация относится к категории производственных, то необходимо полное описание производственного процесса: как организована система выпуска продукции и как осуществляется контроль над производственными процессами, каким образом будут контролироваться основные элементы, входящие в стоимость продукции (например, затраты труда и материалов, как будет размещено оборудование). Если некоторые операции предполагается поручить субподрядчикам, следует дать о них сведения, включая название субподрядчика, его адрес, причины, по которым он был выбран, цены и информацию о заключенных контрактах. По тем операциям, которые предполагается выполнить собственными силами, необходимо дать схему производственных потолков, список производственного оборудования, сырья и материалов с указанием поставщиков (название, адрес, условия поставок), ориентировочную стоимость, а также список производственного оборудования, которое может понадобиться в будущем. Наконец, в этом разделе должны найти отражение вопросы. Насколько быстро может быть увеличен или сокращен выпуск продукции. Организационный план. В этом разделе указывается форма собственности создаваемой организации: будет ли это индивидуальная организация, товарищество или акционерное общество. Если это товарищество, необходимо привести условия, на которых оно строится. Если акционерное общество, необходимо дать сведения о количестве и типе выпускаемых акций. Приводится организационная структура будущей организации. Даются сведения о количестве персонала и расширения штата, обучении подготовке кадров, а также о привлечении консультантов, советников менеджеров. В этом разделе рассматриваются вопросы руководства и управления организацией. Объясняется, каким образом организована руководящая группа, и описывается роль каждого ее члена. Приводятся краткие биографические сведения обо всех членах совета директоров. Анализируются знания и квалификация всей команды в целом.

В этом же разделе должны быть представлены данные о руководителях основных подразделений, их возможностях и опыте, а также об их обязанностях. В этом разделе освещается механизм поддержки и мотивации ведущих руководителей, то есть, каким образом они будут заинтересованы в достижении намеченных в бизнес-плане целей, как будет оплачиваться труд каждого руководителя (оклад, премии, долевое участие в прибыли). Рекомендуется представить организационную схему с указанием места каждого руководителя в организационной иерархии. **Степень риска.** Каждый новый проект неизбежно сталкивается на своем пути с определенными трудностями, угрожающими его осуществлению. Для предпринимателя очень важно уметь предвидеть подобные трудности и заранее разработать стратегии их преодоления. Необходимо оценить степень риска и выявить те проблемы, с которыми может столкнуться бизнес. Главные моменты, связанные с риском проекта, должны быть описаны просто и объективно. Угроза может исходить от конкурентов, от собственных просчетов в области маркетинга и производственной политики, ошибок в подборе руководящих кадров. Опасность может представлять также технический прогресс, который способен мгновенно «состарить» любую новинку. Полезно заранее выработать стратегию поведения и предложить пути выходы из вероятных рискованных моментов в случае их внезапного возникновения. Наличие альтернативных программ и стратегий в глазах потенциального инвестора будет свидетельствовать о том, что предприниматель знает о возможных трудностях и заранее к ним готов. **Финансовый план.** Финансовый план является важнейшей составной частью бизнес-плана. Основные показатели финансового плана: объем продаж, прибыль, оборот капитала, себестоимость и т.д. Финансовый план составляется на 3-5 лет и включает в себя: план доходов и расходов, план денежных поступлений и выплат, балансовый план на первый год. При составлении финансового плана анализируется состояние потока реальных денег (потока наличности), устойчивость организации, источники и использование средств. В заключение определяется точка безубыточности.

Сводный прогноз доходов и расходов составляется, по крайней мере, на первые 3 года, причем данные за первый год должны быть предоставлены в месячной разбивке. Он включает такие показатели, как ожидаемый объем продаж, себестоимость реализованных товаров и различные статьи расходов. Зная ставки налога, можно получить прогноз чистой прибыли организации после вычета налогов.

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Основы предпринимательской деятельности. Пособие для выпускников и преподавателей учреждений высшего, среднего и начального профобразования юга Тюменской области: курс лекций. Тюмень. 2009.-148с. НОУ ДПО «Институт предпринимательства УрФО»

2. Озерова О. П. Экономика для колледжей. Базовый курс/серия «Среднее специальное образование» / О.П. Озерова. - Ростов н/Д: «Феникс», 2006.-256с.

3. Двойников С.И. Менеджмент в сестринском деле: Учебное пособие/ С.И. Двойников: -2-е изд. - Ростов н\Д. Феникс.2007.-511с.

**Дополнительные источники:**

Л.М. Ужахова, С.Л. Дмитриева. Менеджмент: Учебное пособие 2-е изд. Тюмень 2009.

*Электронные образовательные ресурсы:*

Сайт Департамента инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства [Электронный ресурс] URL: www.business-tmn.ru

*Периодические издания:*

1.Рекламно-информационный журнал для руководителей нового поколения «National Business» 2014,2015г

2.Тюменский Бизнес журнал 2015,2016г