

Владимирский государственный университет

ОСНОВЫ БИЗНЕСА

Учебное пособие

Владимир 2025

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

ОСНОВЫ БИЗНЕСА

Учебное пособие

Электронное издание

Под общей редакцией профессора И. Б. Тесленко



Владимир 2025

ISBN 978-5-9984-1972-0

© ВлГУ, 2025

УДК 347.71
ББК 65.29

Авторы:

И. Б. Тесленко (введение, заключение, гл. 1), М. П. Вахромеева (гл. 3),
Д. В. Виноградов (гл. 5), А. М. Губернаторов (гл. 2),
И. Ю. Куликова (гл. 3), Н. В. Муравьева (гл. 6), Н. О. Субботина (гл. 4),
Н. В. Абдуллаев (гл. 2), К. Н. Носова (гл. 5), А. Е. Щербаков (гл. 4)

Рецензенты:

Кандидат экономических наук, доцент
зав. кафедрой экономики и финансов Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации (Владимирский филиал)
Д. В. Кузнецов

Генеральный директор СП ООО «ТехноСтройИнвест»
В. А. Ващурин

Издается по решению редакционно-издательского совета ВлГУ

Основы бизнеса [Электронный ресурс] : учеб. пособие /
И. Б. Тесленко [и др.] ; под. общ. ред. проф. И. Б. Тесленко ; Вла-
дим. гос. ун-т им. А. Г и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во
ВлГУ, 2025. – 163 с. – ISBN 978-5-9984-1972-0. – Электрон. дан.
(2,42 Мб). – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Систем. требова-
ния: Intel от 1,3 ГГц ; Windows XP/7/8/10 ; Adobe Reader ; диско-
вод CD-ROM. – Загл. с титул. экрана.

Излагаются цели и задачи, подходы и методы, охватывающие основные теоретические и прикладные аспекты организации различных видов предпринимательства и бизнеса, а также вопросы, связанные с созданием и ликвидацией субъектов бизнеса, формированием среды бизнеса, экономическими основами организации партнерских связей, предпринимательскими рисками.

Предназначено для бакалавров и магистров направлений подготовки 38.03.05, 38.04.05 «Бизнес-информатика» и других экономических направлений всех форм обучения, а также для аспирантов, руководителей компаний и специалистов, занимающихся вопросами организации и ведения бизнеса.

Рекомендовано для формирования профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО.

Ил. 12. Табл. 6. Библиогр.: 17 назв.

ISBN 978-5-9984-1972-0

© ВлГУ, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. СУЩНОСТЬ БИЗНЕСА, ЕГО ПРИНЦИПЫ И ПРИЗНАКИ	7
1.1. Сущность бизнеса, его функции, значение и современные особенности.....	7
1.2. Принципы бизнеса.....	13
1.3. Признаки бизнеса	17
Вопросы и задания	19
Глава 2. СОЗДАНИЕ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА	22
2.1. Регистрация субъектов предпринимательской деятельности	22
2.2. Организационно-правовые формы предпринимательства	25
2.3. Отличительные признаки субъектов бизнеса.....	31
Вопросы и задания.....	34
Глава 3. ВИДЫ БИЗНЕСА	36
3.1. Классификационные признаки разделения бизнеса на отдельные виды.....	36
3.2. Ключевые виды бизнеса	43
3.3. Информационное предпринимательство как новейший вид бизнеса	49
Вопросы и задания.....	51
Глава 4. ФОРМИРОВАНИЕ СРЕДЫ БИЗНЕСА	57
4.1. Задачи и специфика начального этапа становления бизнеса. Ранжирование целей. Технологическая и организационная специфика.....	57
4.2. Внутренняя и организационная среда фирмы.....	64
4.3. Бизнес-план. Сущность, виды, структура, значение	71

4.4. Экономическая среда бизнеса. Деловые связи, инфраструктура бизнеса и рынок. Конкуренция	80
4.5. Неэкономическая среда бизнеса	90
Вопросы и задания	92
 Глава 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПАРТНЕРСКИЕ СВЯЗИ.....	95
5.1. Основной капитал и выявление потребности в нем	95
5.2.оборотный капитал и потребности в нем	110
5.3. Кредитование. Дисконтирование. Компаундинг	123
5.4. Сотрудничество и партнерские связи	128
Вопросы и задания.....	131
 Глава 6. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ.....	137
6.1. Сущность и классификация рисков	137
6.2. Организация управления рисками	140
6.3. Информационные технологии в управлении рисками	144
6.4. Обзор рынка информационных технологий для риск-менеджмента	149
Вопросы и задания.....	155
 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	160
 РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЙ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	161

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность учебного пособия «Основы бизнеса» заключается в том, что оно предоставляет базовые знания и навыки, необходимые для успешного осуществления бизнес-деятельности в современном экономическом и социальном контексте. Вот несколько примеров актуальности пособия:

1. Изменяющаяся экономическая ситуация. В наше время бизнес-среда постоянно меняется и требует от предпринимателей непрерывного обновления знаний и умений. Пособие помогает студентам усвоить современные методы, стратегии и инструменты, которые позволят им быть успешными в современном бизнес-мире.

2. Глобализация. Торговля и коммуникации стали глобальными, что предоставляет новые возможности и вызовы для бизнеса. Книга обучает студентов основам международного бизнеса, включая межкультурные навыки, маркетинг за рубежом и глобальные тренды, что наиболее важно в условиях современной глобализации.

3. Развитие технологий. Технологический прогресс существенно влияет на бизнес-практики и требует от предпринимателей повышенной компетентности в области цифровых инструментов. Учебное пособие помогает студентам разобраться в основах цифрового маркетинга, интернет-торговли и других современных технологических инструментов, позволяет им эффективно вести свой бизнес.

4. Повышение конкуренции. С ростом числа предпринимателей и запуском новых стартапов возникает острая необходимость в коммерческих навыках и знаниях основ бизнеса. Издание предоставляет студентам необходимые инструменты и информацию для управления конкурентоспособностью их бизнеса в современной конкурентной среде.

В целом основы бизнеса остаются актуальными и важными для всех желающих развиваться в бизнесе, пособие способствует созданию крепкой основы и освоению ключевых принципов для успешной предпринимательской деятельности в любом современном бизнес-окружении.

На решение указанных выше вопросов и направлено содержание учебного пособия. Оно ориентировано прежде всего на подготовку студентов по дисциплине «Основы бизнеса», но может быть эффективно использовано при изучении таких дисциплин, как «Основы предпринимательской деятельности», «Бухгалтерский и управленческий учет», а также при обучении магистрантов направления подготовки 38.04.05 – Бизнес-информатика.

Представленное издание призвано формировать у студентов определенную систему знаний в области:

- понимания сущности, содержания и особенностей реализации бизнеса в современных условиях;
- формирования практических навыков по организации бизнеса;
- формирования навыков принятия управленческих решений при выборе бизнес-идеи, направлений развития бизнеса, для достижения его эффективности и преодоления возникающих проблем.

При написании пособия авторский коллектив руководствовался следующими важнейшими методологическими и методическими положениями: содержание учебного пособия должно полностью соответствовать ФГОС ВО для подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.04.05 «Бизнес-информатика»; дополнительный материал может быть использован студентами для углубления знаний при подготовке докладов, рефератов, контрольных работ, а также магистрантами, аспирантами и преподавателями.

Издание подготовлено преподавателями кафедры «Бизнес-информатика и экономика» Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых.

Глава 1. СУЩНОСТЬ БИЗНЕСА, ЕГО ПРИНЦИПЫ И ПРИЗНАКИ

1. Сущность бизнеса, его функции, значение и современные особенности.
2. Принципы бизнеса.
3. Признаки бизнеса.

1.1. Сущность бизнеса, его функции, значение и современные особенности

Термин «бизнес» (business) в переводе с английского означает дело, предприятие. Существует большое количество определений понятия «бизнес», которые отражают тот или иной аспект этого явления.

Бизнес – это любой вид деятельности, приносящий доход или иные личные выгоды.

Бизнес – самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке, с целью удовлетворения общественных потребностей.

Бизнес – это четко налаженная система деятельности, представляющая собой реакцию одних людей на потребности других. Поэтому бизнес можно определить как отношения между людьми, имеющими разные цели: одни испытывают потребность в чем-то, а другие ее удовлетворяют, получая доход¹.

Еще в XVIII веке Р. Кантильон охарактеризовал предпринимательство (бизнес) как экономическую деятельность, в процессе которой приводятся в соответствие товарное предложение и спрос в условиях постоянного риска.

За время возникновения и становления бизнеса сменилось несколько концепций понимания его сущности.

1. Критическая концепция. Бизнес – это совокупность действий разных субъектов рыночных отношений с целью обогащения.

¹ Бизнес: сущность, функции и классификация. URL: <https://mir-fin.ru/business.html?ysclid=ln0gbd8t12638111117> (дата обращения: 10.02.2023).

2. Позитивная концепция. Бизнес – общественно полезная деятельность, основанная на личной инициативе с целью производства товаров и услуг.

3. Прагматическая концепция. Бизнес – это инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой страх и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела и удовлетворяющая потребности всего общества.

Часто слова «бизнес», «предпринимательство», «экономика», «менеджмент» трактуются как синонимы.

В частности, бизнес определяют как предпринимательскую деятельность, которая ведется субъектами рыночной экономики и государственными органами за счет собственных или заемных средств под свою ответственность и главными целями которой являются получение прибыли и развитие собственного дела².

На самом деле между содержанием терминов «менеджмент», «бизнес» и «предпринимательство» есть некоторая разница (табл. 1).

Таблица 1. Разница понятий «менеджмент», «бизнес», «предпринимательство»

Термин	Содержание
Менеджмент	Функция управления капиталом Процесс постоянный в рамках хозяйствующего субъекта Используются известные подходы и концепции управления Средняя степень риска
Бизнес	Традиционный вид деятельности Функция владения капиталом Осуществление единичных разовых сделок в любой сфере деятельности Процесс часто кратковременный Используются готовые стандартные модели деятельности Риск минимален

² Исследование сущности бизнеса и предпринимательства. <http://elibrary.ru> ; Бизнес и предпринимательство. Понятие и сущность. URL: <https://econ.wikireading.ru/26876?ysclid=ln0qkv3vi271097705> (дата обращения: 10.02.2023).

Термин	Содержание
Предпринимательство	Функция управления нововведениями Процесс длительный Творческий подход, инициатива, активный поиск новых решений, нестандартный подход к работе Гибкость, постоянная самообновляемость Высокая степень риска

Несмотря на определенную схожесть, бизнес в целом более широкое понятие, так как охватывает значительное число людей, разные сферы экономики и жизни общества. В нем участвуют собственники, наемные работники, государственные органы и другие стейкхолдеры. Обычный бизнес рассматривается как рутинная, однообразная деятельность с целью получения прибыли.

Предпринимательство имеет четкую цель, решение которой требует минимального количества людей.

Предприниматель – это человек поиска и реализации новых возможностей для разработки и освоения товаров, услуг, нахождения лучших способов обслуживания потребителей, новых форм приложения капитала.

Австрийский исследователь Й. Шумпетер писал: «Быть предпринимателем – значит делать не то, что делают другие... и не так, как делают другие».

Этим предпринимательство отличается от обычного бизнеса. Например, открытие еще одного магазина по продаже напитков является бизнесом, но здесь нет предпринимательства, хотя довольно часто бизнес осуществляется на основе предпринимательства и предполагает предпринимательский подход в организации дела.

Итак, понятие «бизнес» шире понятия «предпринимательство» не только по своему содержанию, но и по составу участников, ибо бизнес охватывает отношения между всеми участниками рыночной экономики и включает действия не только бизнесменов, но и потребителей, наемных работников, государственных структур³.

³ Сущность, цели и виды бизнеса. URL: <https://msd.com.ua/osnovy-biznesa/sushhnost-celi-i-vidy-biznesa/?ysclid=ln0qq06in3381640689> (дата обращения: 10.02.2023).

В научной литературе по ряду признаков различают понятия «экономика» и «бизнес». Разница между ними представлена в табл. 2.

Таблица 2. Различия между бизнесом и экономикой

Признак	Экономика	Бизнес
Широта понятия	Более общее понятие, охватывает микро-, макро-, мезо- и мегауровни производства, обмена деятельностью и потребления продукции	Более конкретная характеристика отношений, складывающихся между определенными субъектами на всех структурных уровнях экономики
Отношение к конкуренции	Ограничивается указанием на необходимость конкуренции	Важны анализ поведения конкурентов, формы и тип соперничества, причины такого поведения и их коррекция
Отношение к правовым нормам	Фиксация (констатация) наличия правовых норм	Правовые нормы определяют «коридор» свободы и поведения конкретного субъекта бизнеса ⁴

Из таблицы понятно, что экономика – более широкое и общее понятие по сравнению с предпринимательством.

Для упрощения понимания сущности бизнеса будем считать термины «бизнес» и «предпринимательство» синонимами, как это принято в отечественной научной сфере.

Цель любого бизнеса – получение прибыли, а мотивы для занятия бизнесом у людей могут быть совершенно разными: это и потребность в самореализации, и важность признания таланта и способностей, и желание быть уважаемым, и стремление к финансовой независимости и стабильности, и продолжение традиций семейного бизнеса и др.

Й. Шумпетер выделяет три основных мотива деятельности предпринимателя:

а) потребность в господстве, власти, влиянии;

⁴ Основы бизнеса: учеб. для студентов 1-го курса эконом. специальностей. 4-е изд., перераб. и доп. / отв. ред. Ю. Б. Рубин ; 2-й Моск. междунар. ин-т эконометрики, информатики, финансов и права (1/3). URL: <http://dissers.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

- б) воля к победе, стремление к успеху;
- в) радость творчества.

Бизнес – это бесконечный процесс, даже несмотря на изменения, происходящие во внешней среде. Потребности людей меняются, и бизнес чутко на это реагирует. Постоянная трансформация видов деятельности, появление новых – свидетельство того, что остановить этот процесс невозможно.

Бизнес обеспечивает занятость населения, сохраняя и повышая уровень жизни граждан.

Государство поддерживает бизнес для создания мощной и стабильной экономики. У государства и бизнеса взаимовыгодный интерес: без стабильной экономики невозможно эффективное ведение бизнеса, так же как и без бизнеса невозможна эффективная экономика.

Экономически сильное государство предоставляет максимум условий для развития собственного дела. Этим страна укрепляет свои позиции и обеспечивает уверенность в будущем предприимчивых граждан.

Исходя из вышесказанного, экономисты подчеркивают важность бизнеса как:

- источника дохода для всех его участников;
- способа удовлетворения потребностей за счет производства продукции, оказания услуг;
- сферы обеспечения граждан рабочими местами.

Сущность бизнеса очень многогранна. Предприниматель изыскивает необходимые ресурсы, соединяя их на предприятии с целью получения востребованного продукта или услуги, поэтому сколько будет существовать человеческое общество, столько будет жить бизнес как вид деятельности⁵.

Успех в бизнесе зависит от предпринимателя. Бизнес для него должен стать образом жизни, мышления, способом взаимодействия с другими субъектами общества. Бизнесмен – это лидер, человек, который создает команду активных, инициативных, разделяющих его взгляды, идеи и надежды единомышленников⁶. Синергетический эффект взаимодействия этих людей может привести к успеху.

⁵ Бизнес-понятие – Бизнес: понятие бизнеса. URL: <https://infocons.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

⁶ Сущность, цели и виды бизнеса. URL: <https://msd.com.ua/osnovy-biznesa/sushhnost-celi-i-vidy-biznesa/?ysclid=ln0qq06in3381640689> (дата обращения: 10.02.2023).

Любая предпринимательская деятельность выполняет следующие функции:

1. Благодаря бизнесу складываются специальные экономические связи внутри государства, инициируя здоровую конкуренцию и формируя цены. В результате создается национальный продукт, умножается ВВП и национальный доход.

2. Бизнес позволяет преобразовывать все виды ресурсов в готовый продукт.

3. Налоги от предпринимательской деятельности служат одним из основных источников поступлений в бюджет.

4. Бизнес создает новые рабочие места и снижает уровень безработицы.

5. Реализует творческие начинания и инициирует инновации.

6. Позволяет развивать организаторские способности и аналитические умения⁷.

Современный бизнес стал важным инструментом глобализации, для него характерны следующие особенности:

1. Доступность и всеобщность.

2. Развитие практики социального партнерства.

3. Образец для подражания.

4. Поэтапность развития. Бизнес начинается с идеи, маленьких стартапов и по мере развития может масштабироваться до размеров международной корпорации⁸.

5. Научная обоснованность. Бизнес – это особый процесс, развитие которого зависит от объективных законов, развития теории и практики управления предпринимательской деятельностью.

6. Технологическая глобализация. Цифровые технологии, инновации в производстве, управлении, коммуникациях меняют поведение предпринимателей и наемных работников (работа онлайн, быстрая реакция на малейшие динамические изменения, широкий охват всех рынков, контрагентов и клиентов).

7. Помогает человеку самореализоваться, выявить его способности, определиться в выборе профессии и рода занятий.

⁷ Цели и функции бизнеса. URL: <https://fb.ru/article/455648/tseli-i-funktsii-biznesa?ysclid=ln0qty6cc7373360601> (дата обращения: 10.02.2023).

⁸ Векслер В. А. Функции бизнеса в современном мире. URL: <https://novainfo.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

8. Влияние на политическую жизнь. Деловой мир воздействует на принятие государственных решений: избирательные кампании, формирование органов государственной и муниципальной власти. Тем самым бизнес выступает одним из главных факторов становления и развития гражданского общества.

9. Состояние бизнеса, методы хозяйственной деятельности оказывают влияние на ценностные ориентиры части общества, настроение граждан, выбор жизненной позиции⁹ и т. д.

10. Этика деловых отношений влияет на нравственную атмосферу в обществе.

11. Бизнес использует новинки научно-технического прогресса, совершенствуя основы производства.

12. Обеспечивает функционирование и развитие социума, поддерживая образование, здравоохранение, науку, спорт, культуру, искусство¹⁰, приобретая черты социально ответственного бизнеса.

Таким образом, современный бизнес – это уникальное явление, которое аккумулирует запросы общества, регулирует его поведение и одновременно становится триггером его развития. Бизнес меняет мир, взаимоотношения, культуру и жизнь личности. Однако, изменяя общество, бизнес и сам изменяется.

Он опирается на определенные принципы.

1.2. Принципы бизнеса

Основные принципы бизнеса – это те постулаты, которые лежат в основе успешного функционирования любого предприятия независимо от его размера или отрасли¹¹.

Принцип (от лат. *prīncipiūm*; дословно – «первейшее») – это основа, начало, первоначало, на котором создаются научные теории, законы, строятся взаимоотношения и любая деятельность.

Выделяют следующие основные принципы бизнеса:

– принцип ограниченности и обмена. Любой бизнес испытывает постоянные ограничения, особенно это касается ресурсов, поэтому обмен ресурсами между предпринимателями может оказаться выходом из сложной ситуации;

⁹ Векслер В. А. Функции бизнеса в современном мире. URL: <https://novainfo.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

¹⁰ Там же.

¹¹ Основные принципы бизнеса. URL: <https://www.burn-soft.ru/osnovnye-printsipy-biznesa/?ysclid=ln0r81ko88737293554> (дата обращения: 10.02.2023).

- состязательность. Конкуренция между предпринимателями способствует улучшению качества товаров, снижению цен, созданию новых видов товаров, что, с одной стороны, крайне выгодно покупателям, а с другой – способствует развитию самого бизнеса;
- принцип свободы и неограниченности человеческого потенциала;
- принцип неопределенности будущего. Бизнесу никто не может дать гарантий на удачный исход дела¹²;
- принцип возвышения потребностей. Он подталкивает предпринимателей к активной, новаторской деятельности;
- принцип общности. Разделение труда ведет к развитию деловых отношений не только внутри страны, но и за рубежом;
- принцип развития собственности. Укрепить свое положение в обществе можно, расширяя количество объектов собственности. Формы собственности должны способствовать развитию деловой инициативы, не сдерживать ее, что в свою очередь будет стимулировать развитие экономики;
- принцип компромисса. Иногда для достижения важных целей в будущем, стабильности, комфортности существования предпринимателям стоит уступить, отказавшись от собственных интересов в пользу интересов других субъектов бизнеса;
- принцип свободы выбора¹³. Это право выбора объекта бизнеса и партнеров. В этом заключается смысл рыночной экономики;
- принцип субъективизма. Все сделки основываются на свободном, субъективном (сугубо индивидуальном) выборе. У каждого предпринимателя свои критерии выбора, которые основаны на его представлении о том, как надо вести бизнес, о риске, о неопределенности, ответственности и т. д.;
- принцип ценности. Каждый объект бизнеса обладает ценностью. И эта ценность является критерием для осуществления выбора благ;
- принцип стремления к определенности. Субъекты бизнеса занимаются маркетинговой деятельностью, организуют материально-техническое обеспечение, работу с персоналом, пытаются упорядочить свою деятельность;

¹² Цели и функции бизнеса. URL: <https://fb.ru/article/455648/tseli-i-funktsii-biznesa?ysclid=ln0qty6cc7373360601> (дата обращения: 10.02.2023).

¹³ Актуальные проблемы экономики, политики и права: сб. докл. Вып. № 21. 2008. URL: <http://maem.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

– принцип ассоциативности. Все предприниматели используют установившиеся в обществе формы деловых отношений, т. е. действуют по аналогии с предшественниками или своим прошлым опытом;

– принцип риска. Риск появляется в связи с неопределенностью и неправильной организацией деятельности, ошибками в менеджменте;

– принцип рациональности. Все решения предпринимателя должны быть тщательно продуманы, просчитаны, обоснованы. Они должны исходить из анализа конъюнктуры рынка (состояние спроса и предложения), учета собственных возможностей и интересов и действий конкурентов. В противном случае предприниматель потерпит неудачу;

– принцип анализа. Предприниматель постоянно должен держать в поле зрения все свои деловые контакты, мониторить рыночную ситуацию, оценивать собственные достижения и неудачи и отслеживать действия других субъектов бизнеса. Стратегический анализ позволит оценить перспективы деятельности;

– принцип стоимости. Стоимостная оценка деятельности позволяет предпринимателю соотносить свои доходы с затратами, сравнивать свои цены с ценами конкурентов и оценивать свои позиции и правильность своего выбора;

– принцип ответственности. Предприниматель отвечает за принятые на себя обязательства перед клиентами, контрагентами, акционерами, работниками, государством;

– принцип синтеза. Предполагает наряду с личным эгоистическим интересом учитывать и общественные интересы. Это позволяет обществу существовать как единому целому и развиваться посредством развития каждого из субъектов бизнеса;

– принцип взаимодействия со средой (внешней и внутренней). Бизнес развивается под воздействием среды и в свою очередь вызывает ее трансформацию;

– принцип концентрации ресурсов. Предприниматель постоянно отбирает необходимые для деятельности ресурсы, концентрирует их на своем предприятии, а потом соединяет в той или иной комбинации в процессе производства;

– принцип диссипативности. Диссипативность – это потеря энергии. По мере существования бизнеса в спросе и предложении происходят закономерные изменения и предприниматель должен осознавать, что рано или поздно его продукция или услуга станут невостребованными, его деятельность станет неэффективной, предприятие придется закрыть или оно будет поглощено более сильным конкурентом. Это закон жизни. Чтобы такого не произошло предпринимателю всегда надо помнить об этом и искать новые идеи для развития, действовать инициативно;

– принцип креативности, или инноваций¹⁴. Это конструктивная деятельность, противоположная диссипативности;

– принцип дифференциации. Деятельность предпринимателей крайне разнообразна, основана на разделении труда и специализации производства. Это позволяет более полно удовлетворять растущие потребности общества;

– принцип системной интеграции. Бизнес представляет собой систему, где все субъекты взаимодействуют с целью преодоления антагонистических противоречий;

– принцип системной самоорганизации. Входя в систему, каждый субъект самоорганизуется, делаясь динамичным, способным к устойчивым деловым отношениям¹⁵;

– принцип эффективного управления ресурсами. Здесь важно понять, какие ресурсы являются наиболее критическими для достижения поставленных целей, и сконцентрировать усилия на их оптимальном использовании;

– принцип ориентации на потребителя. Это наиболее полное удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов, создание продуктов или услуг, которые идеально подходят для решения их проблем или удовлетворения их потребностей. Для этого проводятся исследование рынка, анализ поведения и предпочтений целевой аудитории, применяются разные стратегии маркетинга, которые помогают привлечь и удержать клиентов;

¹⁴ Актуальные проблемы экономики, политики и права: сб. докл. Вып. № 21. 2008. URL: <http://maem.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

¹⁵ Принципы и признаки бизнеса в современной рыночной экономике. Принципы бизнеса. URL: <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fkomestra.tomsk.ru%2Fftpgetfile.php%3Fid%3D151&wdOrigin=BROWSELINK> (дата обращения: 10.02.2023).

– принцип этического ведения бизнеса. Предполагает открытость, честность, уважение, ответственность и доверие в деловых отношениях. Этические принципы ведения бизнеса способствуют созданию долгосрочных источников конкурентного преимущества компании, укреплению ее репутации и увеличению доверия со стороны клиентов и партнеров¹⁶.

Названные принципы служат основой для ведения эффективного бизнеса. Бизнес обладает рядом признаков.

1.3. Признаки бизнеса

Признаки бизнеса – это способы проявления внутренне присущих деловым отношениям принципов бизнеса, его характерных черт в процессе взаимодействия субъектов¹⁷.

Различают родовые и видовые признаки бизнеса.

Родовые признаки: способы проявления деловых отношений, присущие любым формам сделок между субъектами бизнеса, это то важное в бизнесе, без чего он не может быть бизнесом.

Видовые признаки: способы проявления деловых отношений, присущие определенному историческому типу развития хозяйства.

В современной рыночной экономике можно встретить и родовые, и видовые признаки, свойственные только данному этапу развития экономики.

Родовые признаки (не зависят от исторического периода развития общества):

- обмен деятельностью между участниками сделок;
- противоречивый характер сделок (цели субъектов бизнеса различны и поэтому не всегда совпадают);
- стремление каждого участника сделки навязать другим свои интересы, чтобы добиться относительно лучших условий существования по сравнению с другими субъектами;

¹⁶ Основные принципы бизнеса. URL: <https://www.burn-soft.ru/osnovnye-printsipy-biznesa/?ysclid=ln0r81ko88737293554> (дата обращения: 10.02.2023).

¹⁷ Организационно-экономические аспекты формирования и развития современных систем бизнеса : учеб. пособие для высш. проф. образования / С. А. Измалкова [и др.]. Опел. 2012. URL: http://le/employee/1127/Organizatsionnoekonomicheskie_aspekty_formirovaniya_i_razvitiya_sovremennyh_sistem_biznesa.pdf (1/11) <http://gu-unpk.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

- стремление участников сделки реализовать свои интересы независимо от того, реализуются ли при этом интересы других участников сделки;
- инициативный характер деятельности участников сделки;
- готовность идти на персональный риск для успешного проведения сделки;
- способность и умение проводить различные приемы делового общения с целью достижения наибольшей конкурентоспособности;
- умение дифференцировать вероятные и действенные результаты сделок;
- способность определять приоритеты деятельности и подчинять им логику делового общения;
- способность к достижению компромисса с целью совершения взаимовыгодной сделки.

Эти родовые признаки проявляются в полной мере в современной рыночной экономике¹⁸.

Каждой форме экономики и общественной жизни присущи свои видовые особенности деловых отношений.

Так, в первобытной экономике деловое общение осуществлялось в рамках замкнутых коллективов (родов, племен).

В эпоху рабовладения рабы не составляли в полной мере группу субъектов деловых отношений, поскольку находились в личной зависимости. Однако процессы превращения людей в рабов и освобождение от рабства имели вполне деловую природу. Добровольная и принудительная работорговля – особый вид бизнеса.

Особые видовые признаки бизнеса характерны и для феодализма. Этот период характеризуется активными военными захватами, которые основывались на эгоистических интересах приобретения дополнительных ресурсов. В этот период закладывались основы колониальной системы.

В СССР при социализме считалось, что бизнеса нет, а между тем он существовал. Бизнес осуществляли только государственные органы, частное предпринимательство было запрещено. Однако в советской экономике предпринимательством занимались нелегалы (поиск дефицитных благ). Для советской экономики был характерен рынок

¹⁸ Организационно-экономические аспекты формирования и развития современных систем бизнеса : учеб. пособие для высш. проф. образования / С. А. Измалкова [и др.]. URL: <http://gu-unpk.ru> (дата обращения: 10.02.2023).

продавца, диктат монополистов, который не был ориентирован на покупателей.

Для зарубежной рыночной экономики и современной экономики России характерны следующие признаки бизнеса: экономическая свобода, равенство всех типов собственности, регулирование национальной и международной экономики. Современная рыночная экономика – это рынок покупателя.

Современные рыночные отношения в разных странах различаются в зависимости от особенностей исторического развития стран (в США – ограниченное вмешательство государства в экономику, во Франции – весьма значительна роль государственного управления, Японии присущ корпоративный патернализм), но тем не менее родовые признаки остаются у всех общие.

Вопросы и задания

Вопросы для обсуждения

1. Какие определения бизнеса вы знаете и почему их такое разнообразие?
2. Какая концепция бизнеса сейчас доминирует и почему?
3. Познакомившись с понятиями «бизнес», «предпринимательство», «экономика» и «менеджмент», дайте развернутую характеристику бизнесу и определите место бизнеса среди данных категорий.
4. Назовите функции бизнеса и приведите примеры, иллюстрирующие их.
5. Какие основные факторы определяют современные особенности бизнеса?
6. На конкретных примерах проиллюстрируйте одну-две особенности современного бизнеса.
7. Какие принципы бизнеса существуют и почему, на ваш взгляд, им обязательно нужно следовать?
8. Чем видовые признаки бизнеса отличаются от родовых?
9. Какими отличительными признаками характеризуется бизнес в США, Европе, России?
10. Дайте характеристику предпринимателя как субъекта бизнеса.

Тест для самоконтроля

1. *Что такое предпринимательство?*

а) добровольная деятельность человека, который, пользуясь либо распоряжаясь экономическими благами, самостоятельно или с привлечением наемного труда предпринимает меры по производству нового продукта с целью получения дохода;

б) принудительная деятельность экономического агента, нацеленная на получение прибыли и дохода путем эффективного сочетания ограниченных ресурсов;

в) процесс создания предприятий, занимающихся экономической деятельностью для удовлетворения потребностей населения;

г) процесс создания дополнительной стоимости в экономических системах.

2. *Существующие различные теоретические подходы к сущности бизнеса условно объединяются в ... концепции(ю):*

а) одну;

б) две;

в) три.

3. *Противоположностью критической концепции бизнеса является ... концепция бизнеса.*

а) позитивная;

б) прагматическая;

в) стандартная.

4. *Принципы бизнеса ... от воли и желания людей.*

а) зависят;

б) не зависят;

в) частично зависят.

5. *Предпринимательство является самостоятельной, осуществляемой на свой риск деятельностью, направленной на систематическое получение прибыли:*

а) от пользования личным имуществом;

б) работы на государственном предприятии;

в) продажи товаров;

г) пенсии или выходного пособия.

6. *Что является формулой предпринимательства?*

а) высокий уровень неопределенности в условиях рынка;

б) получение максимальной прибыли при минимальном риске;

в) стабильная работа предприятия.

7. Цель предпринимательства:

а) производство нового продукта в условиях риска;

б) удовлетворение спроса населения;

в) получение прибыли; непрерывность производственного процесса, связанного с воспроизводством спроса и удовлетворением постоянно меняющихся, постоянно возрастающих потребностей;

г) создание рабочих мест.

8. Субъектами предпринимательства могут быть:

а) физические лица;

б) физические и юридические лица;

в) юридические лица.

9. Кто автор слов «Доход предпринимателя – это плата за риск»?

а) А. Друкер;

б) Т. Мальтус;

в) Й. Шумпетер;

г) Р. Кантильон.

10. Какая черта не относится к характеристике преуспевающего предпринимателя:

а) безоговорочная уверенность в своей правоте;

б) готовность при необходимости начать все сначала;

в) понимание главенствующей роли потребителя;

г) оптимальное использование всех ресурсов.

Задание

Опишите достоинства и недостатки (трудности) предпринимательства, заполнив таблицу.

Достоинства	Недостатки

Как вы думаете, от чего зависит успех предпринимателя?

Кейс

Петр Иванович получил наследство и решил организовать собственный бизнес, открыть фитнес-центр. Взял кредит в банке, купил бизнес-план у хорошего специалиста и спустя шесть месяцев открыл свой фитнес-центр. Предприниматель считал, что на этом его миссия закончена и можно пожинать плоды, постепенно возвращать кредит и получать прибыль.

Но конкуренты, у которых уже был подобный фитнес-центр в этом районе, решили «переманивать» клиентов Петра Ивановича недобросовестным путем. Петр Иванович не был к этому готов, в это время налоговая служба и пожарная инспекция начали серьезную проверку его организации. Такого поворота событий Петр Иванович не ожидал, и вскоре на месте его фитнес-центра открылся магазин, но уже совершенно с другим хозяином. Бизнес Петра Ивановича прогорел вместе с наследством.

Вопросы:

Почему так произошло?

Какие принципы не учел в своей деятельности Петр Иванович?

Что вы можете сказать о чертах характера Петра Ивановича и задатках как предпринимателя.

Глава 2. СОЗДАНИЕ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА

1. Регистрация субъектов предпринимательской деятельности.
2. Организационно-правовые формы предпринимательства.
3. Отличительные признаки субъектов бизнеса.

2.1. Регистрация субъектов предпринимательской деятельности

Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности – это документальное засвидетельствование факта создания субъекта предпринимательства, государственный учет и ведение реестра субъектов предпринимательства. Правовое значение государственной регистрации субъекта предпринимательства состоит в том, что с момента регистрации он приобретает статус юридического лица.

Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности осуществляется в исполнительном комитете районного (городского, районного в городе) совета или в районной государственной администрации по месту нахождения субъекта.

Для государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности – **юридического лица** – подаются следующие документы:

1) регистрационная карточка, которая одновременно является заявлением о государственной регистрации;

2) решение учредителя либо учредительный договор и устав, если он необходим для создаваемой организационной формы предпринимательства;

3) документ, свидетельствующий об уплате регистрационного сбора;

4) документ, свидетельствующий об уплате вноса в уставный фонд субъекта предпринимательской деятельности.

Для государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности – **физического лица** – подаются следующие документы:

1) регистрационная карточка, которая одновременно является заявлением о государственной регистрации;

2) документ о включении в Государственный реестр физических лиц плательщиков налогов и иных обязательных платежей;

3) документ, свидетельствующий об уплате регистрационного сбора;

4) документ, удостоверяющий личность.

Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности производится при наличии необходимых документов в течение пяти рабочих дней. Органы государственной регистрации обязаны в течение этого срока внести данные из регистрационной карточки в Реестр субъектов предпринимательской деятельности и выдать свидетельство о государственной регистрации.

Регистрация субъектов предпринимательской деятельности как для юридических, так и физических лиц является важным шагом при начале коммерческой деятельности. Далее представлена общая информация о процессе регистрации для каждого из них.

Регистрация юридических лиц:

1. Выбор организационно-правовой формы: необходимо определить, какая организационно-правовая форма лучше всего подходит для вашего предприятия, например, общество с ограниченной ответственностью (ООО), акционерное общество (АО) или другая.

2. Подготовка документов: вам потребуется подготовить необходимые документы для регистрации, такие как учредительный договор или устав, решение о создании организации, паспортные данные учредителей и прочее. Также может потребоваться сделать печать.

3. Подача документов в налоговый орган: заявление о государственной регистрации организации, учредительные документы, а также другие необходимые документы должны быть представлены в налоговый орган.

4. Государственная регистрация: после подачи документов и проверки их налоговым органом осуществляется государственная регистрация юридического лица. По результатам регистрации выдаются Свидетельство о государственной регистрации и ИНН (идентификационный номер налогоплательщика).

Регистрация физических лиц (индивидуальных предпринимателей):

1. Выбор системы налогообложения: необходимо определить систему налогообложения, которую вы планируете использовать (упрощенная, единый налог на вмененный доход либо общая система налогообложения).

2. Подготовка документации: вам понадобится паспорт, СНИЛС (страховой номер индивидуального лицевого счета), а также другие необходимые документы, такие как документ, подтверждающий ваше право на использование помещения для бизнеса, если оно требуется.

3. Подача документов в налоговую инспекцию: заявление о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, копия паспорта и другие необходимые документы должны быть представлены в налоговую инспекцию.

4. Государственная регистрация: после подачи документов и проверки их налоговой инспекцией проводится государственная регистрация физического лица в качестве индивидуального предпринимателя. Выдаются Свидетельство о государственной регистрации и ИНН.

В каждой стране процедуры для регистрации юридических и физических лиц могут незначительно различаться. Важно обратиться к законодательству своей страны и получить подробную информацию о требованиях и процедурах, чтобы правильно зарегистрировать субъект предпринимательской деятельности.

2.2. Организационно-правовые формы предпринимательства

Организационно-правовые формы предпринимательства определяются законодательством каждой страны и могут иметь свои особенности. Вот некоторые из наиболее распространенных организационно-правовых форм предпринимательства.

Индивидуальный предприниматель (ИП) – это самостоятельный предприниматель, который осуществляет предпринимательскую деятельность на свой страх и риск. Он отвечает по своим обязательствам всем своим имуществом.

Преимущества:

1. Простота создания. Одним из главных преимуществ ИП является простота его создания. Для регистрации обычно требуется меньше времени и формальностей, чем при создании корпоративных структур.

2. Гибкость. ИП имеет большую свободу в принятии решений и управлении своим бизнесом. Он может быстро реагировать на изменения рынка и вносить коррективы в свою деятельность.

3. Независимость. ИП полностью контролирует свой бизнес и принимает все решения самостоятельно. Владелец ИП не обязан согласовывать свои действия с другими участниками.

Недостатки:

1. Личная ответственность. Одним из основных недостатков ИП считается личная ответственность владельца за долги и обязательства бизнеса. В случае несостоятельности или банкротства ИП личные активы владельца могут быть использованы для покрытия долгов.

2. Ограниченные ресурсы. ИП может ограничиваться доступными ресурсами, особенно финансовыми. ИП может иметь ограниченные возможности для привлечения капитала или расширения бизнеса.

3. Одиночество. Работа в качестве ИП может быть одиночной и требует большой ответственности и усилий со стороны владельца.

Каждый предприниматель должен оценить свои потребности, цели и ресурсы, чтобы определить, является ли индивидуальное предпринимательство наиболее подходящей формой для его бизнеса.

Второй тип – общество с ограниченной ответственностью (ООО) – это предприятие, в котором участники несут ответственность за его долги только в пределах своих вкладов. ООО может иметь одного или нескольких участников.

Преимущества:

1. Лимитированная ответственность. Участники ООО несут ответственность только в пределах своих вкладов в уставный капитал. Это означает, что их личное имущество не подвергается риску.

2. Гибкость. ООО позволяет учредителям свободно управлять компанией и принимать решения без необходимости общения с другими участниками.

3. Партнерство. ООО может иметь как одного, так и нескольких учредителей. Это позволяет объединять ресурсы и знания нескольких людей для достижения общей цели.

4. Налоговые преимущества. ООО может иметь различные налоговые льготы, такие как возможность выбора между прогрессивным и единым налогом на прибыль.

Недостатки:

1. Ограничение на количество участников. ООО может иметь не более 50 участников, что может быть недостаточно для больших проектов или совместных предприятий.

2. Больше количество формальностей. Существуют определенные правила и процедуры, которые необходимо соблюдать для учреждения и управления ООО, что может потребовать дополнительного времени, усилий и расходов.

3. Доля участников. Для принятия некоторых важных решений требуется согласие всех участников, что может замедлить процесс принятия решений и привести к трудностям в управлении компанией.

4. Ограничения в привлечении инвестиций. ООО не имеет таких возможностей для привлечения средств, как акционерные общества. Например, ООО не может размещать акции на публичных рынках.

Все преимущества и недостатки ООО следует рассматривать с учетом конкретных потребностей и целей организации.

Предпринимательство с образованием юридического лица, такого как общество с ограниченной ответственностью (ООО) или акционерное общество (АО), имеет свои преимущества и недостатки.

Преимущества:

1. Лимитированная ответственность. Юридическое лицо является отдельным юридическим субъектом. Это означает, что его учредители или акционеры несут ответственность только в пределах своих вкладов в уставный капитал. Это защищает личное имущество предпринимателей и снижает финансовые риски.

2. Непрерывность деятельности. Юридическое лицо существует отдельно от своих учредителей или акционеров. В случае ухода учредителей или акционеров деятельность компании может продолжаться, что способствует стабильности и непрерывности ведения бизнеса.

3. Лучший статус и имидж. Юридическое лицо получает официальный статус и имеет больше доверия со стороны клиентов, партнеров и конкурентов. Это может способствовать росту бизнеса и деловым возможностям.

Недостатки:

1. Больше формальностей. Регистрация и учреждение юридического лица требуют выполнения определенных юридических и бюрократических процедур. Это может потребовать много времени и ресурсов.

2. Высокие расходы на регистрацию. Образование юридического лица связано с определенными расходами, такими как платежи за регистрацию, услуги юристов и адвокатов, составление учредительных документов и другие административные издержки.

3. Ограничения и регулирование. Юридическое лицо подчиняется различным законам и регуляторным требованиям, таким как обязательства в отношении налогов, правовые обязательства и контроль со стороны государственных органов. Это требует соблюдения правил и дополнительного контроля над деятельностью компании.

Конечно, преимущества и недостатки предпринимательства с образованием юридического лица могут различаться в зависимости от конкретной ситуации и бизнес-модели. Перед созданием юридического лица следует обратиться к специалистам и юристам для получения консультации и оценки потенциальных рисков и выгод.

Акционерное общество (АО) – это предприятие, уставный капитал которого разделен на акции. Акционеры несут ответственность только в пределах своих акций. Акционерное общество может быть публичным или закрытым.

Предпринимательство на основе акционерного общества – это форма организации предпринимательской деятельности, в которой участники владеют акциями компании. Вот некоторые преимущества и недостатки предпринимательства на основе акционерного общества.

Преимущества:

1. Привлечение инвестиций. АО предоставляет возможность привлекать капитал от третьих лиц через эмиссию акций. Это позволяет компании привлекать инвесторов, расширять бизнес и финансировать новые проекты или исследования.

2. Распределение рисков. Участники АО несут ответственность только в пределах своих вкладов в уставный капитал, благодаря чему личное имущество акционеров остается защищенным.

3. Ликвидность акций. Возможность продажи или передачи акций облегчает изменение владения в компании и дает акционерам возможность выйти из бизнеса или получить дивиденды из прибыли компании.

4. Управление компанией. Владельцы акций могут выбирать совет директоров и принимать решения через голосование. Это дает акционерам возможность влиять на руководство компании.

Недостатки:

1. Большая сложность управления. Акционерное общество требует более сложных механизмов управления, чем другие организационные формы. Важные решения должны быть приняты с согласия акционеров, и управление может быть затруднено разногласиями между ними.

2. Высокие требования по отчетности. АО должно подчиняться правилам финансовой отчетности и прозрачности для обеспечения информированности акционеров. Это включает детальное ведение учета, публикацию отчетов и их аудит.

3. Государственное регулирование. Акционерные общества подвергаются строгому контролю и нормативным требованиям со стороны правительственных органов. Это может вызвать ограничения или дополнительные обязательства для бизнеса.

4. Стоимость создания и функционирования. Образование АО связано с определенными расходами, такими как юридические услуги, регистрационные сборы и бухгалтерские услуги. Также может потребоваться определенный уровень уставного капитала.

Принятие решения об использовании акционерного общества в предпринимательстве следует основывать на специфических потребностях бизнеса и стратегических целях компании. Перед созданием АО

рекомендуется проконсультироваться с юристами и специалистами в области бухгалтерии и налогообложения для оценки возможных рисков и необходимых ресурсов.

Государственное предпринимательство – это форма организации предпринимательской деятельности, в которой государство выступает в качестве владельца и управляющего предприятиями или организациями. Вот некоторые особенности и характеристики государственного предпринимательства:

1. Государственный контроль. В государственном предпринимательстве государство контролирует и регулирует предприятия. Оно может назначать руководителей и устанавливать политику управления компаниями. Государство также может влиять на стратегические решения и направление развития предприятий.

2. Публичная собственность. Владение предприятиями и контроль над ними в государственном предпринимательстве осуществляется от имени государства и в интересах общества. Это отличает государственное предпринимательство от частного сектора, где собственность принадлежит физическим или юридическим лицам.

3. Социальная миссия. Государственное предпринимательство может иметь социальную направленность и стремиться к достижению общественных целей, таких как социальная справедливость, создание рабочих мест и поддержка экономического развития. Предприятия могут быть призваны решать социальные проблемы или предоставлять общественные услуги.

4. Финансирование от государства. Государственное предпринимательство может финансироваться государством как непосредственно, так и через бюджетные ассигнования или субсидии. Это позволяет осуществлять бизнес-операции, даже если предприятия не являются доходоносными или прибыльными.

5. Политическое влияние. Государство обычно использует государственное предпринимательство для достижения своих политических целей. Это может приводить к преимущественному обслуживанию определенных секторов или интересов, что может вызывать определенные негативные последствия, такие как коррупция или избыточная бюрократия.

Государственное предпринимательство имеет свои преимущества, такие как возможность управлять ключевыми отраслями экономики и реализация стратегических интересов государства. Однако оно

также может иметь ограничения, такие как ограничения в эффективности и гибкости, связанные с бюрократией и политическим влиянием. Кроме того, государственное предпринимательство требует эффективной системы государственного контроля и регулирования, чтобы обеспечить прозрачность и ответственность бизнеса.

Консорциум – это форма сотрудничества между двумя или более независимыми компаниями для выполнения совместного проекта или достижения общей цели. Консорциум создается для реализации совместного проекта, который может быть слишком крупным, сложным или рискованным для одной компании. Участники консорциума вносят свои ресурсы.

Финансово-промышленные группы (ФПГ) – это структуры, объединяющие компании из различных отраслей промышленности и финансового сектора. Они объединяются с целью создания вертикально интегрированных холдинговых структур, которые могут управлять всем циклом производства от сырья до конечного продукта.

Концерны – крупные холдинговые компании, объединяющие различные предприятия и отрасли под единым управлением. Концерны часто имеют широкий спектр бизнес-интересов, работают в различных отраслях и секторах экономики.

Концерны могут быть государственными или частными. Государственные концерны часто создаются для управления ключевыми отраслями экономики, такими как нефтяная и газовая промышленность, металлургия, энергетика и др. Частные концерны чаще всего формируются для координации и оптимизации операций компаний внутри группы, а также для получения синергии от сотрудничества между различными бизнес-единицами.

Примеры известных концернов: Volkswagen Group – германский автомобильный концерн, который владеет несколькими автопроизводителями, включая Volkswagen, Audi, Porsche, Skoda, Bentley, Lamborghini и др.; Samsung Group – южнокорейский конгломерат, деятельность которого охватывает электронику, телекоммуникации, строительство, химическую промышленность и др.; Tata Group – индийский конгломерат, занимающийся производством автомобилей, сталелитейным производством, информационными технологиями и другими отраслями.

Концерны позволяют компаниям реализовывать масштабные проекты, обеспечивать более эффективное управление ресурсами, сокращать издержки и выходить на международный уровень. Концерны

также могут быть ключевыми игроками в экономике своих стран, создавая рабочие места, способствуя инновациям и развитию различных отраслей.

2.3. Отличительные признаки субъектов бизнеса

Субъекты бизнеса могут иметь различные отличительные признаки в зависимости от их формы собственности, размера и организационно-правовой формы. Вот несколько основных отличительных признаков субъектов бизнеса:

1. Форма собственности. Субъекты бизнеса могут быть частными (частные предприниматели, семейные компании), государственными (государственные предприятия, государственные корпорации) или общественными (некоммерческие организации, общественные объединения). Форма собственности определяет права и обязанности субъектов, а также влияет на их цели и мотивацию.

2. Организационно-правовая форма:

Акционерное общество:

- основная форма для крупных компаний;
- капитал компании разделен на акции, которые могут продаваться на фондовых биржах и привлекать инвесторов;
- ответственность акционеров ограничена размером принесенных ими вкладов;
- акционеры избирают совет директоров, который руководит компанией.

Общество с ограниченной ответственностью:

- распространенная форма для малых и средних предприятий;
- ответственность участников ограничена размером их доли в компании;
- участники имеют доли в собственности и принимают участие в принятии решений;
- ООО может иметь одного или нескольких участников.

Товарищество на вере (ТНВ):

- форма, в которой два или более лица объединяются для совместной коммерческой деятельности;
- ответственность партнеров может быть неограниченной;
- партнеры делятся прибылью и участвуют в управлении компанией;

- ТНВ может быть оформлено на основе устной договоренности или письменного соглашения.

Индивидуальное предпринимательство:

- форма для индивидуального предпринимателя;
- ответственность индивидуального предпринимателя неограничена, а его имущество отвечает за долги предпринимателя;
- ИП может быть зарегистрировано на физическое лицо, которое ведет коммерческую деятельность от своего имени.

Некоммерческая организация (НКО):

- форма для некоммерческой или общественной деятельности;
- прибыль не распределяется между участниками и используется для достижения общественной цели;
- НКО должна соответствовать определенным законодательным требованиям и ограничениям.

Каждый субъект бизнеса имеет свои особенности по отношению к ответственности участников, разделению прибыли и ведению бизнеса.

3. Размер компании. Субъекты бизнеса могут быть малыми и средними предприятиями (МСП) или крупными корпорациями. МСП обычно характеризуются более гибкой организацией, близким контактом с клиентами и более быстрым принятием решений, в то время как крупные корпорации могут иметь сложную структуру и более медленный процесс принятия решений.

4. Отраслевая специфика. Субъекты бизнеса могут работать в различных отраслях, таких как финансы, розничная торговля, производство, информационные технологии и т. д. Каждая отрасль имеет свои особенности, требующие уникальных подходов к управлению и развитию бизнеса.

5. Цели и миссия. Субъекты бизнеса могут иметь разные цели и миссии. Некоторые предприятия фокусируются на прибыли и максимизации стоимости для акционеров, в то время как другие стремятся к устойчивому развитию и социальной ответственности.

6. Отношение к риску. Субъекты бизнеса могут иметь разное отношение к риску. Некоторые предприниматели готовы брать на себя больше риска и вкладывать в инновации и эксперименты, в то время как другие стремятся к консервативному подходу и стабильности.

Отличительные признаки субъектов бизнеса зависят от множества факторов, и каждый субъект бизнеса имеет свои особенности.

Важно учитывать эти отличия при анализе и разработке стратегии для субъекта бизнеса, чтобы достичь поставленных целей и адаптироваться к изменениям во внешней среде.

Среди субъектов предпринимательской деятельности выделяются следующие категории (табл. 3).

Таблица 3. Категории субъектов предпринимательской деятельности

Категории субъекты	Признаки
Индивидуальные предприниматели	Осуществление предпринимательской деятельности в собственном имени и на свой риск
Товарищества	Совместная предпринимательская деятельность двух и более лиц на основе договора
Акционерные общества	Организация, уставный капитал которой разделен на акции
Общества с ограниченной ответственностью	Организация, уставный капитал которой разделен на доли
Коммерческие организации	Получение прибыли от предпринимательской деятельности в качестве основной цели
Некоммерческие организации	Осуществление некоммерческой деятельности с социальными или благотворительными целями

Различные субъекты предпринимательской деятельности имеют свои особенности и функции в экономике. Индивидуальные предприниматели и малые предприятия играют важную роль в создании новых рабочих мест, стимулируя развитие регионов и повышая уровень жизни населения. Крупные предприятия и транснациональные корпорации способствуют экономическому росту и конкуренции, привлекая инвестиции и разрабатывая новые технологии.

Субъекты предпринимательской деятельности играют ключевую роль в формировании национальной и мировой экономик, обеспечивая их стабильность и развитие.

Вопросы и задания

Вопросы для обсуждения

1. Какие основные шаги нужно предпринять для создания юридического лица?
2. Составьте список документов и этапов, необходимых для создания юридического лица в вашей стране.
3. Какие преимущества и недостатки возникают при создании индивидуального предпринимателя по сравнению с образованием юридического лица?
4. Каковы отличительные признаки малого, среднего и крупного бизнеса?
5. Составьте сравнительную таблицу предприятий по формам собственности.
6. Что относится к коммерческим организациям, а что относится к некоммерческим организациям?
7. Какие документы необходимо собрать для регистрации бизнеса?
8. Какие организационно-правовые формы предпринимательства существуют?
9. Каковы основные отличия между индивидуальным предпринимательством и юридическим лицом?
10. Составьте сравнительную таблицу организационно-правовых форм предпринимательства.

Тест для самоконтроля

1. *Что такое организационно-правовая форма предпринимательства?*
 - а) форма правового оформления предпринимательской деятельности;
 - б) форма организации рабочего процесса предприятия;
 - в) форма определения целей и задач предпринимательской деятельности.
2. *Какая организационно-правовая форма не имеет отдельного юридического статуса?*
 - а) ООО (общество с ограниченной ответственностью);

- б) ИП (индивидуальный предприниматель);
- в) ПАО (публичное акционерное общество).

3. Какая организационно-правовая форма предпринимательства предполагает наличие участников (учредителей) с определенной долей участия?

- а) ООО (общество с ограниченной ответственностью);
- б) ОАО (открытое акционерное общество);
- в) ИП (индивидуальный предприниматель).

4. Какая организационно-правовая форма предпринимательства имеет право на публичное размещение своих акций?

- а) ОАО (открытое акционерное общество);
- б) ИП (индивидуальный предприниматель);
- в) ООО (общество с ограниченной ответственностью).

5. Какой из перечисленных документов необходим для регистрации предпринимателя?

- а) паспорт;
- б) медицинская книжка;
- в) военный билет.

6. В каком порядке обычно проводится процесс регистрации предпринимателя?

- а) подача документов;
- б) оценка финансового состояния;
- в) выдача свидетельства.

7. Какие преимущества получает предприниматель при регистрации в официальных органах?

- а) защита интересов;
- б) увеличение налоговых льгот;
- в) доступ к финансированию.

8. Какая организационно-правовая форма предполагает разделение капитала на акции?

- а) индивидуальное предпринимательство;
- б) некоммерческая организация;

- в) товарищество на вере;
- г) акционерное общество.

9. *Какой форме собственности присуща ограниченная ответственность участников?*

- а) индивидуальное предпринимательство;
- б) некоммерческая организация;
- в) общество с ограниченной ответственностью;
- г) акционерное общество.

10. *Какую форму бизнеса можно оформить на основе устной договоренности или письменного соглашения?*

- а) индивидуальное предпринимательство;
- б) некоммерческая организация;
- в) товарищество на вере;
- г) акционерное общество.

Глава 3. ВИДЫ БИЗНЕСА

1. Классификационные признаки деления бизнеса на отдельные виды.

2. Ключевые виды бизнеса.

3. Информационное предпринимательство как новейший вид бизнеса.

3.1. Классификационные признаки деления бизнеса на отдельные виды

В настоящее время экономические системы крайне нестабильны и турбулентны. Всевозможные санкции, ограничения политического, санитарно-эпидемиологического характера, изменение состава игроков и географии рынков сбыта вместе с нарастающим темпом цифровизации заставляют бизнес подстраиваться под эти постоянно меняющиеся условия внешней среды.

Сегодня ведущие аналитики утверждают, что кризис – вполне реальный шанс удачно стартовать в бизнесе. Тем не менее в указанных

выше условиях предприниматели в обязательном порядке должны учитывать каждый нюанс открытия и развития начинания. Ведь любой незначительный на первый взгляд нюанс может оставить бизнес лишь на стадии идеи.

В этой связи прежде чем приступать к реализации бизнес-идей необходимо в первую очередь рассмотреть виды бизнеса.

Следует сказать, что сегодня существует множество вариантов классификации видов бизнеса по разным критериям (рис. 1). Перечислим самые основные из них. Здесь необходимо отметить, что один и тот же вид бизнеса при различных экономических условиях классификационно может принадлежать к разным категориям, отмеченным на рис. 1.



Рис. 1. Классификация видов бизнеса

Прежде всего бизнес классифицируется по *форме собственности*, его разделяют на две категории:

- частный – принадлежит частному лицу или организации;
- государственный – принадлежит органам власти, субъектам Российской Федерации.

По *видам активности бизнеса* применяется следующая классификация:

- активный бизнес, при котором владелец компании непосредственно участвует в ее работе;
- пассивный – бизнесмен зарабатывает на инвестициях в недвижимость, стартапы, ценные бумаги, ПИФы с высокой доходностью.

Достаточно обширна классификация видов бизнеса *по типу деятельности*. К этой категории можно отнести:

- производство товаров – новых либо собранных из комплектующих;
- продажу, коммерческий бизнес – торговля готовыми товарами по цене выше, чем они были куплены у производителей;
- оказание платных услуг (сервисный) – консультации, лечение, страхование и другие услуги;
- промысловый – направлен на рыбалку, охоту;
- фермерский – выращивание растений или разведение домашних животных;
- финансово-кредитный, который предоставляет финансовые услуги или продает ценные бумаги;
- посреднический – предприниматель ничего не продает и не производит, а является посредником между теми, у кого есть деньги и товар;
- страховой – предполагает продажу страховых полисов.

Бизнес классифицируется *по размеру*. В зависимости от численности сотрудников и годовой прибыли различаются:

- микробизнес – до 15 чел., до 120 млн руб.;
- малый бизнес – до 100 чел., до 800 млн руб.;
- средний бизнес – от 100 до 250 чел., до 2 млрд руб.;
- крупный бизнес – более 250 чел.

Процентное распределение видов бизнеса в категории «по размеру» приведено на рис. 2.

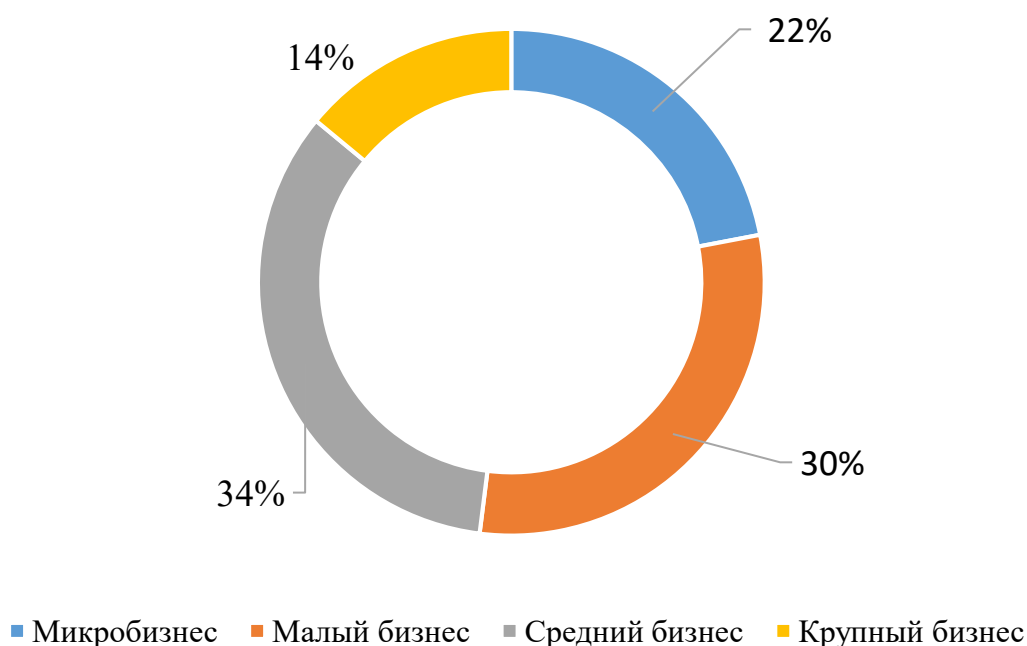


Рис. 2. Распределение видов бизнеса в категории «по размеру», %

По законности виды бизнеса подразделяются на следующие категории:

- честный бизнес, работающий в соответствии с законодательной политикой;
- незаконный бизнес, например, без специальной лицензии или налогов;
- теневой, подпольный – компания регистрируется официально, но не платит налоги;
- лжебизнес – компания, существующая только на бумаге;
- сомнительный – представляющий опасность для общества;
- преступный – напрямую нарушающий закон, основанный преступниками.

По географии виды бизнеса классифицируются на пять категорий, а именно:

- местный бизнес – работает на территории населенного пункта;
- локальный – работает на территории области и для ее населения;
- национальный – компания работает в федеральном масштабе;
- международный – сотрудничество с зарубежными партнерами;
- трансконтинентальный – работающий на нескольких континентах.

Особого внимания заслуживает разделение видов бизнеса на отдельные категории, касающиеся инновационной составляющей его ведения. *Так, по инновациям* бизнес может быть разделен на следующие виды:

- традиционный – использующий классические методы ведения бизнеса;
- новаторский – предлагающий новые модели извлечения прибыли;
- инновационный – проекты с применением новых технологий;
- технологичный, высокотехнологичный – бизнес с использованием технологий, научных исследований.

Как было отмечено выше, для отнесения определенного вида бизнеса к той или иной категории важен учет временного фактора. *Так, по времени создания бизнес* может быть:

- новым – только выходит на рынок;
- старым – существующий более трех лет;
- многолетним – присутствующий на рынке долгие годы;
- многовековым – с более чем столетней историей.

Виды бизнеса классифицируются также *по стадиям развития*:

- начинающий – на этапе запуска или идеи;
- работающий;
- развивающийся – постоянно увеличивающий число филиалов и продажи;
- развитый – предприятие с четкой структурой, отлаженными и работающими бизнес-процессами;
- умирающий – компании, снижающие активность, сокращающие сотрудников.

В эпоху повсеместной цифровой трансформации, когда диджитализации подвергаются все сферы деятельности человека, появляются и новые виды бизнеса, классификационные признаки которых отвечают требованиям новых экономических реалий.

Так, сегодня виды бизнеса подразделяются *по степени присутствия в сети Интернет*, а именно:

- онлайн-компания, оказывающая интернет-услуги и не имеющая офисов;
- офлайн-бизнес, ведущий продажи без использования Интернета;
- гибридный бизнес – бизнес, сочетающий в себе элементы как онлайн-ового, так и внесетевого характера.

Виды бизнеса по масштабу:

- кустарный – ручное производство;
- домашний – бизнес в домашних условиях (например, выпечка тортов);
- офисный – у компании есть офис;
- многоотраслевой – работа компании охватывает несколько отраслей.

Представляет научный интерес и классификация видов бизнеса *по методу ведения*, включающая в себя следующие подвиды:

- сетевой – бизнес на основе сетевого маркетинга;
- спекулятивный – бизнес, построенный на разнице в цене между покупкой и продажей;
- челночный – бизнес, основанный на закупке товаров за границей и ввозе их в свою страну;
- побочный – возникающий как дополнение к основному;
- клиентоориентированный – стремление компании ориентироваться на потребности клиентов.

Виды бизнеса по типу покупателя:

- розничный бизнес – продажа товаров и услуг поштучно;
- оптовый бизнес – закупки для перепродажи большими партиями;
- B2B-бизнес – продажа юридическим лицам;
- B2C-бизнес – продажа физическим лицам;
- C2C-бизнес – интернет-торговля между частными лицами, когда одно физическое лицо продает товар или услугу другому физическому лицу чаще всего при участии посредника в виде торговой онлайн-площадки.

Среди видов электронного бизнеса выделяют ряд наиболее известных и прибыльных подвидов, а именно:

- создание онлайн-магазина;
- сайты на заказ;
- консультации онлайн;
- интернет-маркетинг;
- обучение на онлайн-курсах и вебинарах;
- веб-студия по продвижению;
- разработка программного обеспечения и мобильных приложений;
- дропшипинг – посредничество между продавцом и покупателем;
- разработка ПО;

- перепродажа сайтов и доменов;
- создание сообществ в соцсетях;
- удаленное администрирование;
- разработка сайтов и порталов с целью размещения рекламы.

Необходимо акцентировать внимание на том, что указанные подвиды электронных видов бизнеса могут косвенно относиться и к другим указанным выше категориям предпринимательства.

Еще один классификационный признак, который позволяет разделять виды бизнеса на две категории, – по характеру использования *объектов недвижимости*:

- традиционный бизнес;
- бизнес «на дому».

Первый вид бизнеса из этой категории характеризуется тем, что он использует арендованные или собственные виды недвижимости (цеха, производственные площадки, офисы и т. д.) для ведения предпринимательской деятельности. Бизнес данной категории может относиться как к малому, так и среднему и крупному предпринимательству.

Ко второму виду бизнеса из рассматриваемой классификационной категории, как правило, относятся самозанятые, индивидуальное или малое предпринимательство. В рамках этой категории осуществляются:

- репетиторство;
- изготовление тортов (и/или иной выпечки) на заказ;
- разведение небольших животных;
- производство мыла и свечей ручной работы;
- изготовление поделок и сувениров, мягких кукол;
- пошив и/или ремонт одежды;
- услуги парикмахера, визажиста и т. д.;
- разного рода ИТ-услуги;
- образовательные услуги;
- публикационно-корректорская деятельность;
- стрижка кошек и собак.

Подводя итог сказанному выше, необходимо отметить, что в настоящее время виды бизнеса классифицируются по определенным признакам, которые, в свою очередь, отражают специфику протекания современных экономических процессов. Указанные категории не являются жесткими, так как один и тот же вид может быть отнесен к различным группам.

3.2. Ключевые виды бизнеса

Более подробно рассмотрим основные виды предпринимательской деятельности, такие как производственная, коммерческая, финансовая, консультативная (рис. 3).

Производственное предпринимательство – это ведущий вид предпринимательства, предполагает производство продукции, товаров и услуг. В современных условиях производственное предпринимательство формирует основу современной рыночной экономики, оказывает влияние на экономический рост и уровень социального развития общества в целом, а сам предприниматель в качестве факторов труда использует орудия и предметы труда, производит многообразие продукции, товаров, услуг, работ для последующей реализации (продажи).



Рис. 3. Ключевые виды предпринимательства (бизнеса)

Производственное предпринимательство предполагает выпуск промышленной и сельскохозяйственной продукции различного назначения, потребительских товаров, а также перевозку, строительство, услуги связи, производство информации и др.

Для любого производства необходимы:

- основные производственные фонды, они могут быть представлены в виде производственных помещений, различного оборудования, приборов, инструментов;
- трудовые ресурсы, все наемные работники, труд которых оплачивается;
- оборотные фонды – это различное сырье, материалы, топливные и энергетические ресурсы и др.;
- технологии производства, основанные на знаниях, умениях, навыках и практическом опыте.

Производственное предпринимательство всегда завершается выпуском товара, который реализуется на потребительском рынке. В результате предприниматель получает предпринимательский доход. Как правило, доход зависит от объемов производства, цены, инновационной составляющей. Производственное предпринимательство связано с риском.

Совокупность рисков определяется необходимостью серьезных финансовых вложений, применением интеллектуальных знаний, использованием основного капитала.

Сегодня развитие производственного бизнеса обусловлено социально-экономическими трансформациями:

- оптимизацией бизнес-процессов;
- перепрофилированием производств;
- новыми кооперациями;
- внутристрановыми связями между предпринимателями;
- адаптацией к изменившемуся поведению потребителей;
- государственной поддержкой на региональном и муниципальном уровнях.

Ключевая роль производственного бизнеса в ближайшие годы будет заключаться в производстве товаров и услуг, повышающих качество жизни людей, в развитии новых технологий, в разработке решений для импортозамещения и восстановления товарных цепочек.

Коммерческое предпринимательство – второй вид предпринимательства, который сегодня развивается высокими темпами. В данном случае предприниматель не производит товар, а только продает его потребителю. Основным полем деятельности коммерческого бизнеса являются операции по купле-продаже товаров, а сам предприниматель выступает в роли торговца, коммерсанта.

В этой сфере заняты многочисленные малые предприятия и подавляющее большинство частных предпринимателей. Коммерческая деятельность адаптивна, подвижна в текущих условиях. Для развития данного вида предпринимательства необходимы основные условия: относительно устойчивый спрос на продаваемые товары и оптимальное ценообразование.

Экономический интерес данного бизнеса заключается в том, что предприниматель закупает товар по более низким ценам, а продает по более высоким. Разница в цене наряду с объемами продаж и низкими издержками (расходами) и определяет величину чистого предпринимательского дохода.

Коммерческий предприниматель берет на себя риски, связанные с изменением рыночной конъюнктуры, а при осуществлении продаж необходимо учитывать предпринимательские издержки.

Коммерческое предпринимательство в современных условиях заставляет предпринимателей принимать меры по сокращению издержек, по оптимизации каналов коммуникации, диверсификации и переориентации на новые сегменты. Необходимо развивать деловую культуру, улучшать отношение общества к предпринимателям, совершенствовать доверительные отношения бизнеса к партнерам.

В состав коммерческо-торгового предпринимательства в зависимости от содержания его деятельности входит посредническая предпринимательская деятельность.

Посредник – это лицо (юридическое или физическое), представляющее интересы производителя или потребителя, но само таковым не являющееся. Посредники могут вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителей или потребителей.

Главная задача и предмет предпринимательской деятельности посредника – соединить две заинтересованные во взаимной сделке стороны. Так что есть основания утверждать, что посредничество состоит

в оказании услуг каждой из этих сторон. За оказание подобных услуг предприниматель получает доход, прибыль.

Предпринимательская активность в сфере посредничества позволяет совместить в самые сжатые сроки экономические интересы производителя и потребителя. Посредничество с точки зрения производителя повышает степень эффективности работы последнего, поскольку дает возможность сосредоточить свою активность только на самом производстве, передавая посреднику функции по продвижению товара к потребителю. Кроме того, включение посредника в отношения между производителем и потребителем существенно сокращает срок оборачиваемости капитала, а значит, повышает прибыльность производства.

Финансовое предпринимательство – особый вид предпринимательской деятельности. Это особая форма бизнеса, в котором в качестве предмета купли-продажи выступают валютные ценности, деньги, ценные бумаги, продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.

Финансовая деятельность выступает в таких формах, как банковская деятельность, страховой и венчурный бизнес. К этой сфере относятся услуги финансовых посредников: брокеров, дилеров и т. д.

Суть финансовой предпринимательской операции состоит в том, что предприниматель приобретает основной фактор предпринимательства в виде различных денежных средств (денег, иностранной валюты, ценных бумаг) за денежную сумму у обладателя денежных средств. Приобретенные денежные средства продаются затем покупателям за превышающую плату, в результате чего образуется предпринимательская прибыль.

В целом финансовое предпринимательство подчинено действию определенного экономического механизма, основу которого составляет взаимосвязь его элементов. Основными из этих элементов, которые определяют состояние и развитие финансового предпринимательства, являются спрос, предложение и цена.

Финансовому предпринимательству присущи следующие особенности:

1. Основную роль в системе важнейших элементов играет цена на отдельные финансовые инструменты (финансовые услуги). Именно этот элемент отражает сбалансированность спроса и предложения на рынке, состояние его равновесия, степень удовлетворения экономических интересов всех его участников.

2. Цены на финансовом рынке определяются, прежде всего, уровнем доходности отдельных финансовых инструментов, в основе которого лежит средний уровень процентной ставки (или средняя норма доходности на вложенный капитал). Уровень процентной ставки служит не только критерием выбора альтернативных направлений осуществления финансовых операций, но и в значительной степени определяет объем этих операций или деловую активность отдельных хозяйствующих субъектов на финансовом рынке.

3. Особенностью формирования цен является существенное воздействие на этот процесс обращающегося на нем спекулятивного капитала. Высокий уровень спекулятивной составляющей в финансовом предпринимательстве считается нормальным явлением; этот уровень постоянно растет по мере увеличения объема накапливаемого капитала.

4. Цены на финансовом рынке очень динамичны, подвержены влиянию многих объективных факторов, проявляющихся как на макро-, так и на микроуровне, поэтому уровень цен меняется практически ежедневно. Такой высокий уровень динамики цен выступает характерной особенностью финансового рынка, где совершают предпринимательскую деятельность.

5. Своевременная информация позволяет субъектам финансового предпринимательства получать сведения об уровне цен на отдельные интересующие их финансовые инструменты практически на любой момент.

Финансовое предпринимательство – высокорисковый вид деятельности. В современных условиях это риски, связанные с геополитикой, замедлением глобальной экономики на фоне существенного ускорения инфляции, распространением цифровых денежных суррогатов в мире, таких как криптовалюты, с недостаточным финансовым обеспечением со стороны государства, что может ограничить потенциал развития рынка капитала.

Консультативное предпринимательство (консалтинг) представляет собой оказание юридических, бухгалтерских и прочих услуг предпринимателям и организациям. Не только начинающие бизнесмены нуждаются в профессиональных консультациях, время от времени к консалтинговым организациям обращаются крупные компании, у которых в штате нет нужных специалистов.

Процентное соотношение ключевых видов бизнеса (предпринимательства) представлено на рис. 4.

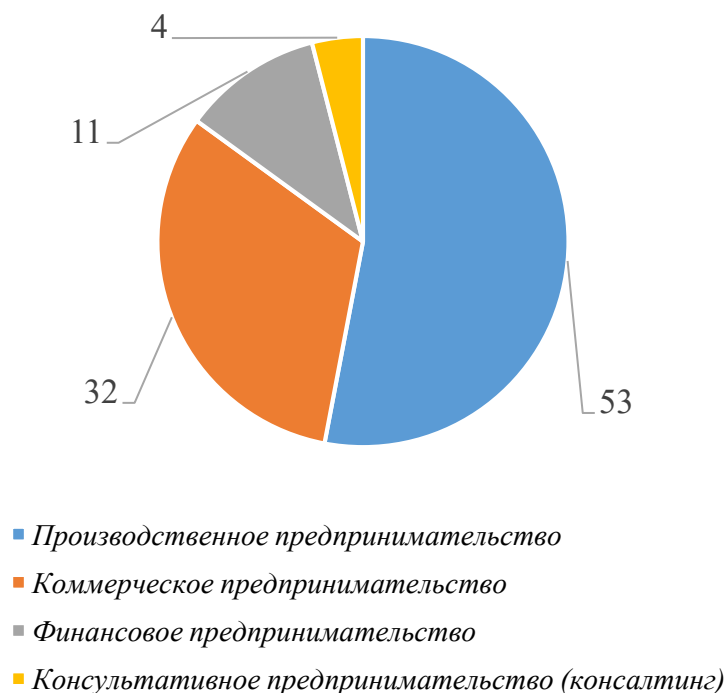


Рис. 4. Распределение ключевых видов бизнеса (предпринимательства), %

Помимо рассмотренных выше видов бизнеса, в настоящее время эксперты выделяют в качестве некой «обособленной группы» еще один – пассивный бизнес. Его особенность состоит в том, что после первоначальных вложений доход от этого бизнеса будет наступать независимо от усилий человека. К наиболее известным вариантам этого вида бизнеса можно отнести следующие:

- сдача в аренду квартир и других помещений;
- вклад в банке;
- продажа знаний, например написание книг, пособий, монографий и т. д.;
- создание торговых интернет-площадок;
- прибыль с рекламы от различных интернет-каналов и блогерских платформ (RUTUBE и др.);
- разнообразные инвестиции;
- установка торговых аппаратов.

Необходимо заметить, что пассивный доход могут приносить одновременно несколько составляющих указанного вида бизнеса.

Таким образом, выбирая вид бизнеса, в рамках которого предполагается ведение предпринимательской деятельности, нужно вести постоянный его мониторинг, своевременно контролировать рискованные ситуации, а также различные новые направления и условия ведения этого бизнеса (в равной степени как внешние, так и внутренние). Следует заметить, что существует огромное количество подвидов предпринимательства. В этой связи важно сразу определиться, какой бизнес открыть, чтобы изучить все его особенности, так как при желании можно получить доход от реализации довольно простых идей. Тем не менее информационные технологии плотно вошли в повседневную жизнь. Повсеместная диджитализация затронула даже те сферы, которые изначально были «неинформационными». Данное обстоятельство обозначило появление нового вида бизнеса – цифрового предпринимательства, специфические особенности которого будут рассмотрены в следующем параграфе.

3.3. Информационное предпринимательство как новейший вид бизнеса

Информационное предпринимательство – это продажа знаний, навыков и опыта. Продукт информационного бизнеса – полезные знания в разных областях жизни, и продавать сегодня можно любую информацию из разных сфер. Информационный бизнес сегодня включает в себя разнообразные онлайн-курсы, лекции, консультации, вебинары, мастер-классы, словом, информацию, чаще всего «упакованную» в удобный для пользователя цифровой формат.

Прибыльный информационный бизнес требует, прежде всего, глубокого понимания темы. Важны также качественный контент и применение актуальных стратегий. К последним относятся:

- глубокая специализация;
- определение целевой аудитории;
- создание уникального инфопродукта, который нужен на рынке и не имеет конкуренции;
- качественное оформление контента;
- ценообразование;
- создание системы продаж;
- применение технологий;
- постоянное обновление продукта;
- обратная связь – сбор и анализ отзывов.

Сегодня рынок информационного бизнеса в России претерпел серьезные изменения. Основные тренды информационного предпринимательства в 2023 году:

1. Многоканальность.
2. Диверсификация.
3. Расчет на «игру в долгую».
4. Тонкая настройка «под клиента» и отказ от массовости.

В современных условиях все вышеперечисленные виды предпринимательства имеют ключевые тренды развития. Точки роста всех видов предпринимательства в современных условиях связаны:

- с реструктуризацией деловых связей и поддержкой внешнеэкономической деятельности;
- социальной и корпоративной ответственностью;
- экологически осознанным выстраиванием производственных процессов;
- развитием предпринимательского потенциала молодежи;
- повышением финансовой и цифровой грамотности предпринимателей;
- поддержкой «креативного» предпринимательства, конечный продукт которого нематериален;
- высокой культурой делового партнерства.

Снятие внутренних барьеров, налоговые послабления для стартапов, унификация требований для получателей господдержки, эффективный диалог государства и бизнес-сообщества, системное взаимодействие с региональными и местными сообществами, отраслевыми объединениями, поддержка предпринимателей с помощью разветвленной и эффективной инфраструктуры, учитывающей все их потребности (финансы, юридические консультации, оформление документов и др.), будут способствовать развитию всех видов предпринимательства в России и улучшению качества жизни населения.

Подводя итог сказанному выше, необходимо отметить, что, несмотря на все многообразие видов и подвидов бизнеса, не представляется возможным выделить среди них какую-либо наиболее успешную категорию. Для прибыльного бизнеса всегда необходим четкий план вне зависимости от сферы занятости. Кроме того, успешные предприниматели в качестве аксиомы постоянно приводят суждение, что исключительно на основе собственных средств нельзя построить успешный бизнес, так как именно с привлечением инвесторов расширяются возможности предпринимателя при общем снижении уровня риска.

Вопросы и задания

Вопросы для обсуждения

1. Дайте определение бизнесу. Какова формула «современного бизнеса»?
2. Какие основные виды бизнеса и критерии их выделения вам известны?
3. По каким критериям отличают виды бизнеса от его форм?
4. Дайте характеристику основным категориям, на которые разделяет весь бизнес современная экономика.
5. Каковы основные черты и характерные особенности производственного предпринимательства?
6. Коммерческий бизнес: сущность, особенности, характерные черты.
7. В чем особенности биржевой торговли как вида бизнеса?
8. Дайте определение рентабельности и рисков коммерческого бизнеса.
9. В чем состоят особенности финансового бизнеса?
10. Каковы причины, по которым финансовый и производственный бизнесы являются наиболее рискованными видами бизнеса?
11. Какие сильные стороны и недостатки основных видов бизнеса в сфере услуг можно перечислить?
12. Каковы особенности консалтингового бизнеса и его подвидов?
13. Дайте характеристику цифровым видам бизнеса.
14. В чем особенности функционирования различных видов бизнеса в условиях цифровой экономики?
15. По каким параметрам можно определить, чем отличается малый бизнес от среднего и крупного?
16. В чем состоят основные различия между средним и малым бизнесом?
17. Перечислите направления и виды бизнеса, появление которых ожидается в ближайшие годы.
18. В чем состоят особенности внедренческого бизнеса? Специфика функционирования венчурных компаний.
19. Перечислите виды пассивного бизнеса. В чем состоят их ключевые особенности?
20. Какие причины ведут к появлению инновационных видов бизнеса? Укажите перспективные направления для стартапов.

Практические задания

Задание 1. Каждому из нижеприведенных положений, отмеченных цифрами в левом столбце таблицы, найдите соответствующие термины и понятия, обозначенные буквами в правом столбце.

1. Вид бизнеса, при котором предприниматель выступает непосредственно в роли торговца, продавая потребителю готовые товары, приобретенные им у других лиц	А. Страховой
2. Бизнес, основная цель которого – создание вещей, ценностей, благ, любого полезного продукта, необходимого потребителям и способного быть проданным по определенной цене	Б. Финансовый
3. Деятельность по содействию контрактам между поставляющей и потребляющей сторонами	В. Посреднический
4. Вид бизнеса, направленный на организацию и развитие денежного обращения, заключающегося в купле-продаже финансовых активов (денежные средства и ценные бумаги)	Г. Торговый
5. Отрасль предпринимательства, производящая и реализующая услуги страхования на страховом рынке	Д. Производственной

(Ответ: 1-Г; 2-Д; 3-В; 4-Б; 5-А)

Задание 2. Решите задачу. На производство одной тонны металлических прокатных профилей типа «двутавр» на первом заводе затрачивают 12 часов, а на другом – 9 часов. На каком из заводов производительность труда выше?

(Ответ: на втором заводе производительность выше)

Задание 3. Приведите по три примера предприятий, функционирующих в вашем городе, по следующим направлениям предпринимательской деятельности:

- 1) производственное;
- 2) коммерческое;
- 3) финансовое;
- 4) посредническое;
- 5) страховая деятельность.

На основе приведенных примеров заполните таблицу, отражающую основные характеристики перечисленных видов предпринимательской деятельности.

Сфера предпринимательской деятельности	Основные функции предпринимателя	Особенность производимого товара (услуги)	Основное поле деятель- ности
1	2	3	4
Производственная			
Коммерческая			
Финансовая			
Посредническая			
Информационная			
Страховая деятельность			
Пассивное предпринимательство			

Тест для самоконтроля

1. К какому виду бизнеса относится доставка фруктов и овощей в магазин?

- а) к производственному;
- б) финансовому;
- в) торговому;
- г) консалтинговому;
- д) страховому.

2. Найдите слово (словосочетание), которое обобщает перечисленное, и запишите букву, под которой оно указано:

- а) финансовый бизнес;
- б) торговля;
- в) посреднические услуги;
- г) виды бизнеса;
- д) производство товаров.

3. Торговое предпринимательство характеризует:

- а) уплата налогов;
- б) купля-продажа товара;
- в) ремесло;
- г) подготовка страховых полисов;
- д) консультирование покупки программного обеспечения для компании.

4. Что можно сказать о взаимосвязи различных видов бизнеса?

- а) финансовый, торговый и производственный бизнес взаимодействуют друг с другом, формируя единую систему;

б) торговый бизнес никак не связан с производственным;
в) все виды бизнеса существуют самостоятельно и отдельно друг от друга;

г) консалтинговый и страховой виды бизнеса являются наиболее ранними из всех имеющихся видов;

д) предпринимательство никак не связано с формами бизнеса.

5. Найдите слово (словосочетание), которое обобщает перечисленное, и запишите букву, под которой оно указано.

а) торговля;

б) грузоперевозки;

в) охранное агентство;

г) фирма по ремонту компьютеров;

д) предпринимательство.

6. Найдите пример предоставления услуг:

а) покупка кофе в магазине;

б) выбор электросамоката в магазине;

в) покупка обуви и одежды в онлайн-магазине;

г) оплата онлайн-курсов китайского языка;

д) выращивание овощей на приусадебном участке с целью обеспечения продуктами членов своей семьи.

7. Сферой деятельности ... является денежное обращение и кредит.

а) торгового предпринимательства;

б) финансового предпринимательства;

в) производственного предпринимательства;

г) индивидуального предпринимательства;

д) ИТ-консультирования.

8. Коммерческо-торговое предпринимательство отличается от производственного тем, что в коммерческо-торговом предпринимательстве ...

а) товар не производится, а дорабатывается;

б) коммерсант соединяет интересы производителя и конечного покупателя и получает от этого прибыль;

в) коммерсант разъединяет интересы производителя и конечного покупателя и получает от этого прибыль;

г) предприниматель занимается лишь реализацией произведенной продукции;

д) коммерческо-торгового предпринимательства не существует.

9. Инновация в бизнесе – это...

а) продукт или услуга, произведенные по новым технологиям с достижением коммерческого или научно-технического эффекта;

б) конечный результат внедрения новшества с целью улучшения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого эффекта;

в) результат нововведения, который достигался с использованием новых источников сырья и реализуется на новых рынках сбыта, что привело к росту прибыли предприятия;

г) продукт или услуга, произведенные по традиционным технологиям с достижением коммерческого эффекта;

д) результат нововведения, который достигался с использованием традиционных источников сырья и реализуется на новых рынках сбыта.

10. Основу «репутинга» НЕ составляет...

а) расчет экономической эффективности связей с общественностью;

б) разработка определенных этических норм производителя;

в) эстетика производства и товара;

г) нет правильного ответа;

д) все ответы верны.

11. Что из перечисленного относится к видам бизнеса?

а) финансовый бизнес;

б) консультативный бизнес;

в) коммерческий бизнес;

г) верно все перечисленное;

д) верные ответы отсутствуют.

12. Какой вид деятельности не относится к производственному бизнесу?

а) производственное потребление товаров;

б) производство товаров;

в) информационный бизнес;

г) лизинг;

д) репетиторство по школьным предметам.

13. Какой из перечисленных видов бизнеса является наиболее рентабельным?

- а) коммерческий бизнес;
- б) консультативный бизнес;
- в) производственный бизнес;
- г) финансовый бизнес;
- д) все виды рентабельны в одинаковой мере.

14. К какому виду бизнеса относятся лизинговые операции?

- а) к консультативному бизнесу;
- б) коммерческому бизнесу;
- в) финансовому бизнесу;
- г) производственному бизнесу;
- д) страховому бизнесу.

15. К какому виду бизнеса относится финансовое управление?

- а) к коммерческому;
- б) консультативному;
- в) производственному;
- г) финансовому;
- д) страховому.

16. Что из перечисленного не относится к коммерческому виду бизнеса?

- а) фондовые биржи;
- б) торгово-посреднический бизнес;
- в) производственный бизнес;
- г) торговый бизнес;
- д) торгово-закупочный бизнес.

17. Что из перечисленного относится к коммерческому бизнесу?

- а) научно-технический бизнес;
- б) банковский бизнес;
- в) страховой бизнес;
- г) товарные биржи;
- д) верно все перечисленное.

18. Что из перечисленного НЕ относится к производственному виду бизнеса?

- а) финансовое управление;
- б) информационный бизнес;
- в) оказание услуг;

- г) нет верного ответа;
- д) все вышеперечисленное.

19. К какому виду бизнеса относится инновационный бизнес?

- а) к финансовому;
- б) консультативному;
- в) коммерческому;
- г) производственному;
- д) все перечисленное выше.

20. Какое из перечисленных значений рентабельности характерно для производственного вида бизнеса?

- а) 15 % и более;
- б) до 10 %;
- в) 3 %;
- г) 7 %;
- д) 45 % и выше.

Глава 4. ФОРМИРОВАНИЕ СРЕДЫ БИЗНЕСА

1. Задачи и специфика начального этапа становления бизнеса. Ранжирование целей. Технологическая и организационная специфика.
2. Внутренняя и организационная среда фирмы.
3. Бизнес-план. Сущность, виды, структура, значение.
4. Экономическая среда бизнеса. Деловые связи, инфраструктура бизнеса и рынок. Конкуренция.
5. Неэкономическая среда бизнеса.

4.1. Задачи и специфика начального этапа становления бизнеса.

Ранжирование целей. Технологическая и организационная специфика

После выбора потенциальными предпринимателями сфер будущей деятельности, вида или видов бизнеса, а также после завершения периода официальной регистрации предпринимательской фирмы перед учредителями встают задачи, связанные с организацией деятельности созданного юридического лица.

Решение совокупных проблем, с которыми предпринимательская фирма начинает сталкиваться сразу же после регистрации, может быть

разделено на стратегические, оперативные (тактические) и ситуационные (конъюнктурные) задачи. Значимость каждой из упомянутых групп задач, возникающих перед фирмой практически одновременно, так же как и различия между ними, нельзя не учитывать.

Для правильной оценки возникающих ситуаций и выбора наилучших форм ситуационного поведения учредители фирмы, а впоследствии и ее менеджеры должны руководствоваться деловой стратегией, а также обусловленными ею содержанием деятельности фирмы и алгоритмами тактического и ситуационного поведенческого инструментария.

Стратегия содержит то самое важное в организации и содержании деятельности предпринимательской фирмы, что делает ее особенной, не похожей на другие субъекты бизнеса.

Формируя портфель стратегических задач, фирма стремится отразить в содержании и структуре этих задач свое понимание миссии.

С понятием стратегии обычно тесно связано и понятие перспективы. Угадав собственную миссию, фирма определяет сроки собственной жизни в бизнесе (либо провозглашает свое «бессмертие»). Чаще всего формулирование стратегии фирмы состоит в определении ее долгосрочных деловых перспектив.

Что же касается краткосрочных деловых перспектив, то они формируют основу оперативных (тактических) задач, к решению которых учредители фирмы приступают, наметив стратегию и перспективы долгосрочного развития. И лишь затем, исходя из содержания оперативных задач, фирма приступает к разработке, прогнозированию и моделированию ситуационных (конъюнктурных) задач, т. е. начинает определять содержание и алгоритмы собственного поведения в процессе взаимодействия с конкретными клиентами, контрагентами и конкурентами, а также способы реакции на встречные действия упомянутых субъектов бизнеса. Главным в конкретной ситуации начального этапа является определение программы и последовательности действий предпринимательской фирмы.

Как правило, эти задачи вытекают из необходимости обеспечения организационных, юридических и финансовых основ полноценного функционирования новой предпринимательской фирмы.

Конечно, подобные проблемы возникают не только у фирмы, лишь становящейся на ноги, но и у вполне зрелых предпринимательских компаний, но на начальном этапе функционирования их решение приобретает особое значение.

Начальный этап деятельности любого субъекта предпринимательского бизнеса всегда имеет содержательную, технологическую и организационную специфику.

Содержательная специфика начального этапа функционирования предпринимательской фирмы состоит в относительной неопределенности стратегических, оперативных и ситуационных установок фирмы по отношению к предмету (предметам) деятельности, перечню сегментов рынка, которые предполагается освоить, клиентской и партнерской базам, среде и инфраструктуре бизнеса.

Именно на данном этапе стратегические, оперативные и ситуационные задачи фирмы должны быть преобразованы в соответствующие деятельностные установки. Учредителям и менеджерам фирмы необходимо, прежде всего, сразу по завершении процедуры государственной регистрации сформировать «дерево целей» (это называется процедурой целеполагания), которому в дальнейшем должно быть подчинено определение долгосрочных и краткосрочных перспектив деятельности фирмы, а также процесс реализации этих перспектив. Следует иметь в виду, что содержание «дерева целей», сформированное в самом начале жизненного пути предпринимательской фирмы, в дальнейшем будет влиять на определение места фирмы на рынке, направлений деятельности фирмы, состава критериев, используемых для оценки эффективности работы фирмы и для поощрения сотрудников.

В качестве важнейших стратегических целей внутри «дерева целей» обычно понимаются рентабельность, ликвидность, надежность и рост.

Наиболее очевидной стратегической целью предпринимательской фирмы, а по мнению авторов некоторых изданий, основной ее целью является обеспечение постоянно возрастающего дохода. Именно через величину доходов, считают многие, в концентрированном виде отражается степень благополучия и успехи фирмы в избранной сфере бизнеса.

Конечно, каждая предпринимательская фирма стремится обеспечить как минимум стабильность в получении доходов, а как максимум — их увеличить. Важнейшим показателем успешной работы фирмы принято считать рентабельность.

Рентабельность — это относительный показатель эффективности хозяйственной деятельности предпринимательской фирмы, выражающийся в двух основных формах:

рентабельность фирмы – отношение полученной фирмой прибыли к сумме основных и оборотных фондов этой фирмы;

рентабельность продукции – отношение полученной фирмой прибыли к полной себестоимости товарной продукции фирмы.

Многие субъекты предпринимательского бизнеса используют этот показатель как основной критерий результативности работы своей компании.

Будучи отражением стратегической установки, показатель рентабельности может, однако, применяться владельцами и менеджерами компаний для оценки достижения тактических и даже ситуационных целей. В этих случаях необходимо помнить о том, что превращение стратегии в тактику чревато серьезными проблемами для любого из субъектов предпринимательского бизнеса.

Показатели прибыли и рентабельности отражают результативность и эффективность деятельности предпринимательской фирмы за прошедший период времени, а не ее стратегический потенциал и возможности в будущем.

Чтобы избежать таких «проколов», большинство здравомыслящих менеджеров и собственников компаний, постоянно стремясь к повышению уровня рентабельности и увеличению размеров прибыли, стараются вместе с тем не забывать, что стратегическое целеполагание в предпринимательской фирме всегда должно иметь комплексный характер. Все вырабатываемые стратегические установки необходимо гармонично и эффективно увязывать между собой.

Поэтому кроме увеличения доходов предпринимательской фирме важны и другие стратегические установки. Это относится, например, к стратегической установке на рост компании, т. е. на увеличение активов этой компании или размеров ее товарооборота.

Данная цель может быть достигнута как за счет повышения эффективности работы компании в целом, в частности за счет привлечения новых инвестиционных ресурсов, так и вследствие увеличения ее размеров в результате процессов слияния и поглощения предпринимательских фирм.

Для достижения компанией высокой скорости роста ее владельцы и менеджеры могут, так же как и в случае со стремлением обеспечить увеличение рентабельности любой ценой, преувеличивать роль инвестиционных и объединительных факторов в процессе стабильного и полноценного развития своей фирмы.

Руководители отдельных компаний порой чрезмерно увлекаются технологическими и организационными вопросами роста предпринимательской фирмы, выставя в качестве главной цели своей деятельности достижение фирмой необозримых размеров, но при этом напрочь забывая об обеспечении надежности ее функционирования и ликвидности.

Ликвидность предпринимательской фирмы обычно определяется как прогнозируемая платежеспособность компании. Используя термин «ликвидность компании», можно оценить скорость обращения финансовых ресурсов фирмы и воспроизведения ее материальных ресурсов, частично или полностью изнашивающихся в процессе осуществления предпринимательской деятельности. В зависимости от указанных параметров можно примерно оценить и стоимость самой компании.

Важнейшей составляющей ликвидности предпринимательской фирмы служит фактическая цена самой компании, формирующаяся под влиянием соотношения платежеспособного спроса на данную компанию как на специфический объект коммерческой сделки и финансовых условий ее продажи. Продажа компании (иначе говоря, продажа бизнеса) является весьма распространенным явлением в странах с рыночно ориентированной экономикой. Поэтому, определяя стратегические установки на начальном этапе функционирования компании, ее менеджеры и владельцы должны обязательно держать в голове (что называется, «про запас») возможность продажи этой компании.

Больше того, некоторые компании создаются, в принципе, в целях последующей продажи. В государствах, имеющих длительную историю развития рыночных отношений, специфический бизнес на «выращивании» предпринимательских фирм в целях последующей торговли ими уже давно не является экзотикой. Ликвидность предпринимательской фирмы означает в такой ситуации возможность продажи фирмы в случае и в момент возникновения в том необходимости.

Надежность фирмы – это четвертая по счету важнейшая стратегическая установка, вырабатываемая фирмой на начальном этапе ее функционирования. Надежность предпринимательской фирмы представляет собой синтетический термин, который используется, как правило, в различных смыслах.

Под надежностью фирмы можно понимать одновременно и ее финансовую устойчивость, и рост стоимости ее акционерного капитала, и увеличение размеров дивидендов, приходящихся на единицу

акционерного капитала, и стабильное и гарантированное возрастание размеров заработной платы, и отсутствие роста цен на продукцию данной фирмы.

В целом, завершая рассмотрение совокупности стратегических установок, вырабатываемых фирмой на начальном этапе своего функционирования, можно сделать три вывода, которыми следует руководствоваться на старте.

Если речь идет о стратегическом развитии компании, а не просто о ее выживании, ни одна из рассмотренных установок не является самодостаточной.

Сосредоточение внимания руководства фирмы только на одной области ее деятельности либо только на одной стратегической установке приводит к возможности возникновения проблем с реализацией других.

Чем больше фирма будет затрачивать усилий для выполнения одной из стратегических установок, игнорируя остальные, чем сильнее она станет стремиться к совершенствованию лишь какой-либо одной абстрактно избранной совокупности показателей деятельности, тем в большей степени сформируется угроза утраты стабильности в функционировании фирмы.

Успех фирмы, особенно на начальном этапе, во многом зависит от того, в какой мере стратегические установки данной фирмы представлены в ее тактике, а тактические установки – в конкретных моделях ситуаций. Стратегия не должна сводиться к решению сиюминутных задач, и, напротив, реализация сиюминутных целей не должна заслонять собой стратегию.

Издавая любой директивный документ (приказ, распоряжение, указание), владелец или менеджер фирмы обязан предусмотреть все стратегические, оперативные и ситуационные последствия его исполнения.

Технологическая специфика начального этапа функционирования предпринимательской фирмы состоит в жизненной важности для фирмы налаживания алгоритмов поведения и взаимодействия с другими субъектами бизнеса. Как и всякий новичок, созданная предпринимательская фирма в начале своего пути остро нуждается в быстром признании со стороны потенциальных клиентов, контрагентов и конкурентов.

Отсутствие такого признания чревато в лучшем случае тем, что новую фирму просто никто не заметит, а в худшем вполне допустима

агрессия со стороны старожилов рынка, притом всех одновременно. Клиенты агрессивно откажутся пользоваться услугами нового субъекта бизнеса, контрагенты публично усомнятся в профессиональных способностях его менеджеров, ну а конкуренты постараются вообще избавиться от неожиданного соперника.

Технологические алгоритмы внедрения фирмы на рынок содержат набор разнообразных технологических инструментов, позволяющих новой компании увязать деятельностные установки, направленные на достижение стратегических, тактических и ситуационных целей, с ресурсной базой фирмы, вероятными внутренними и внешними инвестициями в ее деятельность, кадровым потенциалом, а также приемы использования этих инструментов.

Организационная специфика начального этапа функционирования предпринимательской фирмы состоит в создании организационных и юридических основ жизнедеятельности вновь созданной фирмы. И разноуровневые (стратегические, оперативные, ситуационные) деятельностные установки, и технологические алгоритмы функционирования фирмы останутся мертвы, пока не получат адекватного легального и организационного отображения.

На начальном этапе, сразу же после обретения статуса юридического лица, фирме приходится непосредственно столкнуться с необходимостью решения следующих вопросов:

- утверждение и исполнение внутреннего регламента деятельности фирмы, в частности, для осуществления ее управленческими и исполнительными органами своих властных полномочий;
- определение форм контроля управленческих и исполнительных органов фирмы со стороны ее учредителей;
- подбор и расстановка наиболее важных работников управленческих и исполнительных органов фирмы, налаживание внутрифирменного менеджерского документооборота;
- создание нормативно-правового обеспечения предпринимательской деятельности фирмы в соответствии с действующим законодательством;
- обеспечение безопасного функционирования предпринимательской фирмы.

Внутренний регламент предпринимательской фирмы создается в целях налаживания механизма оперативного взаимодействия учредителей и различных подразделений данной фирмы и выполняет функцию

ее важнейшего нормативно-правового документа, раскрывающего и развивающего основные положения устава.

Основные вопросы устава предпринимательской фирмы подробно описываются во внутреннем регламенте фирмы, где раскрываются также важные элементы ее деятельности.

Внутренний регламент фирмы определяет ее архитектуру, расположение элементов которой призвано обеспечивать устойчивость всего внутреннего организационного положения фирмы, неизменность ее стратегических установок под влиянием конъюнктуры и стабильность избранных технологических алгоритмов. Это очень важно иметь в виду, учитывая, что каждая предпринимательская фирма одновременно вступает в многочисленные и противоречивые деловые связи с различными субъектами бизнеса, которые могут тем или иным образом непосредственно влиять на содержание ее внутреннего организационного устройства.

Внутренний регламент фирмы призван указывать на способы и организационные механизмы принятия решений по различным вопросам, которые лишь в первом приближении могут показаться малозначительными. На самом же деле они имеют жизненно важный характер для деятельности фирмы.

Внутренний регламент фирмы содержит порядок взаимодействия между подразделениями фирмы, включая процедуры движения документов, меры компетенции каждого подразделения в подготовке и согласовании решений руководства предпринимательской фирмы.

Разработка внутреннего регламента предпринимательской фирмы позволяет сформировать нормативно-правовую и организационную платформу будущей деятельности.

4.2. Внутренняя и организационная среда фирмы

Развитие и становление бизнеса – это результат действий разнообразных условий и факторов, которые действуют как вне организации, так и внутри нее. Внутренние и внешние факторы служат основой для успешного развития и функционирования организации.

Преимущественно внутренняя среда постепенно и поэтапно формируется руководителями и менеджерами компании, которые опираются на собственные понятия о том, какие части и субъекты смогут гарантировать успешную деятельность и эффективное становление организации.

При анализе разнообразных академических подходов к рассмотрению внутренней среды организации отмечают наиболее развитые концепции и учения внутренних составляющих компании.

По мнению Р. Дафта, «внутренняя среда – это комплекс координационной структуры, культуры взаимодействия персонала, набора важных характеристик, действующих в организации, и способов создания ценностей». Все вышеперечисленные элементы в наибольшей степени способны превратить организацию в конкурентоспособную.

Наиболее полное определение внутренней среды организации дал российский академик О. С. Виханский. По его словам, под внутренней средой понимается та часть общей среды, которая существует в пределах организации. Эта часть среды показывает непрерывное и непосредственное воздействие на функционирование организации. По мнению О. С. Виханского, внутренняя среда состоит из нескольких элементов, состояние которых напрямую зависит от тех возможностей, которыми обладает фирма в данное время.

Основные сферы внутренней среды выделили Дж. Пирсон и Р. Робертсон. Данные сферы помогают выявить сильные и слабые стороны организации: сотрудники, маркетинг, финансовая часть и ее учет, а также организация управления. Контроль за вышеупомянутыми факторами помогает сложить представление о внутренней среде фирмы.

Заслуженный деятель науки Российской Федерации Р. Фатхутдинов определил факторы внутренней среды, благодаря которым организация выявляет возможности и способности конкурирования между компаниями. Ими являются эффективность деятельности; успешность функционирования; организационные, кадровые, ресурсные, производственные условия.

Проведя общий анализ всех рассмотренных выше теоретических подходов к понятию внутренней среды организации и ее элементов, можно выделить следующую особенность: во внутренней структуре организации вычленяются функциональные и структурные признаки.

Если структурирование идет по функциональным признакам, то в основе лежит представление о том, что функциональные сферы одинаковы для деятельности в производственных и технологических подразделениях. Именно поэтому значительная часть внутренней среды состоит из различных функций, таких как кадровая, маркетинговая, финансовая, бухгалтерская, исследовательская, распределяющая, поставляющая (в последних двух речь идет о продукции).

Структурирование по признаку процедурного критерия позволяет нам использовать такую совокупность факторов, как конкурирующая база организации, ее преимущества и недостатки среди аналогичных компаний на рынке, проблематичные стороны стратегий развития, а также ее потенциал.

Однако самой распространенной моделью внутренней среды остается классическая. Полагаясь на данную модель, можно утверждать, что внутренняя среда организации может состоять из нескольких срезов. Именно их состояние иллюстрирует производственный потенциал организации. Выделяют пять срезов: производственный, организационный, маркетинговый, кадровый и финансовый.

В процессе анализа внутренней среды важно принимать во внимание тот факт, что каждая из организаций является системой, которая некогда была создана людьми. Именно поэтому существующая внутренняя среда представляет собой плод управленческих решений руководства. Данное утверждение вовсе не означает, что полностью все внутренние моменты тщательно регулируются вышестоящими должностными лицами. Часто внутренние факторы формируют ситуации, которые нужно преодолеть компании.

Внутренние переменные в современных компаниях — это части системы в организации, которые характеризуют ее внутреннюю среду. К основным переменным обычно относятся цели, задачи, технология, люди и структура. Наличие представления о ключевых характеристиках вышеупомянутых переменных и их связях помогает использовать их в деятельности для успешного управления организацией. Однако определения и взаимосвязи внутренних переменных не всегда могут помочь точно понять внутреннюю среду компании, поскольку они содержат много отклонений и неопределенностей.

Внутренняя среда предприятия является взаимозависимым комплексом элементов, объединенных единством целей, универсальных законов поведения и характеризуется следующими чертами: существует процесс взаимодействия и преобразования внутренних переменных в желаемые конечные состояния со значениями во внешней среде; протекает циркуляция с внешним миром для получения ресурсов, информации, энергии, сбыта своей продукции (услуг); организация характеризуется производительностью (эффективностью), необходимостью обеспечить соотношение между объемом начального продукта и затратами.

Рассмотрение организационной сферы – это процесс выявления важнейших элементов внутренней и внешней среды, которые могут повлиять на способность предприятия достигать своих целей.

Во внутренней среде предприятия можно выделить ресурсную и операционную части. Первый из компонентов включает в себя ресурсы, которые помогают предприятию успешно функционировать. Ресурсная деятельность характеризуется финансами, персоналом и менеджментом, в то время как в операционную часть входят различные процессы, например: поставка ресурсов, поиск целевой аудитории, производство продукции, ее сбыт и т. д.

Ключевые элементы внутренней среды организации характеризуют по вышеупомянутым группам, а именно по срезам: организационному, кадровому, маркетинговому, производственному, финансовому.

Организационный срез характеризуется иерархическими связями как внутри компании, так и в сфере взаимосвязи между различными структурами организации.

При рассмотрении *кадрового среза* обращают внимание на взаимодействие уровней иерархической решетки управления (руководители, начальники подразделений и рядовые сотрудники), а также на обеспечение контроля трудовых действий всех работников компании.

Третий срез – *маркетинговый*, в него включены понимание ассортимента продукции, его преимущества перед похожим продуктом/услугой на рынке; эффективная реклама.

В *производственном срезе* учитываются технологии, ГОСТы в производстве продукции, а также контроль над их соблюдением. Кроме того, к данному срезу относятся разработка инноваций для производственного процесса, создание условий для расширения товарной линии и ее улучшения.

Финансовый срез характеризуется обеспечением бухгалтерского учета, контроля над расходами и доходами компании, а также принятием мер для эффективности работы компании в финансовом плане и увеличения прибыли.

Существуют базовые элементы, которые непосредственно связаны с рассмотренными выше срезами внутренней среды. Их выделили американские ученые М. Х. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоури (рис. 5).

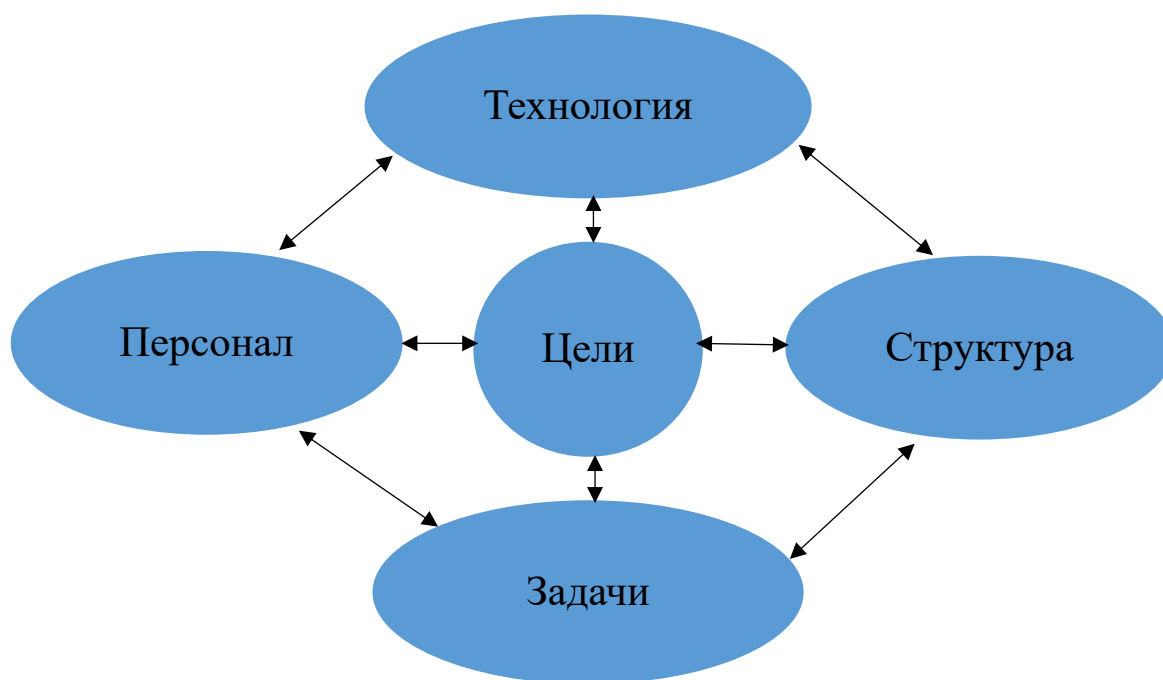


Рис. 5. Элементы внутренней среды организации

Элементы внутренней среды взаимосвязаны между собой. Поэтому изменение одних компонентов приведет к незамедлительному изменению других, а в целом такой процесс повлечет за собой перемену в функционировании компании. Причем стоит помнить, что такие изменения далеко не всегда бывают положительными.

Все исходит из цели предприятия. Цель организации – это предвосхищаемый результат той деятельности, с помощью которой руководители компании планируют привести ее к идеалу. Во время работы управленцы ставят цели перед компанией и доводят их до сотрудников. Последним необходимо знать о целях, так как каждый сотрудник играет важную роль в достижении любой из целей компании. Различают множество целей, однако самые распространенные из них – государственные, региональные и муниципальные, а также коммерческие и некоммерческие.

Цель – это то, благодаря чему компания создается и функционирует в дальнейшем. Важно ставить конкретные цели, чтобы с легкостью их добиваться, делегируя обязанности. Необходимо также периодически анализировать поставленные цели и изменять их сразу же, как возникает необходимость. В зависимости от поставленных целей свою деятельность строят все остальные компоненты внутренней среды.

Структура управления организацией – это совокупность ее подразделений (структурных единиц) и фиксированных взаимосвязей между ними и ее работниками, которая является сложившейся схемой взаимодействия и координации технологических и человеческих элементов. Таким образом, можно утверждать, что организационная структура объединяет управленческие и предпринимательские функции, реализуемые сотрудниками компании, в единый процесс. В рамках данной структуры осуществляется весь процесс управления с участием менеджеров всех уровней и категорий. Ее можно сравнить с каркасом сооружения управленческой системы, который строится для правильного и качественного исполнения всех протекающих процессов. Именно поэтому главы организаций уделяют особое внимание принципам и методам построения структур управления, исследованию тенденций изменений, выбору типов и видов структур и оценкам соответствия задачам, которые стоят перед организацией.

Задачи рассматриваются как определенный список заданий, качественное выполнение которых приведет к успешному функционированию компании. Выполнять задачи рациональнее путем разделения их на части и делегирования какой-либо части каждому сотруднику. На этапе задач руководителям и менеджерам важно конкретно разделить и спланировать задачи, а также определить для каждой цели свой круг задач. Благодаря грамотному планированию будут достигаться общие цели компании. Задачи влияют на направление развития компании.

Следующий не менее важный элемент внутренней среды компании – это кадры. Люди, трудящиеся в компании, считаются основным фактором любого функционирования организации. Только благодаря внимательному и тщательному отбору сотрудников компания может успешно осуществлять свою деятельность и занимать лидирующие позиции на рынке. Кадры принимают участие в разработке и создании продукции, образуют корпоративную культуру организации и микроклимат внутри нее. Только от работников организации зависит ее престижность, а также факт существования в целом. В целях развития организации менеджерам по работе с персоналом нужно серьезно подходить к вопросам формирования штата сотрудников и их срочной переквалификации при возникающей необходимости.

Влияние кадров как компонента внутренней среды организации велико. Мотивированные сотрудники, находящиеся в благоприятной

корпоративной среде, будут крайне эффективны. При планировании и распределении функций для каждого сотрудника стоит помнить также о нормированном рабочем дне, что непосредственно уменьшит текучесть кадров в организации.

Последний (но не по значимости) элемент внутренней среды компании — технологии. Он имеет колоссальное значение во внутренней среде организации, гораздо большее, чем все привыкли думать. Многие полагают, что технологии — это различные машины, компьютеры и оборудование. Однако данный элемент в действительности стоит рассматривать шире. Например, американский социолог Ч. Перроу объясняет это понятие как средство преобразования сырья. В него входят конкретные «люди, информация, а также физические материалы — весомые продукты или услуги». Стоит отметить, что технологии тесно связаны с задачами компании, так как при выполнении конкретной задачи используются определенные компоненты технологий. Как и в ситуации с кадрами, менеджерам важно эффективно распределять технологии, чтобы иметь возможность наиболее полно осуществить задачи организации.

Идеальна будет та технология, которая грамотно собирает все разрозненные частицы компании и далее представляет их в четком «плане действий» для каждого элемента и направления деятельности фирмы. Увеличение количества компьютерной техники и одновременное расширение использования в организациях локальных сетей ведет к сокращению объема работ по определенным функциям на среднем и низшем уровнях управления. Это влияет на координацию работы подчиненных и передачу информации. Результатом использования локальных сетей следует назвать расширение сферы контроля руководителей при сокращении числа уровней управления в компании.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод о том, что все компоненты внутренней среды организации важны для разработки и принятия эффективных решений. Каждый компонент важен как в отдельности, так и в совокупности. Их грамотное взаимодействие положительно влияет на процветание фирмы.

В результате анализа основных характеристик внутренней среды видно, что она оказывает значительное влияние на жизнедеятельность организации. Внутренняя среда может дать толчок для роста и еще более продуктивного развития. Она содержит некий потенциал, который

помогает компании функционировать на рынке. Внутренняя среда организации может стать опорой для грамотного роста и жизнедеятельности компании или подвести ее к кризису и низким позициям на рынке.

Таким образом, роль каждого элемента внутренней среды организации в ее деятельности велика. Только правильное управление всеми ресурсами и элементами внутренней среды позволит организации получить и приумножить положительный эффект в любом направлении деятельности.

4.3. Бизнес-план. Сущность, виды, структура, значение

Успех бизнеса зависит от тщательно продуманной идеи, которую проанализировали и зафиксировали в документе. Если предприниматель не учтет риски и не выявит перспективы развития организации, он может понести убытки. Чтобы избежать ошибок, нужно создать бизнес-план проекта, который покажет его сильные и слабые стороны, а также поможет получить инвестиции.

Существует большое количество определений бизнес-плана:

- это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса;
- рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения;
- развернутая программа рационально организованных мер, действий по осуществлению бизнес-проекта, предусматривающая оценку расходов и доходов;
- документ, характеризующий основные стороны деятельности и развития предприятия и определяющий степень его жизнеспособности и будущей устойчивости;
- результат исследования и обоснования конкретного направления деятельности фирмы на определенном рынке в виде системы количественных и качественных показателей развития;
- система весомых аргументов, убеждающая инвестора в выгодности проекта;
- прогноз, оценка и мера предупреждения рисков предпринимательской деятельности;
- развитие перспективного (стратегического) взгляда на организацию и среду ее деятельности путем получения ценного опыта планирования.

Главная отличительная особенность бизнес-плана заключается в том, что этот документ носит сводный, системный характер. Это отличает бизнес-план от других видов планов, разрабатываемых на предприятии. В нем увязаны характеристики и факторы внешней среды бизнеса с внутренними характеристиками и функциональными сферами деятельности самого предприятия (от маркетинга и сбыта продукции до технологического обеспечения производства продукции).

Под бизнес-планированием понимают процесс разработки бизнес-плана, который представляет собой упорядоченную организационную процедуру, связанную со сбором и обработкой информации, принятием решений, которые осуществляются с целью получения желаемого результата в виде целостной системы взаимосвязанных управленческих решений.

Бизнес-план должен содержать хорошо структурированную и тщательно продуманную систему данных и информацию, в которой представлен комплекс важнейших составляющих бизнеса и функциональных сфер деятельности: цели проекта, рынок, маркетинг, производство, менеджмент, финансы и риски, календарный план работ. Их системное описание необходимо для того, чтобы дать ясную картину предприятия, а также определить, куда оно планирует двигаться и как собирается достичь результатов.

В самом общем виде выделяют две основные цели разработки бизнес-плана.

Внешняя цель: бизнес-план – инструмент для коммуникации и привлечения инвестора (кредитора) с целью получения денежных средств из внешних источников.

Внутренняя цель: бизнес-план помогает создать реальную плановую основу для управления функционированием и развитием бизнеса компании путем разработки и непрерывного обновления бизнес-плана.

Таким образом, бизнес-планирование может повысить эффективность управления, а сам бизнес-план в данном случае служит инструментом для мониторинга и оценки достигнутых результатов.

В качестве основных функций составления бизнес-плана можно выделить:

- создание документа, на который будут опираться в ходе разработки и реализации корпоративной стратегии, что особенно важно на стадии, когда бизнес еще является стартапом, и в ответственные

моменты (диверсификация с последующим расширением активов, увеличение ассортимента продуктов). Без делового планирования невозможно проанализировать эффективность решений и их соответствие глобальной стратегии компании;

- планирование экономической деятельности компании. План – это база для объективной оценки и контроля за коммерческой стороной работы организации;

- привлечение стороннего капитала: кредитов, инвестиций. Банку нужны не только гарантии возврата займа и залог за него, но и документально зафиксированные планы, ожидаемые показатели, стратегия развития фирмы. Это делает ваш запрос более убедительным для кредиторов, которые опасаются, что их деньги просто пропадут, если ваш проект прогорит. Бизнес-планирование деятельности предприятия – один из инструментов привлечения инвестиций;

- привлечение инвесторов и других компаний, но не ради прямых вложений, а ради партнерства и сотрудничества. Бизнес-план – это еще и база для маркетинговой и рекламной политики компании, убеждающей потенциальных клиентов в том, что предприятие перспективно, а его репутация безупречна.

Есть и другие функции бизнес-планирования:

- социальные: повысить статус предпринимателя;
- особые: стать членом ассоциации, расширить деловые контакты, съездить за рубеж.

Чтобы успешно воплотить предпринимательские замыслы и извлечь прибыль, необходимо вначале собрать информационную базу и составить бизнес-план. В процессе сбора сведений и создания плана бизнесмены исходят из вполне конкретных задач и потребностей:

- потребность в исходных данных по проекту;
- технико-экономические расчеты;
- исследование текущей ситуации в отрасли (в рамках своего направления);
- маркетинговое исследование;
- финансовые перспективы бизнес-проекта.

Современное бизнес-планирование призвано решить одну серьезную задачу: наметить путь развития предприятия.

В бизнес-плане заинтересованы прежде всего следующие лица:

1. Собственники предприятия. Бизнес-план интересует их с точки зрения определения целей и формирования стратегии достижения этих целей. Бизнес-план также будет необходим для контроля его реализации.

2. Руководство предприятия. Руководители используют бизнес-план и бизнес-планирование для разработки стратегии развития и осуществления эффективного управления на основе бизнес-плана. Если бизнес-план отсутствует, то руководители вынуждены реагировать на уже свершившиеся события, т. е. использовать реактивное управление. Если руководители действуют на основании бизнес-плана, то это реакция на предвиденные и запланированные события. Кроме того, бизнес-план необходим руководителям для получения внешнего финансирования. Конечно, хорошо проработанный бизнес-план не дает полной гарантии, но существенно помогает в получении денежных средств.

3. Инвесторы (кредиторы). Они рассматривают бизнес-план как источник информации для принятия решения о финансировании.

4. Партнеры и сотрудники предприятия. Они видят в бизнес-плане основу для деловых предложений и развития контактов. Он позволяет понять перспективы бизнеса, выяснить в нем свое место, определить задачи и перспективы сотрудничества.

Использование бизнес-планирования дает целый ряд преимуществ и выгод:

- обеспечивается фокус на потребителя и гибкость в его обслуживании;
- повышается общая эффективность управления в силу ориентации на достижение результата и эффективное использование ресурсов;
- улучшаются интеграция и координация взаимодействия между отдельными звеньями и работниками, так как обеспечивается перевод стратегических целей в тактические цели и мероприятия по их достижению;
- улучшается контроль, так как сравнение фактических результатов с плановыми позволяет оценить степень приближения к заданным целям;
- обеспечивается эффективность распределения и использования ресурсов и времени.

Несмотря на явные преимущества, которые дает использование стратегического и бизнес-планирования, существует и ряд барьеров, препятствующих их широкому применению в процессе управления.

В исследованиях Д. Ф. Куратко, Ф. Аналоуи и других отмечаются следующие препятствия:

- дефицит времени;
- постоянная загруженность текущей работой;
- высокие затраты, связанные с процессом планирования;
- недостаток специальных знаний, умений и опыта планирования;
- недостаток доверия по отношению к сотрудникам и консультантам, страх провала бизнеса.

Единого для всех жестко заданного формата бизнес-плана не существует. Каждый бизнес-план по-своему уникален, поскольку должен отражать особенности рассматриваемого предприятия, отрасли, а также учитывать интересы основного читателя бизнес-плана.

На сегодняшний день в мировой практике существуют следующие стандарты: ЮНИДО (UNIDO), КПМГ (KPMG), ТАСИС (TASIS), ЕБРР (EBRD).

ЮНИДО (UNIDO)

Аббревиатурой ЮНИДО (UNIDO) обозначалась организация при ООН, занимавшаяся промышленным развитием. В 70-е г. XX в. она создала собственную методику оценки бизнес-проектов. Эта разработка была нацелена на то, чтобы у развивающихся стран появился инструмент, позволяющий улучшить качество проектов для инвестирования, а промышленные технико-экономические исследования (как правило, поверхностные и плохо выполненные) стали более стандартизированными.

ЮНИДО впервые опубликовало эту методику авторства П. Хавранека и В. Беренса в 1978 г., тогда же ее приняли за мировой стандарт. Развитие бизнес-идеи предлагается проектировать как трехфазный цикл, состоящий из предынвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной фаз.

KPMG

Интернациональная сеть агентств KPMG, оказывающих услуги в области консалтинга и смежных сферах, разработала собственную методику составления бизнес-планов. Это планы больше для топ-менеджеров, чем для внешних инвесторов. У документов, написанных в соответствии с методикой KPMG, структура более проработанная и информативная (с позиции интересов управленцев и персонала фирмы).

ЕБРР

Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) занимает почетное место среди крупнейших инвесторов как европейского региона,

так и Центральной Азии. Эта корпорация привлекает огромные иностранные капиталы, но пользуется и собственными средствами. Внешние инвестиции идут на развитие и поддержку уже запущенных проектов, на открытие новых бизнесов и запуск производств. В бизнес-планировании работы современной компании от ЕБРР основной акцент делается на финансовый анализ (SWOT-анализ, учет заемных средств). Это самый лаконичный бизнес-план.

В табл. 4 представлены основные разделы бизнес-плана по различным методикам.

Таблица 4. Структура бизнес-плана по методикам ЮНИДО (UNIDO), КПИМГ (KPMG), ЕБРР (EBRD)

ЮНИДО (UNIDO)	КПИМГ (KPMG)	ЕБРР (EBRD)
Резюме	Резюме	Титульный лист
Суть бизнес-проекта	Общие сведения	Дисклеймер о конфиденциальности
Стартовые условия, информация о проекте	Услуги и продукты, которые будут производиться	Резюме
Образец нового продукта (описание)	Стратегические цели и миссия, задачи	О компании
Оценка опыта ведения бизнеса	Продукция	История фирмы и её текущее состояние, направления деятельности
Исследование рынка	Введение	Владельцы, топ-менеджмент, персонал
Портрет покупателя нового товара	Товары и услуги – описание	Деятельность на нынешний момент
Анализ конкурентов	Сопутствующие продукты	Состояние финансов компании
Анализ собственных конкурентных преимуществ и недостатков	Рыночный и отраслевой анализ	Кредиты
Маркетинговый план	Как будет использоваться товар (услуга)?	О проекте

Продолжение табл. 4

ЮНИДО (UNIDO)	КПМГ (KPMG)	ЕБРР (EBRD)
Резюме	Резюме	Титульный лист
Цели продвижения товара	Демографический портрет покупателя	Общие сведения о бизнес-проекте
Стратегия продвижения	Исследование конкурентов	Инвестиционный план
Финансовое обеспечение продвижения согласно плану	SWOT-анализ	Рыночный и конкурентный анализ
Производственный план	Целевые рынки	Производственный процесс – подробно
Информация об изготовителе продукта	Целевая аудитория: кто ваш клиент?	Финансовый план
Необходимые производственные мощности и их наличие	География сбыта	Влияние на окружающую среду
Материальные факторы, влияющие на производство	Ценовая политика	Заёмные средства
Производственный процесс (подробно)	Маркетинговые и рекламные стратегии	Графики погашения долгов и получения денег
Организационный план	Стратегия продвижения	Залог, поручительство
Организационно-правовая форма компании	Каналы рекламы	На что будут истрачены кредитные средства (на проведение работ, закупку техники)
Оргструктура предприятия	Прогноз по продажам	SWOT-анализ
Распределение функций и полномочий	Управление	Риски и способы их сократить
Информация о партнёрах	Основной персонал	Приложения
Анализ внешней среды компании	Постоянное расходование активов	
Человеческие ресурсы	Издержки на подготовку к выпуску продукта	
Информация о топ-менеджерах	Финансовый анализ	

ЮНИДО (UNIDO)	КПМГ (KPMG)	ЕБРР (EBRD)
Резюме	Резюме	Титульный лист
Финансовый план (доходы и издержки)	Себестоимость проданных товаров	
План выплат и поступлений	Исследование безубыточности	
Сводный баланс пассивов и активов	Количественный анализ	
График предполагаемого достижения точки безубыточности	Расходы и доходы	
Финансирование: откуда будут поступать средства и как использоваться	Движение финансов	
Анализ рисков, страхование	Балансы компании	
Приложение	Риски	
	Приложения	

В процессе разработки бизнес-плана необходимо придерживаться определенной последовательности этапов выполнения работ, поэтому процесс разработки бизнес-плана должен быть спланирован.

Этап 1-й. Определение целей разработки бизнес-плана.

Прежде чем перейти к написанию бизнес-плана, необходимо определить цели его разработки и его целевую аудиторию. Необходимо также выявить интересы, предпочтения и потребности целевой аудитории, для которой разрабатывается бизнес-план, поскольку от этого зависит то, на каких ключевых моментах необходимо акцентировать внимание.

Этап 2-й. Составление плана работ по подготовке бизнес-плана.

На данном этапе определяется состав работ, осуществляется их распределение между членами рабочей группы. Составление плана работ по разработке бизнес-плана включает в себя определение следующей информации:

- формирование перечня мероприятий и объема всех работ, которые необходимо выполнить при подготовке бизнес-плана;

- определение сроков завершения работ и составление общего графика подготовки бизнес-плана – назначение ответственных исполнителей по отдельным работам;
- формирование примерной структуры разделов бизнес-плана;
- определение перечня и сроков проведения текущих мероприятий, которые необходимы, чтобы координировать работу основных участников рабочей группы.

Этап 3. Сбор информации и разработка бизнес-плана.

Последовательность разработки отдельных разделов бизнес-плана может быть различной и определяется возрастом компании, опытом самих разработчиков. Прежде чем перейти к написанию бизнес-плана, необходимо собрать информацию о компании, о предполагаемом производстве продуктов/услуг, а также провести необходимые исследования, такие как анализ рынка, финансового состояния компании и т. д. В самую последнюю очередь пишутся резюме и краткое содержание бизнес-плана, поскольку они представляют собой краткий обзор основных его разделов.

Этап 4-й. Редактирование и оформление бизнес-плана.

Результатом бизнес-планирования будет бизнес-план, представленный в письменной форме. Как правило, процесс письменного оформления полученных результатов существенно улучшает эффективность всей деятельности, связанной с планированием. Когда написание бизнес-плана завершено, желательно провести его экспертизу силами стороннего консультанта-рецензента. Далее в бизнес-план вносятся корректировки с учетом замечаний рецензента.

Этап 5-й. Оценка выполнения бизнес-плана.

Поскольку со временем внешняя среда и цели бизнеса меняются, необходимо пересматривать и обновлять бизнес-план, чтобы отразить в нем происходящие изменения. Оценка степени выполнения бизнес-плана и выявление причин расхождений запланированного и достигнутого результатов должны стать основанием для внесения корректировок как в сам процесс планирования, так и в бизнес-план.

Для разработки бизнес-планов в настоящее время создан ряд готовых шаблонов бизнес-плана – полезно посмотреть несколько готовых шаблонов на сайтах-агрегаторах вроде bi-plan.ru или ooo-бизнес-план.рф.

Рассчитать финансовую модель бизнес-плана можно с помощью онлайн-конструкторов (Finmodelbuilder, finmodel.ru, E-Planificator)

и Excel со специальными формулами. Также существуют и платные профессиональные сервисы для составления бизнес-планов вроде «Альт-Инвест (Сумм)» и Project Expert.

Немаловажным фактором при составлении бизнес-планов следует считать наличие ошибок, которые могут быть допущены разработчиками. К ним относят:

- отсутствие времени на подготовку. Предприниматель не собирает информацию, не думает, какие вопросы могут возникнуть у покупателей, инвесторов, поставщиков, не изучает потребности всех участников.

- использование неверной информации. Например, преувеличивают реальные показатели, чтобы повысить шансы на сотрудничество с инвестором. Скорее всего, все цифры проверят и откажут в финансировании;

- неприменимость системного подхода. Бизнес-план прорабатывают в спешке, в итоге упускают риски, которые важно учитывать при реализации проекта;

- указание плавающих сроков в прогнозах. Это приводит к тому, что инвесторы не понимают дату запуска продукта. В итоге не могут рассчитать, когда получат свои вложения обратно, сколько на этом заработают.

Грамотное составление бизнес-плана – это залог успеха в реализации бизнес-идеи и достижении стратегических целей компании.

4.4. Экономическая среда бизнеса. Деловые связи, инфраструктура бизнеса и рынок. Конкуренция

Экономическая среда бизнеса представляет собой совокупность факторов, условий деятельности и особенностей окружения субъектов бизнеса в сферах создания и реализации товаров и услуг, осуществления работ.

Составляющими экономической среды бизнеса выступают деловые связи, инфраструктура бизнеса и рынок. Через их посредство на поверхности явлений мы и наблюдаем перечисленные выше условия, факторы деятельности и особенности окружения субъектов бизнеса.

Деловые связи – это совокупность способов взаимодействия субъектов бизнеса в процессе реализации деловых интересов.

Для производства товаров и оказания услуг предпринимательской фирме нужно выявить существующие потребности (или смоделировать

новые), закупить сырье, машины, оборудование, нанять рабочих, произвести товары и продать их (либо оказать услуги, выполнить работы).

Каждому предпринимателю чрезвычайно важно отдавать себе отчет в том, кто и какое воздействие может оказать на деятельность его фирмы. Различные субъекты бизнеса вступают во взаимодействие между собой, отстаивая свои деловые интересы. Каждый из субъектов бизнеса, оказывающий влияние на другого и сам испытывающий влияние последнего, является, с одной стороны, конкурентом, а с другой – контрагентом.

Наемные работники фирмы, к примеру, объединенные в профсоюзы, становятся силой, с которой приходится считаться предпринимателю. Профсоюз может требовать повышения оплаты труда, увеличения продолжительности оплачиваемых отпусков, оплаты медицинской страховки. Вместе с тем и профсоюзы вынуждены считаться с возможностями работодателей по навязыванию наемным работникам выгодных либо невыгодных условий трудовых контрактов.

Конкуренция между предпринимателями и потребителями также направлена на взаимное навязывание деловых интересов – потребители стремятся уменьшить цены и получить гарантии качества товаров и услуг (именно с этим связаны активно применяемые во всем мире различные приемы защиты прав потребителей), предприниматели же изначально заинтересованы в обратном.

Конкретная предпринимательская фирма может производить и продавать товары, которые впоследствии станут исходным материалом для производственного бизнеса другой фирмы. В этом случае она называется поставщиком. Поставщик – это производитель или распространитель товаров и услуг.

Устойчивая потребность каждого из субъектов бизнеса взаимодействовать с другими субъектами бизнеса превращает тем самым рынок в постоянно воспроизводимое явление, экономику, подталкиваемую вперед деловыми интересами и деловыми связями, – в рыночную экономику, а экономическую среду современного бизнеса – в рыночную среду.

Деловые отношения — это связь между организациями, которая поддерживает коммерцию в работе любого бизнеса.

Отношения улучшаются, когда заинтересованные в деятельности фирмы стороны, включая сотрудников, работодателей, деловых партнеров и других, активно участвуют в ее управлении. Предыдущее описание

приводит к выводу, что деловые отношения состоят из ряда партнеров, которые работают все вместе, чтобы создать либо внутренние, либо внешние отношения.

Однако построение успешных деловых отношений требует прочного общения, непоколебимой приверженности и безусловного доверия. Как следствие, это повышает производительность сотрудников, удовлетворяет их требования и в целом повышает их уровень общего счастья от работы. Кроме того, установление деловых отношений со всеми соответствующими заинтересованными сторонами способствует укреплению единства направления, конструктивной корпоративной культуры и других факторов, обеспечивающих развитие конкурентных преимуществ.

Цель каждого делового отношения (будь то взаимоотношение с клиентами, партнерами, поставщиками, сотрудниками или кем-либо еще, кто заинтересован в результате деловой операции) состоит в том, чтобы обеспечить постоянный успех всех вовлеченных сторон.

Когда дело доходит до применения новых тактик внутри организации, уровень доверия зависит от деловых отношений. Контакт также способствует внутренним изменениям компании, поощряя новые идеи и повышая моральный дух, которые могут повысить производительность.

Кроме того, когда два предприятия имеют прочные рабочие деловые отношения, это способствует созданию атмосферы открытости и доверия, когда сотрудники чувствуют себя в безопасности, делясь своими идеями и мнениями друг с другом. Укрепление доверия и лояльности в деловых отношениях имеет важное значение для успеха обеих сторон в долгосрочной перспективе.

Следовательно, деловые отношения следует контролировать, поскольку они влияют на диалог, социализацию и взаимодействие. Без гармонии между этими тремя факторами фирма потерпит неудачу из-за отсутствия последовательного руководства.

В бизнес-среде можно создавать отношения со многими заинтересованными сторонами в зависимости от ваших профессиональных целей и задач. Вот различные типы деловых отношений:

1. Бизнес для бизнеса (B2B).

Отношениям B2B, которые находятся выше или ниже по цепочке поставок, часто придается наибольшее значение. Отношения такого рода были бы необходимы для коммерческих операций; например, косметическая компания не сможет вести бизнес при отсутствии своих поставщиков выше по цепочке или нижестоящих продавцов.

Однако не каждая компания использует такие вертикальные сети поставок в своей деятельности. Возможности для партнерства можно найти также в рамках горизонтальных сетей. Связи, которые существуют между вашей компанией и другими, работающими на том же уровне в цепочке поставок, называются горизонтальными отношениями. Горизонтальные отношения могут включать другой бизнес или тот, который обслуживает клиентов, сравниваемых с клиентской базой первой компании, например, свадебный фотограф и пекарь.

2. Отношения с клиентами.

Успешная продажа продуктов или услуг – это средство для достижения цели, а построение значимых отношений с клиентами – ключ к успеху. Вы можете работать в сфере продаж, где вам нужно установить личные связи с клиентами, или в сфере маркетинга, сбора средств, где необходимо установить отношения с крупными онлайн-сообществами фанатов или спонсоров. Каким бы ни был характер ваших отношений с клиентами, они предоставляют возможность для открытого диалога о направлении вашей компании, а также о желаниях и потребностях клиентов, которых вы обслуживаете.

3. Отношения с сотрудниками.

Важно развивать деловые отношения со всеми сотрудниками компаний. Это особенно важно иметь в виду, если вы занимаете руководящую должность, которая требует от вас связи с другими членами команды и распределения обязанностей таким образом, чтобы максимально использовать индивидуальные способности каждого члена команды. Даже если у вас нет руководящей должности, вы все равно можете строить отношения с людьми в своем отделе или общаться с людьми из других отделов, чтобы приобретать новые навыки и отраслевой опыт.

4. Наставник-отношения.

У вас также есть возможность наладить отношения с гидами. Руководители вашей организации или другие профессионалы в своей области, обладающие опытом или информацией, которые вы хотите получить, могут служить наставниками. Этот тип деловых отношений – прекрасная возможность узнать новые точки зрения от людей в вашем секторе, которые имеют бо́льший или другой опыт.

Выделяют традиционные методы развития деловых отношений.

1. Тег телефона.

Не существует волшебной формулы для построения отношений в бизнесе, и хотя подходы просты («холодные» звонки), они тем не менее эффективны.

2. Распространение бесплатных продуктов.

Предоставление бесплатных образцов работы – это еще один подход к установлению контактов с нуля. Это могут быть люди в этом районе, люди в отрасли, если вы занимаетесь B2B, или влиятельные люди в вашей области.

В этом плане социальные сети служат каналом для распространения информации и установления связей.

3. Использование социальных сетей.

При использовании социальных сетей для построения деловых отношений и обслуживания клиентов важно избегать явной саморекламы. Однако вместо того, чтобы использовать социальные сети в качестве платформы для вещания, где реклама транслируется с перерывами, а общение является односторонним, рассмотрите это как улицу с двухсторонним движением, где вы можете взаимодействовать со своей аудиторией. Вместо того чтобы ждать, пока клиенты инициируют контакт с помощью обычных средств, компании могут напрямую обращаться к ним в социальных сетях.

4. Связь со службой поддержки.

По мере роста вашего бизнеса все труднее становится уделять отдельным клиентам то внимание, в котором они нуждаются. Использование социальных сетей для поддержания связи – это просто и быстро и может привести к новому бизнесу, если вы проявите интерес и готовность помочь.

5. Разрешение спора.

В коммерческих сделках преобладают споры, потому что интересы вовлеченных сторон не всегда совпадают. Сохраняйте спокойствие и не допускайте эмоциональных всплесков, когда это происходит.

Построение реальных отношений с другими людьми – первый шаг к расширению вашего бизнеса. Стремитесь к более значимым связям везде, где это возможно, будь то потребители, клиенты, поставщики или другие влиятельные бизнесмены.

Однако первым шагом к построению настоящих деловых отношений следует считать отношение к каждому человеку как к личности

со своим собственным набором потребностей, целей и мотивов. Следуя этому, можно реализовать следующие стратегии для развития настоящих деловых отношений.

1. Просто будь собой.

Если вы хотите произвести хорошее впечатление на работе, просто будьте собой. Когда вы впервые встречаете кого-то, будьте собой; это может упростить начало и поддержание здоровых деловых отношений. Честность имеет большое значение для завоевания доверия ваших коллег и клиентов. Практика активного слушания, эффективное общение и работа над вашими навыками межличностного общения могут вам быть более искренними на работе. Это может заставить людей, с которыми вы состоите в отношениях, чувствовать себя в безопасности и быть уверенными в вашей поддержке и привязанности.

2. Создавайте продуктивные пути для социального взаимодействия.

Создание возможностей для плодотворного нетворкинга – хороший первый шаг к построению плодотворных отношений с деловыми партнерами, с которыми вы работаете. Это может выглядеть по-разному в зависимости от сектора, в котором вы работаете, но некоторые примеры включают благотворительные мероприятия, ретриты и конференции. Вы можете повысить свои шансы на установление успешных деловых контактов, запланировав участие в профессиональных сетевых мероприятиях, которые будут приятными и плодотворными. Вы также можете наверстать упущенное в прошлых связях, чтобы с помощью этого восстановить линии связи.

3. Установите определенные цели.

Постановка разумных целей в начале новых деловых отношений – еще одна хорошая практика. Для каждой пары это может быть разным: официальное руководство, неформальная ориентация или более формальная учебная сессия. Примерами этого являются клиентский контракт и адаптационная сессия.

Вы и другая сторона можете говорить о том, чего вы ожидаете от отношений во время этих встреч. Независимо от того, является ли ваше сотрудничество краткосрочным или долгосрочным, вы можете сами устанавливать условия и поддерживать эту продуктивную атмосферу пока вы вместе. Когда все в команде понимают свои обязанности, продуктивность и моральный дух должны возрасти.

4. Определите набор общих целей.

Один из способов начать работу с потенциальными деловыми партнерами – определить области, представляющие общий интерес.

5. Поддерживайте регулярный контакт.

Успешные деловые отношения зависят от открытых линий связи. Важно с самого начала выработать модель регулярных контактов с новым деловым партнером. Еженедельные проверки, ежемесячные отчеты или даже ежедневные встречи в режиме ожидания могут быть уместны в зависимости от характера связи. Кроме того, вы можете продемонстрировать свою надежность и стремление оставаться на связи со своими новыми деловыми партнерами, установив регулярный режим общения с ними.

6. Создайте стратегию управления вашими отношениями.

Стратегия управления отношениями – это полезный инструмент для построения и поддержания плодотворных деловых отношений. В зависимости от вашей деятельности стратегия управления отношениями может включать или не включать расписание встреч, список контактов или и то и другое. Например, при работе с новым клиентом вы можете определить, кто в вашей команде имеет право общаться с клиентом и как часто. Заранее подготовившись к этим обстоятельствам, вы можете повысить шансы на удачное начало новых партнерских отношений.

7. Четко указывайте цены и затраты.

Первому удачному взаимодействию с клиентом способствует то, что обе стороны честно указывают свои цены, ставки и расходы. Честность в вопросах ценообразования помогает укрепить доверие клиентов, потребителей и деловых партнеров. Сборы и ставки должны открыто обсуждаться во время первоначальной консультации или встречи. Приложите усилия, чтобы завоевать доверие потребителей, информируя их обо всех без исключения повышениях или понижениях цен. Если ваши ставки различаются, важно объяснить партнеру причину этого, чтобы сохранить крепкие отношения.

Если авторитет и доверие необходимы для построения эффективных деловых отношений, то профессиональные услуги в значительной степени облегчаются образовательными усилиями, а не коммерческими предложениями.

Инфраструктура – это обязательный компонент любой целостной экономической системы. Инфраструктура в бизнесе представляет собой

совокупность элементов, обеспечивающих свободный обмен и перелив различного рода ресурсов – финансовых, товарных, трудовых, информационных – и увязывающих этот процесс в единое целое.

Основные элементы инфраструктуры бизнеса:

Товарный рынок (товарные посредники, биржевые посредники, аукционы, ярмарки).

Рынок труда (система регулирования занятости населения, профессиональные союзы работающих по найму, система высшего и среднего специального образования).

Финансовый рынок (кредитная система и коммерческие банки, налоговая система, фондовые и валютные биржи, система страхования и страховые компании, аудиторские компании).

Информационный рынок (информационные технологии и средства деловой коммуникации, рекламные агентства, информационные агентства и средства массовой информации).

Горизонтальными связями в структуре бизнеса называются рыночные отношения, складывающиеся между различными, прежде всего производственными, фирмами, а также между ними и многочисленными профессиональными посредниками. На товарном рынке такими посредниками выступают товарные биржи, аукционы, ярмарки и другие формы организационного внебиржевого посредничества.

На финансовом рынке основными профессиональными участниками являются банки, фондовые и валютные биржи, страховые компании и др.

На рынке труда – это прежде всего биржа труда, а также агентства занятости.

На информационном рынке горизонтальные связи инфраструктуры бизнеса представлены взаимоотношениями между производственными, торговыми, транспортными и другими предприятиями, с одной стороны, и средствами массовой информации, рекламными агентствами – с другой.

Под вертикальными связями инфраструктуры бизнеса следует понимать взаимоотношения между фирмами различной специализации и государственными органами управления.

Функции инфраструктуры: облегчение деятельности на рынке, содействие реализации интересов хозяйствующих субъектов, специализация субъектов бизнеса.

Инфраструктура бизнеса сформировалась в результате длительной эволюции деловых отношений. В настоящее время она выполняет ряд существенно важных функций:

- организационное оформление деловых отношений;
- облегчение участникам деловых отношений реализации своих интересов;
- специализация различных субъектов экономики, повышение оперативности и эффективности их работы на основе дифференциации заполняемых ими рыночных ниш;
- облегчение форм юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики.

Появление элемента конкуренции во взаимодействии компаний оказывает влияние как на бизнес-процессы этих компаний, так и на рыночную ситуацию.

Максимальные усилия в конкурентной борьбе направлены на обнаружение рыночных ниш, ценовую и неценовую конкуренцию, формирование конкурентного преимущества – особой компетенции, которая развита у организации сильнее, чем у ее конкурентов. Таким образом, к положительным сторонам конкуренции можно отнести постоянное совершенствование производства, снижение цен и затрат, повышение качества продукции и качества обслуживания потребителя, введение новых форм управления.

Каждый продавец по возможности старается обособить свой товар от других присутствующих на рынке товаров, закрепить за собой отдельную нишу. Это позволяет выстраивать лидирующую позицию в своей рыночной нише, что усиливает сегментацию рынка и позволяет выбирать различные формы неценовой конкуренции: предоставление дополнительных услуг, повышение качества предлагаемого товара, наличие специальных условий покупки и т. д. Ведется также борьба на уровне торговых марок и брендов, выступающих в качестве идентификаторов продуктов фирмы.

С конкурентной борьбой неразрывно связано позиционирование как способ преимущества над конкурентами, позволяющий продемонстрировать особенности предлагаемого продукта. Имеет место и ценовая борьба, но воспользоваться преимуществом самой низкой цены на рынке может лишь одна компания (очевидно, что двух и более компаний с самой низкой ценой на одном рынке быть не может, а если такое

случается, никто из них не имеет преимущества на фоне друг друга). К тому же на многих рынках ценовые войны невыгодны прежде всего производителям / продавцам.

Поэтому основные конкурентные стратегии предполагают формирование неценовых преимуществ. Базовыми стратегиями компаний на существующих рынках являются:

- конкурентная стратегия Портера;
- стратегии достижения лидерства Трейси и Вирсемы;
- стратегии роста Ансоффа.

Успешные компании, работающие на устоявшихся рынках, чаще всего используют одну из них.

Не утратили также актуальности стратегии ведения конкурентной войны, построенные на основе так называемого стратегического квадранта Карла фон Клаузевица. В зависимости от доли рынка и наличия стратегического преимущества каждая из компаний может определить свой квадрант, для которого наилучшим образом будет подходить одна из стратегий конкурентной борьбы.

Несмотря на появление в последние годы новых ниш и рынков, для которых данные стратегии подходят не в полной мере, они все еще сохраняют актуальность для большинства ситуаций.

Если компания имеет большую долю рынка и является признанным лидером, задающим тренды развития рынка, она уже и так заняла главенствующее положение и ее оптимальная стратегия – оборона, т. е. защита своих позиций. Лидер рынка может развивать первичный спрос, защищать долю рынка и увеличивать ее, оптимизировать затраты.

Оборонительная стратегия предполагает блокирование сильных шагов конкурентов, нанесение упреждающих ударов, постоянное поддержание резерва ресурсов, готовность к атаке (причем иногда на свои собственные продукты). Следующий после лидера игрок с большой долей рынка является последователем, самая явная его цель – самому стать лидером на данном рынке. Его основной стратегией будет наступление на лидера.

Для организации наступления на лидера компании-последователю необходимо знать сильные и слабые места в позиции лидера, сконцентрироваться на одном направлении и добиться численного преимущества по товарам и ресурсам в соотношении как минимум 3:1. Если последователь не готов атаковать, он может следовать за лидером

и максимально использовать его, пока не будет готов представить на рынке продукт, направленный на то, чтобы лишить лидера доминирующего положения.

Следующие стратегии можно назвать рабочими для более мелких представителей бизнеса. Если компания имеет небольшую долю рынка, но в своей нише занимает лидерские позиции, ей следует выбирать стратегию нишевого игрока – фланговую атаку. Данная стратегия предполагает, что нишевой игрок имеет ключевую компетенцию и предлагает достаточную уникальность продукта. Ему необходимо работать в рамках нишевой специализации и следить за тем, чтобы его ниша не заинтересовала крупных игроков рынка, с которыми он не сможет конкурировать.

Принципы фланговой атаки предполагают поиск пустой или плохо защищенной ниши, в которой можно будет атаковать при помощи ценового предложения, товаров-новинок, новых каналов дистрибуции и т. д.

И, наконец, совсем небольшие компании, которые, имея малую долю рынка, не являются лидерами в своей нише и вынуждены применять стратегию партизанской войны. Им следует выбирать небольшой и крайне специфический сегмент рынка, который можно будет освоить с имеющимися ресурсами (обычно весьма ограниченными), не пытаться конкурировать с лидером ниши и тем более рынка, ведь для этого нет ни ресурсов, ни достаточных компетенций. Именно им приходится быть максимально гибкими и в случае атак со стороны более сильных игроков рынка сворачивать операции и переключаться на другой сегмент рынка или другой продукт.

4.5. Неэкономическая среда бизнеса

Под неэкономической средой бизнеса здесь и далее понимается совокупность факторов, условий осуществления субъектами бизнеса деловой деятельности, а также окружение субъектов бизнеса, которое формируется за пределами непосредственно экономики.

Элементами неэкономической среды бизнеса можно назвать различные общественные (социальные) отношения, процессы и институты, а также отношения и процессы, складывающиеся в природе (мире естественного существования людей как субъектов бизнеса). Подобно тому как в экономической среде бизнеса можно выделить деловые связи

между субъектами отношений, инфраструктуру этих отношений и связей, структурные уровни данных отношений, в неэкономической среде бизнеса также выделяются неэкономические деловые связи субъектов бизнеса, мобильная и институциональная инфраструктура неэкономической среды бизнеса и структурные уровни отношений в неэкономической среде бизнеса (микро-, мезо-, макро-, мегауровни неэкономической среды бизнеса).

Социально-культурная среда бизнеса включает в себя жизненные ценности, традиции населения региона, страны, мира. Социальная структура населения, ее расслоение определяют характер запросов, существующих в обществе.

Сокращение населения России, к примеру, влияет и на сокращение предложения рабочей силы на рынке труда, и на состояние и развитие потребительского бизнеса.

Уровень культуры населения оказывает влияние на организацию бизнеса на микроуровне, макроуровне и на мегауровне. На микроуровне социально-культурная среда оказывает влияние на организацию деятельности фирмы. Культура в обслуживании покупателей вызывает доверие и к фирме, и к товарам, способствует росту продаж. На макроуровне на развитие деловых связей субъектов бизнеса влияют разного рода национальные доктрины образования, развития науки, идеологические приоритеты в обществе, уровень открытости и гласности в обществе.

Технологическая среда бизнеса характеризует возможности общества с точки зрения техники и технологических процессов, которые можно использовать в бизнесе. Применение технологий высокого уровня обеспечивает конкурентоспособность товаров. Внедрение новых технологий требует подготовленной, обученной рабочей силы, хотя и уменьшает потребности в количестве работников.

Ответ на вопрос «как производить продукцию?» можно получить, лишь обратившись к особенностям технологии производственной или иной деятельности. Конечно, применяемая технология обусловлена и тем, что именно производят. Но не менее существенно знать, каков уровень технологического развития государства. Если в обществе низкий уровень развития науки и техники, то фирме трудно удовлетворить в полном объеме потребности людей в высококачественных товарах. Примитивными орудиями труда невозможно организовать массовое производство полезной продукции.

Физическая (географическая) среда бизнеса влияет на те возможности, которые может использовать предпринимательская фирма для организации бизнеса. Например, наличие в земле природных ископаемых служит предпосылкой для их добычи. Уникальные природные ландшафты позволяют создавать туристические и курортные зоны.

Наконец, обратимся к политической среде бизнеса. Политика – это важнейшая составная часть среды бизнеса. Влияние политики на деятельность субъектов бизнеса чрезвычайно велико. Вместе с тем все группы субъектов бизнеса, прежде всего предпринимательские фирмы, заинтересованные в проведении определенной политики, активно влияют на поведение отдельных политических деятелей, политических партий и их представителей. Даже наемные работники, участвуя в качестве избирателей депутатов в органы государственной власти, участвуют в формировании политического курса страны.

Таким образом, формирование среды бизнеса основано на выборе целей и задач развития бизнеса, учете факторов внешней и внутренней среды.

Основным документом для обоснования бизнес-идеи и разработки плана ее развития и внедрения является бизнес-план. Следует отметить, что на текущий момент времени нет единого положения по структуре бизнес-плана.

Учитывая внешнюю и внутреннюю среду, можно выбрать наиболее привлекательную траекторию развития бизнеса.

Вопросы и задания

Вопросы для обсуждения

1. В чем заключается особенность обоснования бизнес-идеи создания бизнеса?
2. Почему внутренний регламент выделяют в одну из наиболее значимых организационных составляющих начального этапа развития бизнеса?
3. Опишите основные элементы внутренней среды компании.
4. Какие цели преследует разработка бизнес-плана?
5. Какое содержание бизнес-плана можно считать наиболее приемлемым?
6. Каким образом оценивается эффективность реализации бизнес-плана?

7. Насколько важно поддерживать деловые отношения с контрагентами? Приведите примеры.

8. Из чего состоит инфраструктура бизнеса?

9. В чем заключаются особенности функционирования бизнеса в условиях конкуренции?

10. Чем отличается экономическая и неэкономическая среда фирмы?

Тест для самоконтроля

1. *Какую информацию рекомендуется размещать в приложениях к бизнес-плану (выберите несколько правильных ответов):*

- а) прайс-листы потенциальных поставщиков;
- б) результаты анализа рынка;
- в) описание необходимого оборудования;
- г) потребность в персонале;
- д) проекты контрактов и соглашений.

2. *Упорядочите последовательность выборочных этапов разработки бизнес-плана:*

- а) постановка цели;
- б) оценка ожидаемой эффективности;
- в) прогноз продаж;
- г) анализ рынка;
- д) продвижение бизнес-плана;
- е) бюджетирование проекта;
- ж) определение бизнес-идеи.

Впишите буквы:

1—___; 2—___; 3—___; 4—___; 5—___; 6—___; 7—___.

3. *Существует ли законодательно утвержденная структура бизнес-плана (выберите один правильный ответ):*

- а) да;
- б) нет;
- в) только для заявки на кредит;
- г) только для получения бюджетных инвестиций.

4. *Какой из трех видов бизнес-планов в зависимости от целей может быть заявкой на привлечение капитала (выберите один правильный ответ)?*

- а) бизнес-план сущность;

- б) бизнес-план форма;
- в) бизнес-план понимание.

5. К какому виду основной информации для бизнес-планирования относится прогноз темпов инфляции (выберите один правильный ответ):

- а) экономической;
- б) учетной;
- в) политической и нормативно-правовой;
- г) технической.

6. Какой из перечисленных прикладных программных продуктов для автоматизации процесса бизнес-планирования реализован как вычислитель на базе электронных таблиц (выберите один правильный ответ):

- а) COMFAR;
- б) PROPSPIN;
- в) Project Expert;
- г) АЛЬТ-Инвест.

7. Какой из видов планируемых затрат рассчитывается пропорционально объему производимой продукции (оказываемых услуг) (выберите правильный ответ):

- а) пропорциональные;
- б) комплексные;
- в) переменные;
- г) издержки обращения.

8. Какой из типов организационных структур предпочтителен для создаваемого бизнеса до начала эксплуатационной фазы (выберите правильный ответ):

- а) проектная;
- б) линейная;
- в) дивизиональная;
- г) функциональная.

9. Сопоставьте организационные формы создаваемого бизнеса с предельной численностью наемных работников в российском законодательстве (впишите одну букву для каждой организационной формы):

- | | |
|-----------------------------|-------------|
| I. Самозанятый (___) | А. 500 чел. |
| II. Малое предприятие (___) | Б. 15 чел. |
| | В. 150 чел. |

- III. ИП при работе по патенту (___) Г. 100 чел.
IV. Среднее предприятие (___) Д. 250 чел.
V. Микропредприятие (___) Е. 0 чел.
Ж. 50 чел.

10. *Какой из программных продуктов наиболее распространен для подготовки и проведения презентаций бизнес-планов (выберите правильный ответ)?*

- а) Adobe Acrobat;
- б) MS OneNote;
- в) MS PowerPoint;
- г) MS Publisher.

11. *С какого момента возникает риск (выберите правильный ответ):*

- а) после завершения анализа рынка;
- б) после презентации бизнес-плана;
- в) в момент идентификации риска по результатам его выявления;
- г) в момент принятия решения об инвестировании.

Глава 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕСА И ПАРТНЕРСКИЕ СВЯЗИ

1. Основной капитал и выявление потребности в нем.
- 2.оборотный капитал и потребности в нем.
3. Кредитование. Дисконтирование. Компаундинг.
4. Сотрудничество и партнерские связи.

5.1. Основной капитал и выявление потребности в нем

Капитал в экономике – ресурсы, которые могут быть использованы в производстве товаров или оказании услуг с целью получения дохода.

Сущность капитала зависит от контекста, в котором он используется. В общем смысле капитал можно классифицировать:

1) на экономический капитал – это финансовые ресурсы, которые используются для инвестиций и производства товаров и услуг (экономический капитал может включать в себя деньги, машины, здания и другие ресурсы);

2) социальный капитал – это понятие связано с отношениями, доверием и социальными связями в обществе, которые могут влиять на экономическую деятельность (социальный капитал включает в себя сети, контакты и социальные навыки, которые могут помочь людям в достижении целей);

3) человеческий капитал – это знания, навыки и опыт, которыми обладает человек и которые могут быть использованы в экономической деятельности (человеческий капитал – важный ресурс в современной экономике);

4) капитал как фактор производства – с точки зрения экономической теории это один из основных факторов производства вместе с трудом и природными ресурсами (в такой трактовке капитал включает в себя все производственные ресурсы, используемые для создания товаров и услуг);

5) капитал как собственность и активы – в юридическом и финансовом плане капитал может означать активы и собственность компании, включая деньги, здания, оборудование, акции и другие ценности.

Капитал выступает ключевым элементом экономической системы, поскольку он позволяет предпринимателям и компаниям инвестировать в новые проекты и развивать свой бизнес.

Капитал также играет важную роль в создании рабочих мест и увеличении национального дохода. Например, инвестиции в производство могут привести к созданию новых рабочих мест, а рост экономики в целом – к увеличению национального дохода.

Кроме того, капитал имеет важное значение для развития инноваций и технологий. Инвестирование в исследования и разработки может привести к созданию новых продуктов и услуг, что, в свою очередь, способствует росту экономики и улучшению качества жизни людей.

Выявление потребности в основном капитале происходит на основе анализа текущей ситуации на рынке и потребностей компании. Например, если компания планирует запустить новый проект, то ей может понадобиться дополнительное финансирование для приобретения необходимого оборудования или материалов. Если компания хочет расширить свой бизнес, то ей может понадобиться дополнительный капитал для приобретения новых активов или недвижимости.

Для определения потребности в основном капитале необходимо провести анализ финансовых показателей компании, таких как прибыль,

рентабельность, денежные потоки и др. Также важно учитывать потенциальные риски и возможности для развития бизнеса.

В целом выявление потребности в основном капитале считается важным этапом планирования бизнеса и требует тщательного анализа и оценки всех факторов, влияющих на развитие компании.

С управлением капиталом связаны три ключевые концепции: авансирование основного капитала, инвестирование основного капитала и реинвестирование основного капитала.

Авансирование – это процесс инвестирования средств в приобретение, улучшение или расширение основных активов компании, таких как здания, оборудование, машины и технологии. Авансирование – неотъемлемая часть бизнес-операций, оно предназначено для обеспечения будущей прибыли и конкурентоспособности компании.

Инвестирование – процесс размещения капитала в различных финансовых инструментах или активах с целью получения дохода или прироста стоимости. Инвестирование включает в себя инвестирование в акции, облигации, недвижимость, венчурный капитал или другие активы. Инвестирование может быть как краткосрочным (покупка и продажа активов в течение короткого периода времени), так и долгосрочным (долгосрочные инвестиции с целью получения стабильного дохода или прироста капитала).

Реинвестирование основного капитала – это процесс внутреннего перераспределения прибыли или денежных средств компании с целью дополнительного инвестирования в ее основной капитал. Данный процесс может включать в себя расширение бизнеса, приобретение новых активов или обновление существующего оборудования. Реинвестирование основного капитала помогает компании расти и развиваться.

Таким образом, авансирование и реинвестирование основного капитала связаны с развитием бизнеса и поддержанием его конкурентоспособности, в то время как инвестирование связано с управлением свободными денежными средствами компании с целью получения дохода.

Предприятию для осуществления своей деятельности требуются хозяйственные средства (имущество). Имущество – совокупность имущественных, т. е. подлежащих денежной оценке, юридических отношений, в которых находится физическое или юридическое лицо.

Имущество, принадлежащее предприятию, по содержанию делят:

1) на активы: совокупность вещей, принадлежащих лицу на праве собственности или в силу иного вещного права; совокупность прав на чужие действия (например, долговое имущество);

2) пассивы: совокупность вещей, принадлежащих другим лицам, но временно находящихся во владении данного лица; совокупность обязательств, лежащих на данном лице.

Хозяйственные средства предприятия находятся в непрерывном движении (в динамике), в постоянном кругообороте. В ходе работы организации происходит кругооборот хозяйственных средств, в котором процессы по кругу сменяют друг друга:

- 1) заготовление;
- 2) производство;
- 3) продажа.

Процесс заготовления – первая фаза кругооборота хозяйственных средств, на которой предприятие приобретает предметы и средства труда, образующие средства производства, рассчитываясь за них с производителями денежными средствами или иными активами. В процессе заготовления осуществляются такие хозяйственные операции, как поступление от поставщиков сырья и материалов, необходимых для производственных и хозяйственных нужд; происходит оплата транспортных расходов по их доставке.

В процессе производства выполняется основная задача – производство готовой продукции, выполнение работ, оказание услуг, осуществляется начисление заработной платы, начисление амортизации (износа) основных средств и т. д.

В процессе продажи исполняются договорные обязательства перед заказчиками и покупателями по продаже готовой продукции, выполнению работ, оказанию услуг; на расчетный счет поступает выручка от продаж, определяются расчет производственной себестоимости продукции и расчет прибыли.

По отношению к обороту хозяйственных средств хозяйственные средства, необходимые для осуществления предпринимательской деятельности, можно классифицировать следующим образом:

- внеоборотные средства (внеоборотные активы);
- оборотные средства (оборотные активы).

Внеоборотные активы представляют собой имущественные ценности предприятия, которые многократно участвуют в процессе хозяйственной деятельности в качестве средств труда и переносят на выпускаемую продукцию использованную стоимость частями. Другими словами, внеоборотные активы – это та часть имущества предприятия,

которая функционирует длительное время в неизменной натуральной форме. Внеоборотные активы большинства предприятий большей частью состоят из основных средств.

Основные средства – средства труда, используемые в хозяйственной деятельности в течение длительного срока (более года), не изменяя своей материальной формы и внешнего вида. Они изнашиваются постепенно, и их стоимость переносится на создаваемую продукцию не сразу, а частями по мере их эксплуатации при помощи процедуры амортизации. Характерной чертой основных средств следует назвать неизменность их материальной формы в процессе эксплуатации.

Основные средства – материальные активы, которые предприятие содержит с целью использования их в процессе заготовления, производства или поставки продукции, предоставления услуг, сдачи в аренду другим лицам или для осуществления административных и социально-культурных функций.

В состав основных средств включают:

1) здания (корпуса цехов, складские помещения, производственные лаборатории и т. п.);

2) сооружения (инженерно-строительные объекты, создающие условия для осуществления процесса производства: эстакады, автомобильные дороги, туннели);

3) внутрихозяйственные дороги;

4) передаточные устройства (электросети, теплосети, газовые сети);

5) машины и оборудование, в том числе: а) силовые машины и оборудование (генераторы, электродвигатели, паровые машины, турбины и т. п.); б) рабочие машины и оборудование (металлорежущие станки, прессы, электропечи и т. п.); в) измерительные и регулирующие приборы и устройства, лабораторное оборудование; г) вычислительная техника; д) автоматические машины, оборудование и линии (станки-автоматы, автоматические поточные линии); е) прочие машины и оборудование;

6) транспортные средства (вагоны, автомобили, кары, тележки);

7) инструмент (режущий, давящий, приспособления для крепления, монтажа), кроме специального инструмента;

8) производственный инвентарь и принадлежности (стеллажи, рабочие столы и т. п.);

- 9) хозяйственный инвентарь;
- 10) рабочий, продуктивный и племенной скот;
- 11) многолетние насаждения;
- 12) прочие основные средства.

В зависимости от целевого назначения и выполняемых функций в процессе производства основные средства по составу подразделяются на *производственные и непроизводственные*.

Производственные основные средства функционируют в сфере материального производства, неоднократно участвуют в процессе производства, изнашиваются постепенно и переносят свою стоимость на создаваемый продукт (выполненную работу, оказанные услуги) частями, по мере снашивания. Производственные основные средства составляют материально-техническую базу предприятия и основу ее собственного капитала.

Непроизводственные основные средства не участвуют в процессе производства и предназначены для целей непроизводственного потребления. К ним относятся числящиеся на балансе фирмы объекты здравоохранения (больницы, медико-санитарные части, здравпункты, санаторно-курортные учреждения и т. п.); физкультуры и спорта (дворцы спорта, бассейны, катки, спортивные базы, спортивные школы и др.); жилищно-коммунальной и социально-культурной сфер (общественного жилища, жилые дома, бани, клубы, детские сады и ясли, театры и т. д.).

В практике планирования и экономическом анализе основные средства разграничиваются на *активные и пассивные*. Активная часть основных средств воздействует на предмет труда, перемещает его в производственном процессе и осуществляет контроль над ходом производства; их пассивная часть создает условия для бесперебойного функционирования активной части.

Основные средства могут поступать в организацию различными способами в результате приобретения, сооружения и изготовления за плату; сооружения и изготовления силами самой организации; поступления от юридических и физических лиц безвозмездно; внесения учредителями в счет их вкладов в уставный капитал; получения в хозяйственное ведение или оперативное управление; передачи в обмен на другое имущество; другими способами.

Поступающие основные средства оценивают по первоначальной стоимости. Первоначальной стоимостью основных средств, приобретенных за плату (как новых, так и бывших в эксплуатации), признается

сумма фактических затрат организации на их приобретение, сооружение и изготовление за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов.

В фактические затраты на приобретение, сооружение или изготовление основных средств не включаются общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением, сооружением или изготовлением основных средств.

Первоначальная стоимость основных средств не подлежит изменению, кроме случаев достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, частичной ликвидации и переоценки объектов основных средств.

Восстановительная стоимость показывает, какие средства надо было бы затратить по ценам и расценкам, существующим на данный момент, чтобы приобрести (или построить) основные средства, аналогичные уже имеющимся.

Ликвидационная стоимость – стоимость реализации изношенных и списанных основных средств – регламентируется только состоянием основных производственных средств и дальнейшей возможностью их использования. Такая стоимость может варьироваться (для оборудования) от полной восстановительной стоимости до продажи оборудования по цене металлолома.

Остаточная стоимость – это первоначальная стоимость основных средств (балансовая) за вычетом износа, сумма которого определяется величиной амортизационных отчислений за весь прошедший срок службы данных основных средств.

Износ – процесс постепенной и ожидаемой потери любым искусственно созданным объектом функциональных качеств, связанных с его эксплуатацией и/или моральным старением. Износ отражает потерю потребительских свойств объекта и соответствующее уменьшение его стоимости. Износ неприменим к таким объектам, как земельные участки и объекты природопользования. Его обычно измеряют в процентах, а стоимостным выражением износа является обесценение.

Различают следующие виды износа: физический, функциональный (моральный) и экономический.

Физический износ – износ объекта основных средств, связанный со снижением его стоимости в результате утраты своих физических свойств (прочность, внешний вид и т. п.) путем естественного физического старения в процессе использования данного объекта имущества.

Физический износ обуславливается двумя факторами: первый – функционирование средств труда, в ходе которого происходит механический износ трущихся деталей, усталостный износ металла и дерева, деформация отдельных конструкций в результате осадочных явлений, динамических нагрузок, сотрясений и т. п. (производственный износ); второй фактор – влияние естественных сил природы, которое выражается в коррозии металлов, выветривании, разрушении дерева и т. д. (естественный износ).

Физический износ может быть полным и частичным. Полный износ требует замены старого оборудования новым, частичный износ устраняется путем капитального ремонта и модернизации действующих машин и оборудования. Установление степени износа необходимо для определения реальной остаточной стоимости основных средств, планирования замены старых машин и оборудования новыми.

Физический износ объекта основных средств может быть определен либо на основании сроков его службы, либо по объему произведенной с его помощью продукции (выполненных работ).

Физический износ объектов основных средств на основании их сроков службы определяется формулой

$$\text{ФИ} = \frac{T_{\text{ф}}}{T_{\text{н}}} 100 \%,$$

где $T_{\text{ф}}$ – фактический срок службы, лет; $T_{\text{н}}$ – нормативный срок службы (срок полезного использования), лет.

Нормативный срок службы основных средств – период времени, в течение которого здания, сооружения, оборудование должны, с одной стороны, сохранять работоспособность, с другой – их стоимость должна быть полностью возмещена за счет амортизации.

Физический износ объектов основных средств на основании объема продукции (работ) рассчитывается следующим образом:

$$\text{ФИ} = \frac{V_{\text{ф}}}{V} 100 \%,$$

где $V_{\text{ф}}$ – фактический объем выпуска продукции; V – нормативный объем выпуска продукции (объем выпуска продукции за срок полезного использования).

Функциональный (моральный) износ – частичная утрата основными средствами потребительной стоимости в связи с удешевлением их воспроизводства или с более низкой производительностью по сравнению с новыми.

Таким образом, существуют две формы морального износа: 1) снижение стоимости объекта основных средств из-за удешевления производства его аналогов; 2) появление более совершенных моделей объектов основных средств.

Первая форма характеризуется износом, определяемым снижением стоимости данных основных средств вследствие сокращения затрат необходимого труда на их создание в связи с ростом производительности труда в отраслях, производящих эти основные средства.

Моральный износ первого рода ($МИ_1$) определяется по соотношению первоначальной и восстановительной стоимости

$$МИ_1 = \frac{(ПС - ВС)}{ПС} 100 \%,$$

где ПС – первоначальная стоимость объекта основных средств; ВС – восстановительная стоимость.

Вторая форма – износ вследствие создания новых, более производительных и совершенных машин и оборудования подобного рода и назначения, что приводит к обесценению менее совершенной техники. Новые машины более экономичны и производительны. Моральный износ второго рода ($МИ_2$) определяется, как правило, на базе сравнения старого и усовершенствованного оборудования по основному параметру, чаще всего производительности

$$МИ_2 = \frac{(П2 - П1)}{П2} 100 \%,$$

где П1 – производительность старого объекта (действующего оборудования); П2 – производительность нового объекта (оборудования).

В общем виде обе формы морального износа могут быть выражены по выражению

$$МИ = \frac{(ПС - \frac{ВС \cdot П1}{П2})}{ПС} 100 \%,$$

где ВС – восстановительная стоимость нового объекта, имеющего более высокую производительность, чем старый объект аналогичного назначения.

Экономический износ – уменьшение стоимости имущества вследствие изменения внешних факторов (политических, экономических, экологических, социальных и т. д.).

Амортизация (от лат. *amortisatio* – погашение) – процесс отнесения стоимости внеоборотных активов (в том числе основных средств) на расходы за период их использования, связанный с их износом, эксплуатацией, устареванием, несоответствием новым требованиям.

Понятие «износ» первично по отношению к понятию «амортизация». Прежде всего, износ материален, измеряем и не зависит от способов ведения учета. Амортизация же нематериальна, ее нельзя измерить, а можно лишь количественно определить, т. е. начислить. Амортизационные отчисления – денежное выражение размера амортизации, соответствующего степени износа основных средств.

Расчет годовой суммы амортизационных отчислений объектов основных средств производится одним из следующих способов:

- 1) линейным способом;
- 2) способом уменьшаемого остатка;
- 3) способом списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- 4) способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

В течение отчетного года амортизационные отчисления по объектам основных средств начисляются ежемесячно независимо от применяемого способа начисления в размере 1/12 годовой суммы.

При **линейном способе** годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта:

$$A = \frac{ПС}{Т},$$

где А – годовая сумма амортизационных отчислений; ПС – первоначальная стоимость объекта основных средств; Т – срок полезного использования объекта основных средств.

Срок полезного использования – это период, в течение которого эксплуатация объекта основных средств должна приносить доход фирме или служить для достижения целей ее деятельности.

Пример 5.1

ООО «РИК» приобрело объект основных средств стоимостью 120 000 руб., полезный срок службы объекта – 5 лет.

Необходимо рассчитать годовую сумму амортизационных отчислений линейным способом.

Решение.

Расчет амортизации:

100 % : 5 = 20 % – годовая норма амортизации;

120 000 руб. · 20% = 24 000 руб. – годовая сумма амортизации;

24 000 руб. : 12 мес. = 2 000 руб. – месячная сумма амортизации.

При способе уменьшаемого остатка годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из остаточной стоимости объекта основных средств на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта и коэффициента не выше трех, установленного организацией:

$$A = \frac{OC}{T} K,$$

где А – годовая сумма амортизационных отчислений; ОС – остаточная стоимость объекта основных средств; К – коэффициент ускорения, установленный организацией; Т – срок полезного использования объекта основных средств.

Нелинейный способ начисления применяется при амортизации первых 80 % стоимости основных средств. Последние 20 % амортизируются линейным способом (равными долями) в течение оставшегося полезного срока использования амортизируемого имущества.

Пример 5.2

ООО «РИК» приобрело объект основных средств стоимостью 120 000 руб., полезный срок службы объекта – 5 лет.

Необходимо рассчитать годовую сумму амортизационных отчислений способом уменьшаемого остатка.

Решение.

Расчет амортизации:

$100 \% : 5 = 20 \%$ – годовая норма амортизации;

1-й год:

$120\,000 \text{ руб.} \cdot 20 \% = 24\,000 \text{ руб.}$ – годовая сумма амортизации;

$24\,000 \text{ руб.} : 12 \text{ мес.} = 2\,000 \text{ руб.}$ – месячная сумма амортизации.

2-й год:

$(120\,000 \text{ руб.} - 24\,000 \text{ руб.}) \cdot 20 \% = 19\,200 \text{ руб.}$ – годовая сумма амортизации;

$19\,200 \text{ руб.} : 12 \text{ мес.} = 1\,600 \text{ руб.}$ – месячная сумма амортизации
и т. д.

При способе списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и соотношения, в числителе которого – число лет, остающихся до конца срока полезного использования объекта, а в знаменателе – сумма чисел лет срока полезного использования объекта

$$A_m = \frac{(T - m + 1) \text{ПС}}{\sum_{i=1}^T i},$$

где A_m – годовая сумма амортизационных отчислений за год m ; m – номер года от начала срока использования объекта; ПС – первоначальная стоимость объекта основных средств; T – срок полезного использования объекта основных средств.

Пример 5.3

ООО «РИК» приобрело объект основных средств стоимостью 120 000 руб., полезный срок службы объекта – 5 лет, коэффициент ускорения – 2.

Необходимо рассчитать годовую сумму амортизационных отчислений способом списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования.

Решение.

Расчет амортизации:

$1 + 2 + 3 + 4 + 5 = 15$ – сумма чисел лет срока службы;

1-й год:

$(5 - 1 + 1) : 15 = 33,3 \%$ – годовая норма амортизации;

$120\,000 \text{ руб.} \cdot 33,3 \% = 50\,000 \text{ руб.}$ – годовая сумма амортизации;

$50\,000 \text{ руб.} : 12 \text{ мес.} = 4\,167 \text{ руб.}$ – месячная сумма амортизации.

2-й год:

$(5 - 2 + 1) : 15 = 26,7 \%$ – годовая норма амортизации;

$120\,000 \text{ руб.} \cdot 26,7 \% = 32\,000 \text{ руб.}$ – годовая сумма амортизации;

$32\,000 \text{ руб.} : 12 \text{ мес.} = 2\,667 \text{ руб.}$ – месячная сумма амортизации

и т. д.

При способе списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) начисление амортизационных отчислений производится исходя из натурального показателя объема продукции (работ) в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости объекта основных средств и предполагаемого объема продукции (работ) за весь срок полезного использования объекта основных средств по формуле

$$A_m = \frac{V_m \cdot \text{ПС}}{V},$$

где A_m – годовая сумма амортизационных отчислений за год m ; ПС – первоначальная стоимость объекта основных средств; V – объем выпуска продукции за срок полезного использования T ; V_m – предполагаемый объем выпуска продукции в m -й год.

Пример 5.4

ООО «РИК» приобрело объект основных средств стоимостью 120 000 руб., полезный срок службы объекта – 5 лет, предполагаемый объем выпуска продукции – 1 000 000 ед.: 1-й год – 300 000 ед.; 2-й год – 250 000 ед.; 3-й год – 200 000 ед.; 4-й год – 150 000 ед.; 5-й год – 100 000 ед.

Решение.

Расчет амортизации:

$120\,000 \text{ руб.} : 1\,000\,000 \text{ ед.} = 0,12 \text{ руб./ед.}$ – соотношение стоимости на единицу предполагаемого выпуска продукции.

$0,12 \text{ руб.} \cdot 300\,000 \text{ ед.} = 36\,000 \text{ руб.}$ – сумма амортизации за 1-й год;

$0,12 \text{ руб.} \cdot 250\,000 \text{ ед.} = 30\,000 \text{ руб.}$ – сумма амортизации за 2-й год;

$0,12 \text{ руб.} \cdot 200\,000 \text{ ед.} = 24\,000 \text{ руб.}$ – сумма амортизации за 3-й год;

$0,12 \text{ руб.} \cdot 150\,000 \text{ ед.} = 18\,000 \text{ руб.}$ – сумма амортизации за 4-й год;

$0,12 \text{ руб.} \cdot 100\,000 \text{ ед.} = 12\,000 \text{ руб.}$ – сумма амортизации за 5-й год.

Основные средства для многих организаций – важная составляющая активов, которая характеризуется высокой стоимостью и длительностью использования. Объекты основных средств, используемые как

средства труда, обеспечивают ведение основной деятельности, прямо или косвенно участвуя в ней.

О косвенном участии обычно говорится, когда объект основных средств создает условия для ведения предпринимательской деятельности (к примеру, помещение склада или компьютер в бухгалтерии). Прямое участие предполагает непосредственное взаимодействие с предметами труда (например, производственное оборудование).

При этом независимо от роли объектов основных средств в деятельности организации должна обеспечиваться работоспособность таких объектов. Необходимо поддержание такого их состояния, которое бы обеспечивало способность объектов приносить экономические выгоды организации. Это обеспечивается не только путем восстановления объектов (ремонта, модернизации или реконструкции), но и их обновления, когда объекты основных средств заменяются на более современные и производительные. В том случае, когда организация нацелена на расширенное воспроизводство, необходимо пополнение парка основных средств, т. е. приобретение новых объектов без выбытия уже введенных в эксплуатацию основных средств.

Нематериальные активы – приобретенные и (или) созданные на предприятии результаты интеллектуальной деятельности и иные объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на них), используемые в производстве продукции (выполнении работ, оказании услуг) или для управленческих нужд организации в течение длительного времени (продолжительностью свыше 12 месяцев).

К нематериальным активам относятся:

- 1) исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель;
- 2) исключительное право автора и иного правообладателя на использование компьютерных программ, базы данных;
- 3) исключительное право автора или иного правообладателя на использование топологии интегральных микросхем;
- 4) исключительное право на товарный знак, знак обслуживания, наименование места происхождения товаров и фирменное наименование;
- 5) исключительное право патентообладателя на селекционные достижения;
- 6) владение «ноу-хау», секретной формулой или процессом, информацией в отношении промышленного, коммерческого или научного опыта.

К нематериальным активам не относятся научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы, не давшие положительного результата; интеллектуальные и деловые качества персонала компании, их квалификация и способность к труду.

Нематериальные активы классифицируют по следующим признакам:

- 1) по степени участия в производстве;
- 2) степени отчуждения;
- 3) степени влияния на финансовые результаты организации;
- 4) степени правовой защищенности;
- 5) степени вложения индивидуального труда работников данной организации.

По степени участия в производстве различают:

- функционирующие (работающие) нематериальные активы, использование которых приносит организации доход в настоящий период;
- нефункционирующие (неработающие) нематериальные активы, которые не используются по каким-либо причинам, но могут использоваться в будущем.

По степени отчуждения рассматривают:

- отчуждаемые (полностью передаваемые при их продаже, передаче, аренде);
- неотчуждаемые (остающиеся в собственности организации-владельца при частичной передаче прав на их использование).

По степени влияния на финансовые результаты организации различают:

- объекты нематериальных активов, способные приносить доход прямо за счет внедрения их в эксплуатацию;
- объекты нематериальных активов, опосредованно влияющие на финансовые результаты.

По степени правовой защищенности следует выделить:

- нематериальные активы, защищаемые охранными документами (авторскими правами, патентами, лицензиями);
- нематериальные активы, не защищенные охранными документами (авторскими правами, патентами, лицензиями).

По степени вложения индивидуального труда работников данной организации различают:

- 1) единоличные (объекты нематериальных активов, которые разработаны лично работниками или учредителями организации);

2) паевые (объекты нематериальных активов, разработанные совместно с другими физическими или юридическими лицами на долевых условиях);

3) приобретенные со стороны (объекты нематериальных активов, которые получены от других физических или юридических лиц за плату или безвозмездно).

5.2. Оборотный капитал и потребности в нем

Оборотный капитал – это капитал, инвестируемый в текущую деятельность на период каждого операционного цикла. Часто это трактуется как текущие активы, оборотные средства.

Оборотный капитал участвует только в одном производственном цикле и полностью переносит свою стоимость на продукцию, в то время как основной капитал неоднократно участвует в процессе производства и переносит свою стоимость на продукцию по частям. Поэтому оборотный капитал обращается быстрее, чем основной. С увеличением доли оборотного капитала в общей сумме авансированного капитала время оборота всего капитала сокращается.

Оборотный капитал характеризуется не только объемом и структурой, но и ликвидностью текущих активов. При этом учитывается, что, например, производственные запасы менее ликвидны, чем готовая продукция, а абсолютно ликвидны денежные средства.

По источникам формирования оборотный капитал подразделяется на собственный и заемный (привлеченный). Собственный оборотный капитал предприятий обеспечивает финансовую устойчивость и оперативную самостоятельность хозяйствующего субъекта. Заемный капитал, привлекаемый в виде банковских кредитов и других форм, покрывает дополнительную потребность предприятия в средствах.

Таким образом, наряду с внеоборотными активами, многократно используемыми в процессе производства, предприятие нуждается и в оборотных средствах, представляющих собой предметы труда и эквивалентные им денежные средства.

Оборотные средства – это совокупность денежных средств, авансируемых для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения. Оборотные средства участвуют в одном производственном цикле и полностью переносят свою стоимость на конечную продукцию.

В состав оборотных средств предприятия включают денежные средства, материально-производственные запасы, дебиторскую задолженность.

Денежные средства предприятия – аккумулярованные в наличной и безналичной формах деньги предприятия. Все предприятия обязаны хранить денежные средства в банке, а для осуществления расчетов наличными деньгами (приема, хранения и расходования) каждая организация должна иметь кассу и вести всю необходимую документацию по установленной форме.

Наличные деньги, полученные предприятиями из учреждений банков, расходуются строго по целевому назначению, а именно: на выплату заработной платы, командировочные расходы, на хозяйственные и другие нужды.

К денежным средствам относят:

- 1) наличные денежные средства в кассах предприятия («касса»);
- 2) денежные средства в валюте Российской Федерации на расчетных счетах организации, открытых в кредитных организациях («расчетный счет»);
- 3) денежные средства в иностранных валютах на валютных счетах организации, открытых в кредитных организациях на территории Российской Федерации и за ее пределами («валютный счет»);
- 4) денежные средства в валюте Российской Федерации и иностранных валютах, находящиеся на территории Российской Федерации и за ее пределами в аккредитивах, чековых книжках, иных платежных документах (кроме векселей), на текущих, особых и иных специальных счетах («специальные счета в банках»);
- 5) денежные средства, внесенные в кассы кредитных организаций, сберегательные кассы или кассы почтовых отделений для зачисления на расчетный или иной счет организации, но еще не зачисленные по назначению («переводы в пути»);
- 6) инвестиции организаций в быстрореализуемые ценные бумаги и др.

Материально-производственные запасы – активы организации, предназначенные:

- 1) для использования при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг, предназначенных для продажи (при этом запасы могут подвергаться обработке и переработке);

- 2) для продажи;
- 3) для управленческих нужд организации.

Различают следующие виды материально-производственных запасов: материалы, хозяйственные принадлежности и инвентарь, готовая продукция и товары.

Материалы – часть материально-производственных запасов, приобретенная с целью дальнейшего использования в качестве предметов труда в производственном процессе. Материалы полностью потребляются в производственном цикле и, следовательно, полностью переносят свою стоимость на стоимость произведенной продукции или оказанных услуг.

К материалам относятся сырье, основные и вспомогательные материалы, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия, топливо, тара, запасные части, строительные и прочие материалы, а также малоценные и быстроизнашивающиеся предметы.

Хозяйственные принадлежности и инвентарь – часть материально-производственных запасов организации, которая не используется сразу в процессе производства продукции, работ или услуг, а служит в течение определенного периода (не более года).

К указанным активам, в частности, могут относиться специальные инструменты и приспособления; сменное оборудование; специальная одежда и обувь, постельные принадлежности; форменная одежда; тара для хранения материально-производственных запасов на складах или осуществления технологических процессов и т. п.

Незавершенное производство – продукция, не прошедшая всех стадий производственного процесса, а также изделия неукомплектованные, не прошедшие испытаний и технической приемки.

Готовая продукция – часть материально-производственных запасов организации, предназначенная для продажи, являющаяся конечным результатом производственного процесса, законченная обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которой соответствуют условиям договора или требованиям иных документов в случаях, установленных законодательством.

Товары – часть материально-производственных запасов организации, приобретенная или полученная от других юридических и физических лиц и предназначенная для продажи или перепродажи без дополнительной обработки.

Дебиторская задолженность – сумма, причитающаяся компании от ее контрагентов. Наличие задолженности – неотъемлемый момент бизнеса. Главная причина возникновения дебиторской задолженности – различные даты выполнения своих обязательств сторонами договора (продукция предприятия реализована, а денежные средства за нее еще не получены; поставщику выплачен аванс, а продукция в счет него еще не поступила).

Дебиторскую задолженность в зависимости от срока погашения долга разделяют на долгосрочную (погашение долга ожидается не ранее чем через 12 месяцев) и краткосрочную (погашение долга ожидается менее чем через 12 месяцев).

Классификация оборотных средств может быть проведена по следующим признакам: по отношению к сфере оборота, по степени ликвидности, по особенностям планирования.

По сфере оборота различают оборотные производственные средства и оборотные средства обращения.

Оборотные производственные средства – та часть средств производства, которая целиком потребляется в каждом производственном цикле, полностью переносит свою стоимость на готовый продукт и возобновляется после каждого цикла как в натуральной форме, так и по стоимости. В стоимость оборотных производственных средств входит стоимость как предметов труда (сырье, основные материалы, топливо, вспомогательные материалы, тара, запасные части), так и некоторых средств труда (малоценные и быстроизнашивающиеся предметы со сроком службы не более года или стоимостью, не более установленной законодательством Российской Федерации). Кроме того, в оборотные фонды включаются стоимость незавершенного производства, полуфабрикатов собственного изготовления и расходы будущих периодов.

Оборотные средства обращения – средства предприятий, функционирующие в сфере обращения и вложенные в запасы готовой продукции и товаров, товары отгруженные, но неоплаченные, а также денежные средства и дебиторская задолженность.

Ликвидность активов – это способность активов обращаться в средства платежа, т. е. деньги. По степени ликвидности оборотные средства подразделяются на быстрореализуемые и медленно реализуемые.

Наиболее ликвидными быстрореализуемыми оборотными средствами являются деньги в кассе или на счетах в банках. К быстрореализуемым относятся также краткосрочные финансовые вложения

(депозиты, ценные бумаги, товары и имущество, приобретенные с целью перепродажи); реальная дебиторская задолженность; отгруженные товары, срок оплаты которых не наступил.

Медленно реализуемыми оборотными средствами следует назвать полуфабрикаты, незавершенное производство, залежалые на складе товары, сомнительная дебиторская задолженность.

По особенностям планирования оборотные средства подразделяются на нормируемые и ненормируемые.

К нормируемым оборотным средствам относят все оборотные активы сферы производства и часть оборотных активов сферы обращения в виде остатков на складах нереализованной готовой продукции.

К ненормируемым оборотным средствам относят другие оборотные активы (отгруженные товары, дебиторская задолженность, финансовые вложения, средства в незаконченных расчетах, денежные средства).

Поскольку оборотные средства находятся в непрерывном движении и одновременно во всех формах, возникает проблема отслеживания их движения и наличия на той или иной стадии хозяйственного оборота.

Для того чтобы оборотные средства, с одной стороны, не накапливались на той или иной стадии хозяйственного оборота, а с другой — их было достаточно для бесперебойного осуществления работы предприятия, используется нормирование оборотных средств.

Нормирование оборотных средств — процесс определения минимальной, но достаточной для нормального протекания производственного процесса величины оборотных средств на предприятии, т. е. норматива оборотных средств.

Размер норматива оборотных средств зависит от объема производства; условий снабжения и сбыта; ассортимента производимой продукции; применяемых форм расчетов. Следует отметить, что это один из наиболее изменчивых показателей текущей хозяйственной деятельности.

Процесс нормирования оборотных средств состоит из нескольких последовательных этапов, где устанавливаются нормы, частные и совокупные нормативы.

На первом этапе разрабатываются нормы запаса по каждому элементу нормируемых оборотных средств. Норма — это относительная величина, определяющая запас оборотных средств; как правило,

нормы устанавливаются в днях. Этот показатель относительно стабилен и может меняться в случае изменения ассортимента, поставщиков, технологии и организации производства.

На втором этапе определяются частные нормативы по каждому элементу оборотных средств как сумма денежных средств, необходимых для создания нормируемых запасов. Норматив отдельного элемента оборотных средств рассчитывается следующим образом:

$$H_{\text{ч}} = \frac{O}{T} T_z,$$

где $H_{\text{ч}}$ – частный норматив оборотных средств по элементу; O – оборот (расход, выпуск) по данному элементу за период; T – продолжительность периода; T_z – норма запаса оборотных средств по данному элементу.

Частный норматив оборотных средств представляет собой денежное выражение планируемого запаса по всем элементам данного вида оборотных средств: производственных запасов, незавершенного производства, готовой продукции, будущих расходов.

Общий (совокупный) норматив оборотных средств состоит из суммы частных нормативов и определяется по формуле

$$H_{\text{ч}} = H_{\text{пз}} + H_{\text{нп}} + H_{\text{гп}} + H_{\text{бр}},$$

где $H_{\text{пз}}$ – норматив производственных запасов; $H_{\text{нп}}$ – норматив незавершенного производства; $H_{\text{гп}}$ – норматив готовой продукции; $H_{\text{бр}}$ – норматив будущих расходов.

Более подробно рассмотрим порядок определения частных нормативов оборотных средств.

Нормирование производственных запасов предусматривает следующие этапы разработки норматива:

- 1) определение норм запаса по группам товарно-материальных ценностей в днях обеспеченности;
- 2) определение величины однодневного расхода данного вида материальных ценностей;
- 3) расчет частного норматива производственных запасов в денежном выражении.

Норма запаса в днях складывается из времени пребывания материала в форме текущего, страхового, транспортного и технологического запасов, а также страховых запасов.

Подготовительный запас связан с необходимостью приемки, разгрузки, сортировки и складирования производственных запасов. Нормы времени, необходимого для выполнения этих операций, устанавливаются по каждой операции на средний размер поставки на основании технологических расчетов или посредством хронометража.

Текущий запас – основной вид запаса, необходимый для бесперебойной работы предприятия между двумя очередными поставками. На размер текущего запаса влияют периодичность поставок материалов по договорам и объем их потребления в производстве.

Технологический запас создается в случаях, когда данный вид сырья нуждается в предварительной обработке или выдержке для придания ему определенных потребительских свойств. Этот запас учитывается в том случае, если он не является частью процесса производства. Например, при подготовке к производству некоторых видов сырья и материалов необходимо время на подсушку, разогрев, размол и т. д.

Транспортный запас создается в случае превышения сроков грузооборота по сравнению со сроками документооборота на предприятиях, удаленных от поставщиков на значительные расстояния.

Страховой запас – второй по величине вид запаса, который создается на случай непредвиденных отклонений в снабжении и обеспечивает непрерывную работу предприятия. Страховой запас принимается на основании статистических данных или моделирования.

Управление запасами – важная сфера управленческой деятельности на предприятиях различной отраслевой принадлежности. Недостаток производственных запасов у предприятия приводит к нарушению ритмичности его производства, снижению производительности труда, перерасходу материальных ресурсов из-за вынужденных нерациональных замен и повышению себестоимости выпускаемой продукции. Недостаток сбытовых запасов не позволяет обеспечить бесперебойный процесс отгрузки готовой продукции, соответственно, это уменьшает объемы ее реализации, снижает размер получаемой прибыли и влечет потерю потенциальной клиентуры потребителей продукции, выпускаемой предприятием. В то же время наличие неиспользуемых запасов замедляет оборачиваемость оборотных средств, отвлекает из оборота

материальные ресурсы, снижает темпы воспроизводства и ведет к большим издержкам по содержанию самих запасов, которые приводят к росту себестоимости готовой выпускаемой предприятием продукции и снижают ее конкурентоспособность на рынке товаров.

Управление запасами является процедурой поиска оптимума между недостаточными и избыточными запасами с целью получения минимальных затрат. Самой простой и известной моделью управления запасами, которая может быть использована для определения норм запаса, считается статическая модель оптимального размера заказа (метод Вильсона, EOQ). В соответствии с этой моделью норма текущего запаса (время между заказами) может быть рассчитана следующим образом:

$$T_{\text{тз}} = \frac{\sqrt{\frac{2CD}{H}}}{D},$$

где D – спрос за рассматриваемый период времени (среднесуточное потребление материалов); H – расходы на хранение единицы запаса; C – затраты на размещение одного заказа.

Определение величины однодневного расхода данного вида материальных ценностей осуществляется на основании плана производства готовой продукции, при производстве которого они используются.

Норматив производственных запасов вычисляют по формуле

$$N_{\text{пз}} = Q_{\text{сут}} (T_{\text{пз}} + T_{\text{тз}} + T_{\text{сз}} + T_{\text{тнз}} + T_{\text{трз}}),$$

где $Q_{\text{сут}}$ – среднесуточное потребление материалов; $T_{\text{пз}}$ – норма подготовительного запаса, дн.; $T_{\text{тз}}$ – норма текущего запаса, дн.; $T_{\text{сз}}$ – норма страхового запаса, дн; $T_{\text{тнз}}$ – норма технологического запаса, дн; $T_{\text{трз}}$ – норма транспортного запаса, дн.

Нормирование незавершенного производства предусматривает следующие этапы разработки норматива:

- 1) определение планового суточного объема выпуска продукции и длительности производственного цикла;
- 2) определение единовременных и нарастающих затрат;
- 3) расчет коэффициента нарастания затрат в производстве;

4) расчет частного норматива незавершенного производства в денежном выражении.

Определение суточного объема выпуска продукции и длительности производственного цикла определяют на основании плана производства и технологической документации.

Себестоимость продукции прямо влияет на размер незавершенного производства. Чем ниже затраты на производство, тем меньше объем незавершенного производства в денежном выражении. Рост себестоимости продукции влечет увеличение объемов незавершенного производства.

Все затраты в процессе производства подразделяются на единовременные и нарастающие. К единовременным относятся затраты, производимые в самом начале производственного цикла, – затраты сырья, материалов, покупных полуфабрикатов. Остальные затраты считаются нарастающими. Нарастание затрат в процессе производства может происходить равномерно и неравномерно.

Для определения степени готовности изделий используют коэффициент нарастания затрат. На предприятиях с равномерным выпуском продукции коэффициент нарастания затрат можно определить следующим образом:

$$K_{\text{нз}} = \frac{\Phi_{\text{ед}} + \frac{\Phi_{\text{н}}}{2}}{\Phi_{\text{ед}} + \Phi_{\text{н}}},$$

где $K_{\text{нз}}$ – коэффициент нарастания затрат; $\Phi_{\text{ед}}$ – единовременные затраты; $\Phi_{\text{н}}$ – нарастающие затраты.

При неравномерном нарастании затрат по дням производственного цикла коэффициент нарастания затрат определяется по формуле

$$K_{\text{нз}} = \frac{C_{\text{нп}}}{C_{\text{ги}}},$$

где $C_{\text{нп}}$ – себестоимость изделия в незавершенном производстве; $C_{\text{ги}}$ – производственная себестоимость готового изделия.

Норматив незавершенного производства рассчитывается по выражению

$$H_{\text{нп}} = Q_{\text{сут}} \cdot T_{\text{ц}} \cdot K_{\text{нз}},$$

где $Q_{\text{сут}}$ – плановый суточный объем выпуска продукции по производственной себестоимости; $T_{\text{ц}}$ – длительность производственного цикла; $K_{\text{нз}}$ – коэффициент нарастания затрат в производстве.

Нормирование оборотных средств в запасах готовой продукции предусматривает следующие этапы разработки норматива:

1) определение суточного выпуска готовой продукции по производственной себестоимости;

2) определение времени, необходимого для формирования партии для отправки готовой продукции потребителю и для оформления документов для отправки груза потребителю, а также величины страхового запаса;

3) расчет частного норматива оборотных средств в запасах готовой продукции в денежном выражении.

Суточный выпуск готовой продукции по производственной себестоимости определяется на основании производственной программы и калькуляции себестоимости готовой продукции.

Определение времени, необходимого для формирования партии для отправки готовой продукции потребителю и для оформления документов для отправки груза потребителю, осуществляется на основании сложившихся на предприятии бизнес-процессов.

Страховой запас создается на случай непредвиденного увеличения спроса на продукцию и принимается на основании статистических данных или моделирования.

Норматив оборотных средств в запасах готовой продукции определяется следующим образом:

$$H_{\text{гп}} = Q_{\text{сут}}(T_{\text{фп}} + T_{\text{од}} + T_{\text{сз}}),$$

где $Q_{\text{сут}}$ – суточный сбыт готовой продукции по производственной себестоимости; $T_{\text{фп}}$ – время, необходимое для формирования партии для отправки готовой продукции потребителю, дн.; $T_{\text{од}}$ – время, необходимое для оформления документов для отправки груза потребителю, дн.; $T_{\text{сз}}$ – страховой запас готовой продукции, дн.

Сумма нормируемых оборотных средств, определенных по отдельным нормативам, образует общую потребность (общий норматив) предприятия в оборотных средствах на планируемый период в денежном выражении.

Наличие оборотных средств характеризует их средняя стоимость за период времени. Средняя (среднегодовая) стоимость оборотных средств определяется как отношение суммы остатков оборотных активов на первые числа месяцев отчетного периода и на первое число месяца, наступающего после его завершения, к количеству слагаемых, участвующих в расчете.

Если высокая точность не играет существенной роли и приоритетом является простота расчета, то, как правило, определение средней за период стоимости оборотных средств осуществляют по выражению

$$\overline{OA} = \frac{OA_{\text{нп}} + OA_{\text{кп}}}{2},$$

где $OA_{\text{нп}}$ – стоимость оборотных средств на начало периода; $OA_{\text{кп}}$ – стоимость оборотных средств на конец периода.

Общепринятыми характеристиками эффективности использования оборотных средств служат показатели их оборачиваемости. Ускорение оборачиваемости способствует сокращению потребности в оборотных средствах, приросту объема продукции, увеличению суммы получаемой прибыли и, следовательно, повышению устойчивости финансового состояния предприятия.

Степень эффективности использования оборотных средств предприятия характеризуют следующие основные показатели: коэффициент оборачиваемости, коэффициент закрепления, средняя продолжительность (длительность) одного оборота.

Коэффициент оборачиваемости ($K_{об}$) характеризует размер объема выручки от реализации на один рубль оборотных средств и рассчитывается по формуле

$$K_{об} = \frac{B}{\overline{OA}},$$

где B – выручка от продаж; $\overline{OA}$ – средняя стоимость остатка оборотных активов за анализируемый период.

Коэффициент оборачиваемости показывает количество оборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период. Рост данного показателя свидетельствует об увеличении эффективности использования оборотных средств.

Коэффициент закрепления (загрузки) оборотных активов ($K_{зг}$), отражающий величину оборотных активов, приходящуюся на один рубль объема продаж, находим по выражению

$$K_{зг} = \frac{\overline{OA}}{B},$$

где B – выручка от продаж; OA – средняя стоимость остатка оборотных активов за анализируемый период.

Коэффициент закрепления характеризует величину оборотных средств, приходящихся на один рубль реализованной продукции. Данный показатель является обратным коэффициенту оборачиваемости. Снижение значения коэффициента загрузки свидетельствует об увеличении эффективности использования оборотных средств.

Средняя продолжительность (длительность) одного оборота оборотных активов в днях (T_{oa}), отражающая количество дней, в течение которых оборотные активы совершают полный оборот, вычисляется следующим образом:

$$T_{oa} = \frac{\overline{OA}}{B} D,$$

где B – выручка от продаж; OA – средняя стоимость остатка оборотных активов за анализируемый период, D – количество дней в анализируемом периоде (обычно принято принимать в расчет 30 дней – за месяц, 90 дней – за квартал, 180 дней – за полугодие, 270 дней – за девять месяцев и 360 дней – за год).

По источникам формирования и пополнения различают следующие виды оборотных средств: собственные средства и привлеченные средства.

Собственные и приравненные к ним средства – это средства, постоянно находящиеся в распоряжении предприятия и формируемые за счет собственных ресурсов (прибыль, уставный капитал, средства целевого финансирования и др.).

За счет собственных источников формируется, как правило, минимальная стабильная часть оборотных средств. Наличие собственных оборотных средств позволяет организации свободно маневрировать, повышать результативность и устойчивость своей деятельности.

Уставный капитал представляет собой совокупность вкладов (рассчитываемых в денежном выражении) акционеров в имущество при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенных учредительными документами.

Резервный капитал — это средства, которые идут на покрытие общих балансовых убытков при отсутствии иных возможностей их возмещения. Величина резервного капитала и размер обязательных отчислений в него из чистой прибыли определяются действующим законодательством и уставом общества.

Формирование других фондов на предприятии может быть предусмотрено в уставе и/или в учетной политике предприятия.

Добавочный капитал показывает прирост стоимости имущества в результате переоценок основных средств и незавершенного строительства организации, производимых по решению правительства: полученные денежные средства и имущество в сумме превышения их величины над стоимостью переданных за них акций. Добавочный капитал может быть использован на увеличение уставного капитала, погашение балансового убытка за отчетный год, а также распределен между учредителями предприятия. При этом порядок использования добавочного капитала определяется собственниками, как правило, в соответствии с учредительными документами при рассмотрении результатов отчетного года.

Нераспределенная прибыль – это чистая прибыль (или ее часть), не распределенная в виде дивидендов между акционерами (учредителями) и не использованная на другие цели. Обычно эти средства используются на накопление имущества хозяйствующего субъекта или пополнение его оборотных средств в виде свободных денежных сумм, т. е. в любой момент готовых к новому обороту.

Привлеченные средства (не обязательно оборотные) – средства, не принадлежащие предприятию, полученные со стороны, но временно до их возврата участвующие в хозяйственном обороте в качестве источника формирования оборотных средств. К привлеченным средствам относятся заемные средства, а также кредиторскую задолженность.

Заемные средства представляют собой в основном кредиты банка и займы, с помощью которых удовлетворяются временные дополнительные потребности в оборотных средствах. Банковские кредиты предоставляются в форме долгосрочных (на срок более 12 месяцев)

или краткосрочных кредитов (на срок менее 12 месяцев). Назначение банковских кредитов – финансирование расходов, связанных с приобретением основных и текущих активов, а также финансирование сезонных потребностей организации, временное восполнение недостатка собственных оборотных средств, осуществление расчетов и налоговых платежей.

Наряду с банковскими кредитами источниками финансирования оборотных средств служат также коммерческие кредиты других организаций, оформленные в виде займов, векселей, товарного кредита и авансового платежа.

Кредиторская задолженность – задолженность субъекта (предприятия, организации, физического лица) перед другими лицами, которую этот субъект обязан погасить.

Выделяют следующие виды кредиторской задолженности:

- перед поставщиками и подрядчиками;
- перед персоналом организации;
- перед внебюджетными фондами;
- задолженность по налогам и сборам;
- задолженность перед прочими кредиторами.

5.3. Кредитование. Дисконтирование. Компаундинг

Для принятия эффективных решений в области управления капиталом важно иметь представление о концепции временной стоимости денег, а также тесно связанных с ней понятий: кредитование, дисконтирование, компаундинг.

Временная ценность денег – одно из фундаментальных понятий финансов, основанное на предпосылке, что каждый предпочтет получить определенную сумму денег сегодня, чем то же самое количество в будущем, при прочих равных условиях. В результате, когда каждый партнер вносит деньги на счет в банк, он требует (и зарабатывает) проценты. Деньги, полученные сегодня, более ценны, чем деньги, полученные в будущем количеством процентов, который деньги могут заработать.

Иными словами, деньги могут приносить доход, и поэтому их стоимость с течением времени меняется. Основные факторы, влияющие на временную ценность денег, включают в себя инфляцию (потерю покупательной способности денег со временем), риск (неопределенность будущих доходов) и возможность инвестирования (возможность получения дохода от вложения денег).

Кредитование – это процесс предоставления ссуды или займа, когда деньги передаются одной стороной (кредитором) другой стороне (заемщику) с обязательством вернуть их в будущем обычно с уплатой процентов за использование ссуды. Кредиты могут быть предоставлены банками, финансовыми учреждениями, частными лицами и т. д. Кредитование является важной частью финансовой системы и может быть использовано для финансирования инвестиций, покупки товаров и услуг, а также для различных финансовых операций.

Компаундинг – это процесс увеличения начальной суммы денег путем добавления процентов или доходов к начальной сумме, а затем вычисления процентов или доходов на увеличенную сумму. Это означает, что при компаундинге проценты начисляются на уже накопленные средства, что приводит к росту суммы во времени. Компаундинг выступает ключевым аспектом инвестиций и сбережений и позволяет капиталу расти со временем.

Дисконтирование – это процесс определения текущей стоимости будущих денежных потоков, которые формируются в результате осуществления бизнеса в целом, отдельного инвестиционного проекта или отдельных мероприятий.

Рассмотрим применение метода дисконтирования денежных потоков при экономической оценке инвестиционных проектов.

Инвестиционный проект – комплекс действий (работ, услуг, приобретений, управленческих операций и решений), направленных на достижение сформулированной цели и требующих для своей реализации осуществления инвестиций.

Период времени между началом осуществления проекта и его ликвидацией принято называть жизненным циклом.

Инвестиционный цикл делится на фазы, каждая из которых имеет свои цели и задачи:

- 1) *предынвестиционную* – от предварительного исследования до окончательного решения о принятии инвестиционного проекта;
- 2) *инвестиционную* – включающую проектирование, заключение договора или контракта, подряда на строительные работы и т. п.;
- 3) *операционную (производственную)* – стадию хозяйственной деятельности предприятия (объекта);
- 4) *ликвидационную* – когда происходит ликвидация последствий реализации инвестиционного проекта.

Эффективность инвестиционного проекта – категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам его участников и выражаемая соответствующей системой показателей.

Эффективность проекта оценивается в течение расчетного периода, охватывающего временной интервал от начала проекта до его прекращения. Начало расчетного периода рекомендуется определять как дату начала вложения средств в реализацию инвестиционного проекта. Момент прекращения реализации проекта определяется как момент времени, когда прекращается производство в связи с изменением требований (норм, стандартов) к производимой продукции, технологии производства или условиям труда на этом производстве; прекращаются потребности рынка в продукции в связи с ее моральным устареванием или потерей конкурентоспособности; изнашивается основная (определяющая) часть производственных фондов и др.

Расчетный период разбивается на шаги – отрезки времени, для которых далее рассчитываются основные технические и экономические показатели проекта. Шаги определяются их номерами (0, 1, ...). Время в расчетном периоде измеряется в годах или долях года и отсчитывается от фиксированного момента (обычно, но не всегда в качестве начала отсчета времени принимается момент начала или конца нулевого шага). При сравнении нескольких проектов начало отсчета времени для них рекомендуется выбирать одним и тем же. Продолжительность разных шагов может быть различной.

Финансовые операции, осуществляемые при реализации проекта, порождают денежные потоки (потоки реальных денег).

Денежный поток проекта – это зависимость от времени денежных поступлений и платежей, связанных с реализацией проекта, определяемая для всего расчетного периода.

Значение денежного потока обозначается через $\varphi(t)$, если оно относится к моменту времени t , или через $\varphi(n)$, если оно относится к n -му шагу. В тех случаях, когда речь идет о нескольких потоках или о какой-то составляющей денежного потока, указанные обозначения дополняются необходимыми индексами.

На каждом шаге денежный поток характеризуется: 1) притоком, равным суммарному объему денежных поступлений (или результатов в стоимостном выражении) на этом шаге; 2) оттоком, равным суммарному объему платежей на этом шаге; 3) чистым притоком (сальдо, эффектом), равным разности между притоком и оттоком.

Денежный поток $\varphi(t)$ обычно состоит из (частичных) потоков от отдельных видов деятельности: 1) денежного потока от инвестиционной деятельности $\varphi_{\text{и}}(t)$; 2) денежного потока от операционной деятельности $\varphi_{\text{о}}(t)$; 3) денежного потока от финансовой деятельности $\varphi_{\text{ф}}(t)$.

Для денежного потока от инвестиционной деятельности к оттокам относятся вложения средств в разного рода активы, в том числе: капитальные вложения, затраты на пусконаладочные работы, увеличение оборотного капитала, а также ликвидационные затраты в конце проекта и др.; к притокам – поступления средств при продаже или ликвидации имущества, уменьшение оборотного капитала и др.

Для денежного потока от операционной деятельности к притокам относятся выручка от реализации продукции, прочие и внереализационные доходы и др.; к оттокам – производственные издержки, налоги и т. п.

К финансовой деятельности относятся операции со средствами, внешними по отношению к проекту, т. е. поступающими не за счет осуществления проекта. Они состоят из собственного (акционерного) капитала фирмы и привлеченных средств. Для денежного потока от финансовой деятельности к притокам относятся вложения собственного (акционерного) капитала и привлеченных средств: субсидий и дотаций, заемных средств, в том числе и за счет выпуска предприятием собственных долговых ценных бумаг; к оттокам – затраты на возврат и обслуживание займов и выпущенных предприятием долговых ценных бумаг (в полном объеме независимо от того, были они включены в притоки или в дополнительные фонды), а также при необходимости – на выплату дивидендов по акциям предприятия. Денежные потоки от финансовой деятельности учитываются, как правило, только при оценке эффективности участия в проекте.

При моделировании денежных потоков от финансовой деятельности необходимо учитывать, что проект может быть выполнен только в том случае, если он финансово реализуем, т. е. на каждом шаге имеется достаточное количество средств для его продолжения.

Достаточным (но не необходимым) условием финансовой реализуемости инвестиционного проекта является неотрицательность на каждом шаге m величины накопленного суммарного сальдо потоков от инвестиционной, операционной и финансовой деятельности.

Для обеспечения финансовой реализуемости подбирается подходящая схема финансирования проекта. Она включает в себя, прежде всего,

определение потребности в привлеченных средствах. При необходимости предусматривается вложение части положительного сальдо суммарного денежного потока на депозиты или в долговые ценные бумаги.

Расчеты эффективности проекта могут производиться при разных вариантах схемы его финансирования. При этом проект, эффективный при одной схеме финансирования, может быть неэффективным при другой и наоборот.

Для упрощения и облегчения расчетов рекомендуется начинать их с оценки проекта при условии, что он полностью финансируется за счет собственных средств и не предусматривает вложений в дополнительные фонды.

Основным экономическим нормативом, используемым при дисконтировании, считается ставка дисконта E , выражаемая в долях единицы или в процентах в год.

Ставка дисконта E является экзогенно задаваемым основным экономическим нормативом, используемым при оценке эффективности проекта. В общем случае она отражает доходность альтернативных и доступных для субъекта направлений инвестирования и темп падения ценности денег.

Существует несколько способов расчета ставки дисконтирования. Наиболее часто при расчетах инвестиционных проектов ставка дисконтирования определяется как средневзвешенная стоимость капитала (weighted average cost of capital – WACC), которая учитывает стоимость собственного (акционерного) капитала и стоимость заемных средств.

Дисконтирование притока, оттока или чистого притока денежных средств на n -м шаге осуществляется путем умножения его значения $\varphi(n)$ на коэффициент дисконтирования $\alpha(n)$, рассчитываемый по формуле:

$$\alpha(n) = \frac{1}{(1 + E)^{n-n_0}},$$

где E – ставка дисконта; n_0 – порядковый номер первого расчетного шага; n – номер расчетного шага.

Ставка дисконта участника проекта отражает максимальную доходность альтернативных и доступных для данного участника направлений инвестирования его свободных денежных средств. При этом под

направлениями инвестирования понимаются тиражируемые инвестиционные проекты, т. е. проекты, в которые можно вкладывать любую (в определенных пределах) сумму денежных средств (примерами направлений инвестирования могут быть вложения на депозит или покупка акций). Ставка дисконта выбирается самим участником.

С течением времени ставки дисконта могут меняться. Поэтому при оценке проектов, рассчитанных на длительную перспективу, целесообразно использовать переменные во времени ставки дисконта.

Ключевым показателем при оценке проектов на основе дисконтирования будет показатель чистого дисконтированного дохода (ЧДД, или NPV).

Чистый дисконтированный доход – накопленный дисконтированный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период. Чистый доход характеризует превышение суммарных денежных поступлений над суммарными затратами для данного проекта с учетом неравноценности затрат и результатов, относящихся к различным моментам времени, и определяется следующим образом:

$$\text{ЧДД} = \sum_{n=n_0}^N (\varphi(n) \alpha(n)),$$

где N – количество расчетных шагов; n_0 – порядковый номер первого расчетного шага; $\varphi(n)$ – сальдо денежного потока на расчетном шаге n ; $\alpha(n)$ – коэффициент дисконтирования на шаге n .

Чем выше значения данного показателя, тем выше эффективность инвестиционного проекта, отрицательное значение данного показателя свидетельствует о неэффективности рассматриваемого инвестиционного проекта.

5.4. Сотрудничество и партнерские связи

Сотрудничество в бизнесе – это процесс, при котором несколько компаний и/или предпринимателей объединяют свои ресурсы, знания, опыт и усилия для достижения общих целей и интересов. Это может быть выгодным и эффективным способом развития бизнеса.

Сотрудничество может принимать различные формы, включая партнерства, совместные предприятия, франшизы, аутсорсинг, альянсы и т. д. Каждая из форм имеет свои особенности и требования.

Важно, чтобы все участники сотрудничества имели ясное понимание общих целей и задач. Это помогает создать единую стратегию и обеспечивает успешное взаимодействие.

Взаимное доверие – ключевой фактор успешного сотрудничества. Стороны должны быть готовы открыто общаться и делиться информацией.

При сотрудничестве в бизнесе необходимо тщательно проработать правовые аспекты, включая соглашения, контракты и законы, регулирующие данную форму сотрудничества. Избежать конфликтов и недопониманий помогает распределение ресурсов и ответственности между участниками сотрудничества.

Эффективная коммуникация играет важную роль в успехе сотрудничества. Обмен информацией и обратная связь помогают улучшать процессы. Сотрудничество может способствовать созданию и внедрению новых идей и инноваций.

Сотрудничество в бизнесе может быть мощным инструментом для расширения рынков, сокращения издержек и достижения конкурентных преимуществ. Однако оно также несет определенные риски, поэтому важно тщательно обдумать и спланировать любое сотрудничество, прежде чем приступить к нему.

Сотрудничество в сфере производства может быть очень разнообразным и зависит от конкретных целей и задач компании. Некоторые из возможных форм сотрудничества предполагают:

1) совместное производство (объединение партнерами своих ресурсов и знаний для создания совместного продукта);

2) кооперацию (совместную работу партнеров с целью достижения общих целей (например, снижения затрат на производство или улучшения качества продукции));

3) лицензирование (предполагает предоставление одним партнером права на использование своих технологий или патентов за определенную плату другому партнеру);

4) аутсорсинг (передачу партнеру определенных функций своего производства, например сборку или упаковку, третьей стороне;

5) сотрудничество в цепочке поставок (совместную работу партнеров в целях обеспечения эффективной и своевременной доставки товаров от поставщиков до конечных потребителей);

б) совместные исследования и разработки (объединение партнерами своих знаний и ресурсов для создания новых продуктов или улучшения существующих).

В любом случае сотрудничество в сфере производства может привести к улучшению качества продукции, снижению затрат и повышению конкурентоспособности компаний.

В сфере товарообмена и торговли существует несколько форм сотрудничества, которые компании могут использовать для увеличения эффективности своей деятельности и расширения своего влияния на рынке. Некоторые из них включают в себя:

1) дистрибьюторство (производитель заключает договор с компанией-дистрибьютором для продажи и распространения своих товаров на определенной территории);

2) франчайзинг (форма лицензирования, когда франчайзер предоставляет франчайзи право использовать свой бренд и бизнес-модель в определенном регионе);

3) совместное предприятие (две или более компании создают новую организацию для совместной работы над конкретным проектом или для достижения общих целей в сфере товарообмена);

4) аутсорсинг (одна компания нанимает другую для выполнения определенных задач, таких как логистика или маркетинг, вместо того чтобы выполнять их самостоятельно);

5) прямые поставки (компания заключает договор напрямую с поставщиком товаров без посредничества третьей стороны, такой как дистрибьютор или розничная сеть);

В сфере финансовых отношений имеется несколько основных форм сотрудничества:

1) банковская кооперация (это сотрудничество между разными банками для обмена ресурсами, информацией, технологиями, а также совместного проведения определенных операций, таких как кредитование, обмен валютой и т. д.);

2) страхование и перестрахование (страховые компании сотрудничают с другими компаниями для распределения рисков. Компании, предлагающие страховые услуги, могут перестраховывать часть рисков у других страховых компаний);

3) инвестиционное сотрудничество (инвестиционные фонды, венчурные капиталы и инвестиционные банки часто сотрудничают с компаниями для инвестирования капитала в перспективные проекты);

4) финансовые консалтинговые услуги (консалтинговые компании в сфере финансов помогают организациям совершенствовать свои финансовые процессы, управление рисками, налоговую оптимизацию и т. д.);

5) финансовые аутсорсинговые услуги (компании предоставляют услуги в сфере финансового аутсорсинга, включая бухгалтерские и аудиторские услуги, обработку платежей, управление дебиторской и кредиторской задолженностью и др.);

6) финансовая партнерская программа (компании сотрудничают с партнерами для предоставления финансовых продуктов или услуг, расширяя свою клиентскую базу);

7) финансовое партнерство в инфраструктурных проектах (финансовые институты могут сотрудничать с государственными или частными компаниями для финансирования и развития инфраструктурных проектов, таких как строительство дорог, аэропортов, энергетических объектов и т. п.);

8) финансовая поддержка социальных и благотворительных проектов (финансовые институты могут сотрудничать с некоммерческими организациями для финансирования и реализации социальных и благотворительных инициатив).

Эти виды сотрудничества в финансовой сфере могут принимать различные формы и иметь разные условия в зависимости от конкретной ситуации и целей сторон.

Вопросы и задания

Вопросы для обсуждения

1. Что понимают под капиталом?
2. Что представляют собой активы и пассивы?
3. Что представляет собой кругооборот хозяйственных средств предприятия?
4. Дайте характеристику основного капитала.
5. Что представляют собой авансирование, инвестирование, реинвестирование основного капитала?
6. Что понимают под основными средствами?
7. Что включают в состав основных средств?
8. Каким образом классифицируют основные средства?
9. Охарактеризуйте производственные и непроизводственные фонды предприятия.

10. Какова роль активной и пассивной частей основных фондов в производственном процессе?

11. Перечислите виды стоимостей основных средств.

12. Что понимают под износом объектов основных средств?

13. Охарактеризуйте виды износа основных фондов, а также методы их расчета.

14. Чем отличается функциональный износ первого вида от функционального износа второго вида?

15. Что понимают под амортизацией основных средств предприятия?

16. В чем отличие износа и амортизации?

17. Какие существуют методы начисления амортизации?

18. Что понимают под нематериальными активами?

19. Что понимают под оборотными средствами предприятия?

20. Что включают в состав оборотных средств?

21. Что понимают под оборотным капиталом?

22. Каким образом классифицируют оборотные средства?

23. Охарактеризуйте оборотные производственные средства и оборотные средства обращения.

24. Что понимают под нормированием оборотных средств?

25. Перечислите основные этапы нормирования оборотных средств.

26. Охарактеризуйте частный и общий норматив оборотных средств.

27. Что понимают под текущим запасом материального ресурса?

28. Что понимают под страховым запасом материального ресурса?

29. В чем состоит сущность управления материальными запасами на предприятии?

30. Перечислите основные этапы нормирования незавершенного производства.

31. Перечислите основные этапы нормирования оборотных средств в запасах готовой продукции.

32. Какие показатели характеризуют эффективность использования оборотных средств?

33. Что представляет собой кредитование?

34. Раскройте понятие «дисконтирование».

35. Что представляет собой компаундинг?

36. Каковы основные формы сотрудничества в сфере производства?

37. Укажите основные формы сотрудничества в сфере товарообмена и торговли.

38. Перечислите основные формы сотрудничества в сфере финансовых отношений.

Практические задания

Задание 1. Определите физический и моральный износ объекта основных средств предприятия (оборудования), имеющего следующие характеристики.

Первоначальная стоимость – 120 тыс. руб.; срок полезного использования – 3 года; фактический срок службы – 1 год; стоимость аналогичного нового оборудования на рынке – 80 тыс. руб.; нормативный объём выпуска продукции на данном оборудовании – 50000 ед.

Задание 2. Определите физический и моральный износ объекта основных средств предприятия (оборудования), имеющего следующие характеристики.

Первоначальная стоимость – 600 тыс. руб.; срок полезного использования – 5 лет; фактический срок службы – 3 года; производительность – 50 ед. в час; производительность аналогичного нового оборудования – 75 ед. в час; нормативный объём выпуска продукции на данном оборудовании – 50000 ед.

Задание 3. Определите физический и моральный износ объекта основных средств предприятия (оборудования), имеющего следующие характеристики.

Первоначальная стоимость – 150 тыс. руб.; срок полезного использования – 2 года; стоимость аналогичного нового оборудования на рынке – 90 тыс. руб.; нормативный объём выпуска продукции за срок полезного использования – 7000 ед.; фактический объём выпуска продукции – 2000 ед.

Задание 4. Определите годовую сумму амортизационных отчислений для объекта основных средств предприятия (оборудования), имеющего следующие характеристики.

Первоначальная стоимость объекта основных средств – 1000 тыс. руб.; срок полезного использования объекта основных средств – 10 лет; год от начала использования объекта – 6-й.

Задание 5. Определите годовую сумму амортизационных отчислений для объекта основных средств предприятия (оборудования), имеющего следующие характеристики.

Первоначальная стоимость объекта основных средств – 500 тыс. руб.; срок полезного использования объекта основных средств – 3 года; нормативный объем выпуска продукции – 5000 ед.; фактический объем выпуска продукции – 1500 ед.

Задание 6. Определите годовую сумму амортизационных отчислений для объекта основных средств предприятия (оборудования), имеющего следующие характеристики.

Первоначальная стоимость объекта основных средств – 1500 тыс. руб.; срок полезного использования объекта основных средств – 5 лет; год от начала использования объекта – 2-й; коэффициент ускорения, установленный организацией, – 2.

Задание 7. По приведенным в таблице данным определите:

- а) частные нормативы оборотных средств;
- б) общий (совокупный) норматив оборотных средств.

Показатель	Вариант				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й
Снабжение					
Затраты на выполнение одного заказа, тыс. руб. / заказ	45	48	51	54	50
	46	40	34	28	40
Расходы на хранение единицы запаса ¹⁹ , тыс. руб. / дн.	2	3	1	2	3
	2	1	2	3	2
Транспортный запас, дн.	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1
Подготовительный запас, дн.	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1
Технологический запас, дн.	1	2	1	2	1
	2	1	2	1	2
Страховой запас, дн.	5	4	3	4	5
	4	3	4	5	4

¹⁹ Единицей запаса принять условное количество материала на сумму 1 млн руб.

Окончание таблицы

Показатель	Вариант				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й
Производство					
Среднесуточное потребление материалов, млн руб. / дн.	5	2	4	8	6
	3	7	10	3	2
Единовременные затраты, тыс. руб./шт.	4	3	2	3	4
	3	2	5	6	4
Нарастающие затраты, тыс. руб./шт.	6	7	8	7	6
	7	8	5	4	6
Длительность производственного цикла, дн.	5	6	7	6	5
	4	3	4	5	6
Суточный выпуск готовой продукции, млн руб. / дн.	10	5	10	15	10
	5	10	15	10	6
Сбыт					
Суточный сбыт готовой продукции, млн руб./ дн.	10	5	10	15	10
	5	10	15	10	5
Время, необходимое для формирования партии, оформления документов, отправки готовой продукции потребителю, дн.	2	1	2	1	2
	1	2	1	2	1

Задание 8. По приведенным в таблице данным определите:

а) показатели наличия оборотных средств: среднегодовую стоимость оборотных средств;

б) показатели эффективности использования оборотных средств за год: коэффициент оборачиваемости; коэффициент закрепления; среднюю продолжительность (длительность) одного оборота.

Показатель	Вариант				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й
Величина оборотных средств на начало года, млн руб.	12	13	14	15	16
	17	18	19	20	21
Величина оборотных средств на конец года, млн руб.	20	19	18	17	16
	15	14	13	12	11
Выручка от продаж, млн руб./г.	55	60	65	70	75
	30	35	40	45	50

Задание 9. Инвестиционным проектом предусмотрено строительство завода.

Планируемый срок строительства завода – 2 года. Требуемый объем капитальных вложений – $X1 + X2$ млн руб., в том числе в первый год – $X1$, во второй год – $X2$.

Предполагается, что ежегодные продажи продукции разных видов составят: изделие № 7 – $X3$ шт./г., изделие № 77 – $X4$ шт./г., производственные – $X5$ шт./г.

Дифференцированные по видам продукции отпускные цены составят: 1) изделие № 7 – 769,63 руб./шт., 2) изделие № 77 – 513,38 руб./шт., 3) изделие № 777 – 913,39 руб./шт.

Годовая сумма предполагаемых эксплуатационных затрат составляет $X6$ млн руб./г., в том числе сумма амортизации – $X7$ млн руб./г.

Предполагается, что через 10 лет от начала реализации инвестиционного проекта завод будет продан по цене его остаточной стоимости. При этом затраты на продажу завода составят не менее 10 % от предполагаемой стоимости реализации.

Значения переменных X приведены по вариантам в таблице.

Показатель	Вариант 1				
	1	2	3	4	5
($X1$) – капитальные вложения (1-й год), млн руб.	50	60	70	80	90
($X2$) – капитальные вложения (2-й год), млн руб.	300	290	280	270	260
($X3$) – ежегодные продажи изделия № 7, тыс. шт./г.	35	33	31	29	27
($X4$) – ежегодные продажи изделия № 77, тыс. шт./г.	30	29	28	27	26
($X5$) – ежегодные продажи изделия № 777, тыс. шт./г.	70	75	80	85	90
($X6$) – себестоимость производства продукции, млн руб./г.	50	60	70	80	90
($X7$) – амортизация в составе себестоимости продукции, млн руб./г.	10	10	20	20	30

Определить чистый дисконтированный доход. На основании данного показателя сделать вывод об экономической эффективности инвестиционного проекта.

Глава 6. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ

1. Сущность и классификация рисков.
2. Организация управления рисками.
3. Информационные технологии в управлении рисками.
4. Обзор рынка IT для риск-менеджмента.

6.1. Сущность и классификация рисков

Под риском понимается вероятность возможных потерь при определенных сложившихся условиях. Кроме того, риск – это вероятность потери контроля над фактором, который может негативно повлиять на деятельность организации и привести к нежелательным последствиям. Математический смысл риска – это произведение вероятности на убыток.

В процессе ведения финансово-хозяйственной деятельности предприятие сталкивается с различными видами рисков, что обуславливает необходимость использования риск-менеджмента и его основы. Риск относится к ситуациям, когда фактические результаты могут отклониться от плана и возможны негативные или позитивные последствия.

Различные виды рисков, которым подвержены предприятия, могут возникать по экономическим, политическим, социальным и другим причинам. Примерами могут служить нестабильные рыночные отношения, отсутствие достаточной информации о внешней среде и противодействие со стороны участников рынка. Неопределенность в деловой среде выступает прерогативой управления рисками. Под управлением рисками понимается весь процесс принятия и реализации решений по ведению бизнеса с целью снижения уровня вероятности потенциальных убытков. Задачей риск-менеджмента является минимизация степени риска. Выделим основные виды рисков.

1. Чистые (нефинансовые) риски. К чистым рискам относятся природные, политические, социальные, транспортные.

2. Финансовые риски. К финансовым, или спекулятивным, относятся инфляционные риски, дефляционные, валютные, риски ликвидности, инвестиционные.

3. Коммерческие риски. Что касается коммерческих рисков, к ним относятся имущественные, производственные, торговые, социально-экологические, а также риски информационной безопасности.

Риск – это объективное явление. Объективность риска, прежде всего, проявляется в том, что его существование не зависит от воли индивида, а его результат – субъективное явление. Субъективность возникает из многих факторов. Эффективный менеджер сможет оценить ситуацию и получить положительный результат. В реальной экономической жизни риски и их характеристики сложны и разнообразны, поэтому в экономической науке и других дисциплинах не было сделано никаких окончательных выводов относительно идентификации и классификации рисков. Наиболее известные на данный момент классификации рисков представлены на рис. 6.



Рис. 6. Классификация рисков

Управление рисками сочетается с развитием математики (например, теории вероятностей), статистики, экономической теории и теории управления и является важной частью стратегического управления предприятием. Основной целью риск-менеджмента следует назвать

наиболее эффективное управление основными видами рисков на предприятии. Управление рисками включает в себя стратегии и тактики управления рисками.

Предприятие определяет свою миссию, устанавливает стратегические цели в соответствии с внешней средой и внутренними условиями, планирует обеспечение правильной реализации и реализацию поставленных целей, опирается на внутренний потенциал предприятия для выполнения таких планов и решений, а также на динамичный процесс управления для контроля процесса реализации.

Стратегия управления рисками – это общая стратегия предприятия по его отношению к риску, толерантности к риску, критериям эффективности управления рисками, выбору подходящих инструментов управления рисками в соответствии с его собственными условиями и внешней средой. Как уже было отмечено выше, управление рисками – это система управления. Она представлена двумя элементами: управляющей подсистемой (субъект управления) и управляемой подсистемой (объект управления).

Управление рисками – процесс принятия решений социальной организацией или отдельным лицом для снижения негативных последствий риска путем выявления, оценки рисков, а также выбора и оптимизации на этой основе сочетания различных методов управления рисками для эффективного контроля рисков и надлежащего устранения последствий убытков, связанных с рисками, чтобы обеспечить максимальную безопасность с минимальными затратами. В частности, при управлении рисками:

- 1) объектом управления рисками является риск;
- 2) субъектом управления рисками может быть любая организация и физическое лицо, включая физических лиц, семьи, организации (в том числе коммерческие и некоммерческие).

Процесс управления рисками в любой организации включает в себя идентификацию рисков, их оценку, выбор методов управления рисками и последующую оценку эффективности управления выявленными рисками. Основная цель управления рисками в большинстве случаев – получение максимальной безопасности с минимальными затратами.

Субъектом управления рисками является группа менеджмента организации, осуществляющая объективное функционирование объекта управления с помощью различных методов управленческого воздействия. При этом воздействовать на объект управления субъект может

только тогда, когда происходит обмен информацией как между управляющими, так и между управляемыми подсистемами.

Возможность оценки и обработки рисков по всем ожидаемым ситуациям предприятия позволяет преодолеть границы между предприятиями, размывающими риски, с которыми сталкивается предприятие, прогнозировать все потенциально значимые риски и разрабатывать соответствующие решения. Высококвалифицированный менеджер всегда старается получить любую информацию даже при плохом результате. Это помогает предотвратить одностороннее преследование непосредственных интересов и игнорирование финансовых рисков, побуждает руководство добросовестно и строго принимать разумные решения, открывать новые рынки и постоянно повышать конкурентоспособность предприятия.

6.2. Организация управления рисками

Существуют два вида анализа риска, которые дополняют друг друга: качественный и количественный. Качественный подход к анализу рисков характеризуется тем, что сначала определяются риски проекта и на этой основе выявляются все риски, которым может быть подвержена организация. На следующем этапе проведения качественного анализа проводятся оценка стоимости возможных рисков в случае их возникновения и возможные способы их предотвращения.

Проведение качественного анализа необходимо осуществлять на начальном этапе планирования проекта. В основе количественного анализа заложены механизмы и методы теории вероятности и математической статистики для того, чтобы оценить влияние рисков проекта на то, как изменится выгода от проекта. Основой для анализа служат результаты качественного анализа и разработанный в рамках проекта бизнес-план.

Оценка рисков предприятия – это собранные на основе исходной информации сведения по управлению рисками и управлению бизнесом и его важными бизнес-процессами, включая выявление рисков, их анализ и оценку рисков в три этапа, цель которых – найти и описать риски предприятия, оценить степень и значение выявленных рисков на достижение целей предприятия, определить приоритеты управления рисками и т. д. Выявление рисков, анализ рисков и их оценка требуют сочетания качественных и количественных методов, таких как анкетирование,

экспертные консультации, интервью руководства, групповые обсуждения, ситуационный, статистический, имитационный анализы.

Правильное и преднамеренное использование информации приводит к минимальным потерям при совершении сделок. При выполнении прогнозирования в риск-менеджменте рассчитываются изменения финансового положения объекта в целом и его различных структурных подразделений. Однако цель состоит не в том, чтобы реализовать полученные прогнозы на практике.

Еще одной особенностью прогнозирования можно считать альтернативность в построении финансовых показателей. В основе данного прогнозирования заложена экстраполяция из прошлой жизни в будущее с применением экспертных оценок относительно развития или прямое предвидение изменений, способных неожиданным образом проявиться. Для того чтобы управлять рисками на основе предвидения ситуации, менеджер должен обладать интуицией и определенным чутьем на рыночный механизм, а также уметь применять гибкие экстренные решения.

Организация управления рисками – это внутренний уровень управления и орган управления, устанавливаемый субъектом риска для достижения целей управления рисками, включая положения, касающиеся организационной структуры управления рисками, деятельности организаций и взаимосвязи между ними.

Организация управления рисками относится ко всему процессу разработки и реализации плана управления рисками специальной организацией по управлению рисками, включая постановку целей управления рисками, идентификацию, измерение, устранение и оценку эффективности рисков для достижения этих целей. Правила и положения, отражающие взаимосвязь организационной структуры управления рисками и деятельности организации, включают в себя руководящие принципы управления рисками субъектов риска, планы политики, стратегии подхода и соответствующие нормативные акты и положения по надзору.

В узком смысле организация управления рисками в основном относится к организационной структуре для достижения целей управления рисками, в частности к организационным институтам, системе управления и руководящим органам. Без стабильной, рациональной организационной структуры вся деятельность по управлению рисками может оказаться хаотичной и даже безрезультатной.

Управление рисками выполняет два типа функций: функцию контроля и функцию управления:

1. Организация устранения рисков, капиталовложений в риски, организация деятельности по снижению рисков, организация процессов страхования рисков взаимоотношений и общения между различными участниками экономического процесса.

2. Планирование, организация, регулирование, координация, стимулирование и контроль.

Выделим основные определения, которые даются этому понятию в российских источниках (рис. 7).

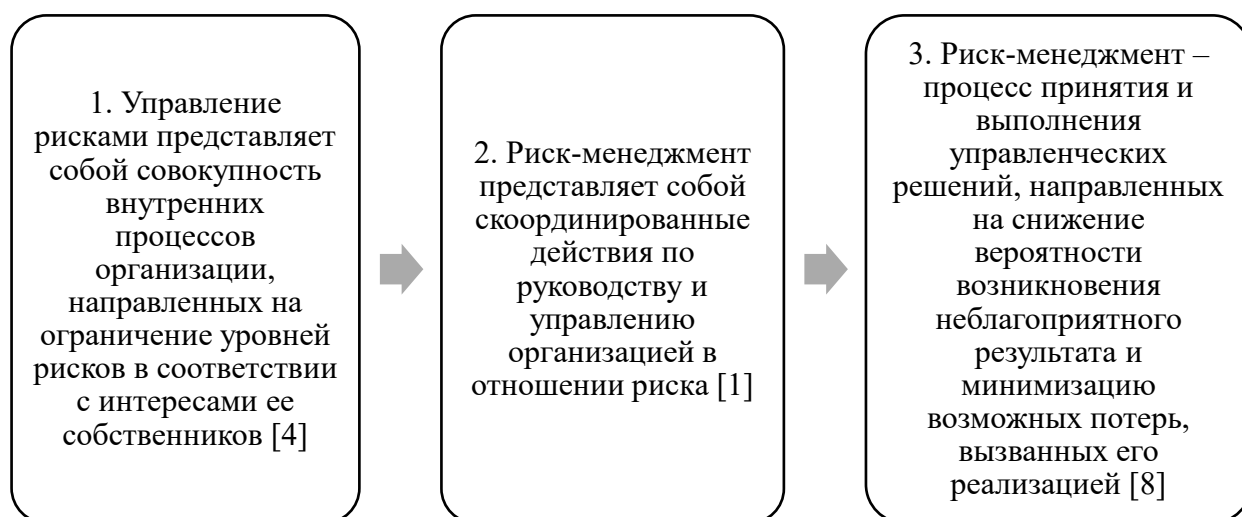


Рис. 7. Определения понятия «управление рисками»

Таким образом, все ранее упомянутые определения сводятся к следующему выводу: основной целью риск-менеджмента являются снижение вероятности возникновения риска и минимизация потерь от его реализации. При этом потери могут быть связаны как с непосредственными убытками предприятия, так и с упущенной возможностью эффективно перераспределить сверхприбыль.

Процесс контроля рисков в компании должен быть организован на основе системного подхода, который включает в себя полное выполнение перечисленных ниже задач (рис. 8).

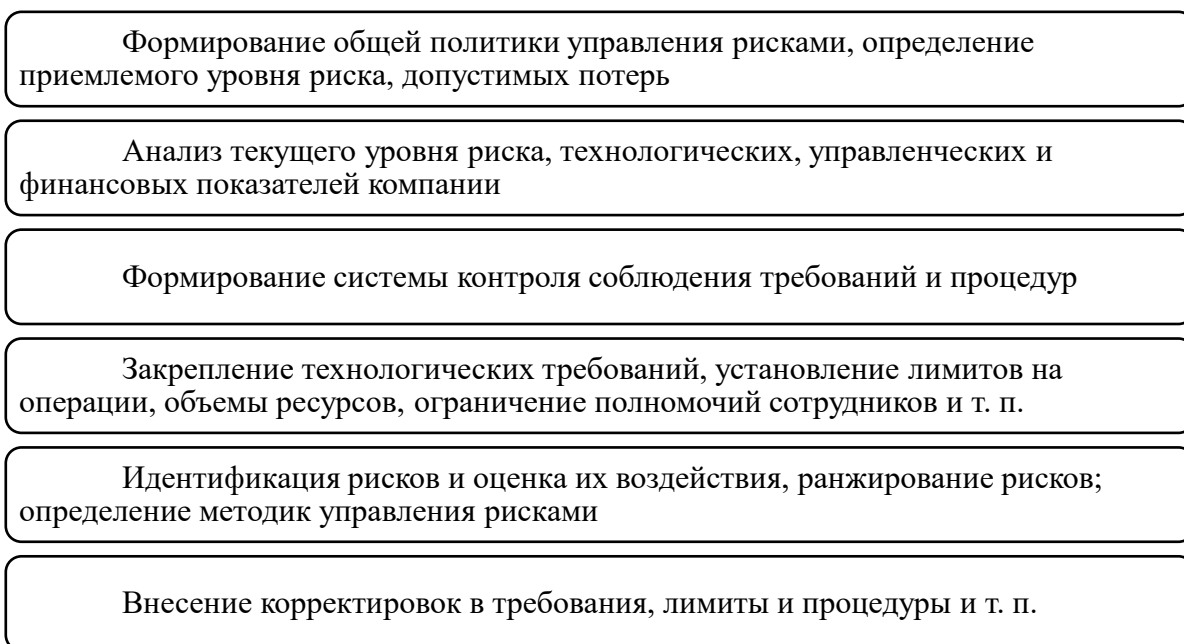


Рис. 8. Задачи по организации риск-менеджмента на предприятии

В число рисков, которые связаны с автоматизацией процессов ведения бизнеса и с применением информационных технологий (ИТ), включены риски информационного характера. Информационные технологии и информационные коммуникационные технологии – процессы и методы, используемые при поиске, сборе, хранении, обработке, предоставлении и распространении информации, и способы, которыми это осуществляется.

Информационный риск (ИТ-риск) – это риск потерь или ущерба, возникающий в результате использования автоматизированных ИТ-систем для обработки, хранения и передачи информации или в результате отказа этих систем. Связь ИТ-рисков осуществляется в процессе создания, передачи, хранения и использования информационных данных при помощи электронного или другого средства. Под автоматизированными информационными системами следует понимать совокупность программного и аппаратного обеспечения, предназначенного для автоматизации деятельности, которая связана с обеспечением хранения, обработки и передачи информационных данных.

Основным фактором, определяющим информационный риск, являются информационные ресурсы, которые включают в себя всю информацию, представляющую ценность для организации. Это информация, напечатанная или записанная на бумагу, передающаяся по почте,

записанная на видеокассету, воспроизводимая устно и в электронном виде, хранящаяся на сервере баз данных и на сайтах. Мобильные и электронные устройства могут быть обработаны в рамках корпоративных информационных систем (КИС) и переданы по каналам обмена данными или с помощью программного обеспечения (операционных систем, приложений и документации к ПО).

Помимо информации у организаций имеются и другие материальные и нематериальные активы, которые они используют в своей деятельности. К таким активам можно отнести активы организации, права имущественного и нематериального характера, интеллектуальную собственность, персонал, а также имидж и репутацию организации.

Современные международные стандарты определяют и другую категорию активов – информационные и неинформационные процессы и услуги. Это коллективные активы, которые управляют другими активами для достижения бизнес-целей.

Минимизация киберрисков заключается в предотвращении несанкционированного доступа к активам, сбоев или неисправностей оборудования и обеспечении доступности критически важных услуг и приложений. Процесс минимизации киберриска следует рассматривать комплексно, сначала выявляя потенциальные проблемы, а затем определяя пути их решения или предотвращения.

Цель управления киберрисками – минимизация общей стоимости киберрисков для предприятия и совокупных убытков, вызванных данными рисками. Основной проблемой управления рисками в автоматизации является их оценка.

6.3. Информационные технологии в управлении рисками

В связи с решением сложной задачи необходимы комплексное внедрение программных средств управления риском почти во все процессы организации и создание эффективных систем управления риском. Отметим, что данному процессу интеграции способствует использование современных информационных технологий.

В рамках проектов, не применяющих специализированное программное обеспечение для управления рисками, часто возникают три основные проблемы: недостаточная гибкость и неэффективные процессы управления рисками, отсутствие прозрачности данных и высокие затраты. Причина этого заключается в том, что информация о состоянии

рисков и управлении ими не всегда актуальна. Требуется много времени для общения экспертов, чтобы оценить и согласовать одни и те же риски. Отсутствует надежная база данных о фактических рисках, выявленных нарушениях и идентификации потенциальных рисков, а часть информации может быть зафиксирована только на бумаге.

Такой нерациональный и несвоевременный обмен информацией ограничивал своевременность доступа к данным, не позволял своевременно предоставлять точную межсекторную информацию, статистические данные и тенденции эффективности. Отметим, что посредством внедрения информационных технологий возможно выполнение следующих задач (рис. 9):

1	2	3
•Повышение эффективности управления компанией за счет обеспечения руководителей и специалистов максимально полной, оперативной и достоверной информацией на основе единого банка данных •Снижение расходов на ведение дел за счет автоматизации процессов обработки информации, регламентации и упрощения доступа сотрудников компании к нужной информации	•Изменение характера труда сотрудников, избавление их от выполнения рутинной работы и предоставление возможности сосредоточиться на профессионально важных обязанностях •Обеспечение надежного учета и контроля поступлений и расходования денежных средств на всех уровнях управления	•Руководителям среднего и нижнего звеньев анализировать деятельность своих подразделений и оперативно готовить сводные и аналитические отчеты для руководства и смежных отделов •Повышение эффективности обмена данными между отдельными подразделениями, филиалами и центральным аппаратом •Гарантии полной безопасности и целостности данных на всех этапах обработки информации

Рис. 9. Задачи по внедрению информационных технологий для контроля рисков

Кроме того, процесс управления рисками во многих случаях бывает неэффективным, поскольку для мониторинга деятельности по управлению рисками требуются значительные ресурсы.

Внедряя автоматизированную систему управления риском предприятий (ERM), можно формировать методы, механизмы управления риском предприятия, создавать контрольные списки и минимизировать потери, связанные с риском. Для автоматизации процесса

контроля рисков необходимо иметь большую исходную базу данных, автоматические процедуры сбора, хранения и обработки данных и методы обработки полученной информации. Поэтому вполне логичным считается рассматривать автоматизированную задачу по управлению любыми рисками как часть проекта по объединению и интегрированию корпоративных данных.

Важно отметить, что предприятия не прибегают к масштабным интеграционным проектам, а зачастую полагаются на программные продукты, которые разрабатываются для решения конкретных бизнес-задач. В результате разработки ПО требуется большое количество ресурсов. В данном контексте можно предложить два основных варианта или иные комбинации этих подходов, чтобы решить проблему автоматизации контроля рисков в контексте интегрированного подхода (рис. 10):

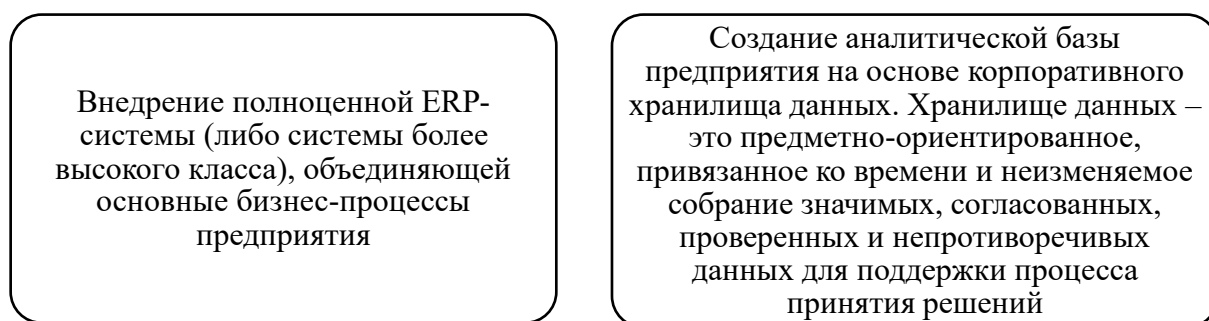


Рис. 10. Варианты решения проблемы автоматизации риск-менеджмента в рамках интеграции

Рассмотрим этот подход более детально. Переход от оперативного управления к стратегической информации наиболее трудоемкий и сложный. Это привело к существованию двух типов ИС: транзакционных информационных систем и аналитических систем.

Система транзакций – это система, которая обрабатывает бизнес-данные в системах ERP. Этот тип программного обеспечения иногда называют электронной системой (OLTP).

Аналитическое приложение – это программное приложение, которое отвечает следующим критериям: управление процессами, бизнес-процессы, интеграция данных и проектирование.

Аналитические системы существуют в особом классе, называемом системами бизнес-аналитики (BI). К этой категории относятся инструменты, технологии и ресурсы для анализа и обработки больших

объемов данных, включая хранилища данных, таблицы данных, системы OLAP, поиск и извлечение информации конечным пользователем, а также инструменты поиска и составления отчетов.

Вместе с транзакционными и аналитическими системами образуется то, что называют Gartner – «пирамидой аналитики». В основе этой пирамиды лежит система ERP, и от основания до вершины аналитического приложения необходимо дополнить пирамиду достаточными и точными данными о бизнесе, чтобы принять экономически значимое бизнес-решение.

Основная цель ERP-системы – автоматизация совместно спланированных, учетных и управленческих процессов крупных предприятий (рис. 11). ERP-системы разработали широкий спектр инструментов и эффективных механизмов управления, которые поддерживают принятие решений, установку и интеграцию с другими программными продуктами.

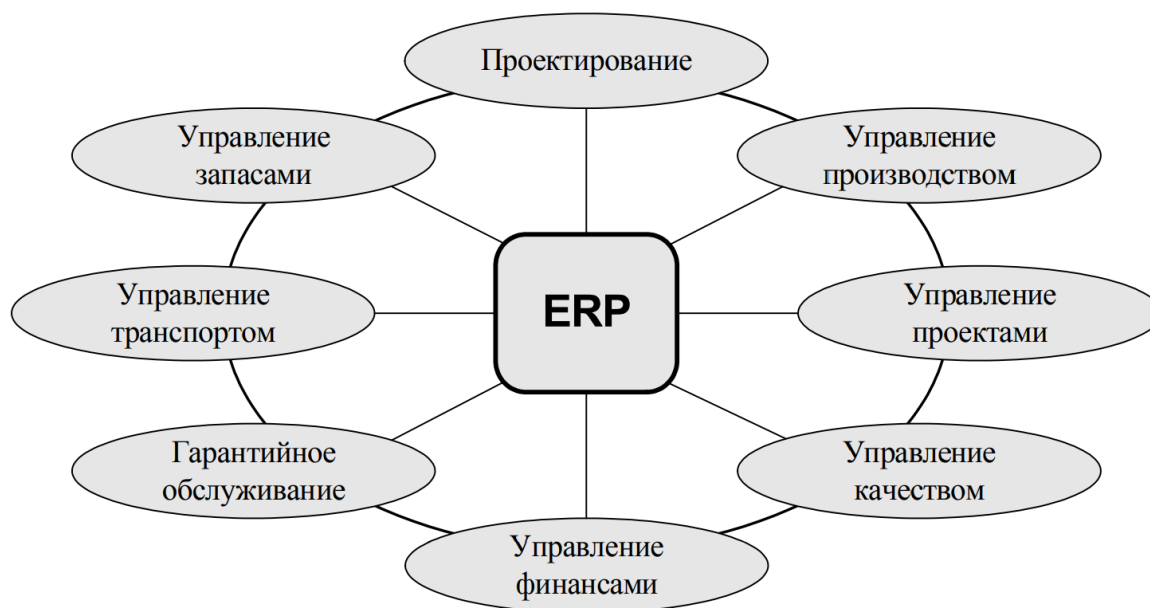


Рис. 11. Структура ERP-системы

Внедрение ERP-систем продолжает развиваться с появлением новых функций, о чем свидетельствует тот факт, что стандарты в виде решений и отдельных модулей теперь продаются как часть ERP.

Некоторые поставщики ERP радикально меняют свою системную стратегию и максимально увеличивают интеграцию с конкурирующими продуктами. Эти инновационные решения называются совместными

ERP и представляют собой следующий шаг на пути к ERP. Другие решения уже на подходе: большинство автоматизированных систем управления бизнесом (от ERP до бизнес-аналитики) включают модуль управления рисками. Однако недавно на рынке появились специализированные программные решения по управлению рисками.

В настоящее время таких систем относительно немного, и в основном они иностранного производства. Американская компания RiskMetrics Group специализируется на инструментах управления рыночными, инвестиционными и кредитными рисками, которые позволяют клиентам оптимизировать затраты, учитывать анализ рисков и контролировать надежность.

Таким образом, RiskManager использует базовые модели VAR, прогнозный анализ сценария, тесты стресса, динамические отчеты и классификации. На данный момент Microsoft предлагает операционные решения Microsoft Operations Framework (MOF) для идентификации, оценки и предупреждения рисков в операционных системах.

Наряду с MOF, корпорация предлагает MOSASO (Microsoft Office Solution Accelerator for Sarbanes-Oxley) – продукт программы, помогающий компаниям следить и контролировать внутренние финансовые процессы и ключевые механизмы контроля, чтобы обеспечить внутреннее управление ключевыми данными в масштабах компании и минимизировать риск нарушения требования США. В российском разработчике ISG предлагается ASUR – автоматизированная система управления риском. Программа рассчитана на управление рисками телекоммуникационной, промышленной и торговой компаний. Также она может быть использована для того, чтобы соблюдать Закон Сарбейнса – Оксли, регулирующий деятельность зарегистрированных на бирже компаний.

Данная система учитывает особенности нефинансового бизнеса и использует методологию COSO – концепцию внутреннего контроля, чтобы комплексно управлять рисками в рамках замкнутого цикла процессов. В базе данных ACMS хранится информация о методиках управления риском и предоставляются статистические данные о нарушениях, происшествиях и рискованных факторах. Модуль анализов позволяет оперативно отслеживать отклонения, анализировать их с помощью эффективных показателей, графиков и отчетов. Istria Risk Management Solutions (Великобритания), предлагает программное обеспечение IRIS для контроля стратегических, операционных, кредитных, рыночных и юридических рисков нефинансовых предприятий.

В основном этапы менеджмента рисков обычно подразделяются на идентификации, оценки, планирование контрмеров, внедрение и контроль контрмеров, а также мониторинг риска. Для оценки риска используется метод Монте-Карло. Metodware (Новая Зеландия) предлагает программное обеспечение ERA, соответствующее стандартам Sarbanes-Oxley и COSO.

Комплексное управление рисками включает в себя определение типов риска, владельцев, процедур контроля, инструкций и отчетов о деятельности, применение методов Монте-Карло, ключевых показателей риска, затрат и сроков мер контроля. Компания Line International (Великобритания) специализируется на распространении ПО для контроля рисков компании RisGen, которая также соответствует требованиям закона Сарбейнса – Оксли. С помощью RisGen можно выяснить качественную оценку рисков и определить меры контроля, оценку остатков риска.

RisGen включает в себя модуль сбалансированной системы показателей, в котором изменения баллов указывают на потенциальные риски. Анализируя эти решения, становится понятно, что функциональность их предназначена для автоматических требований Sarbanes – Oxley или для специфической оценки рисков, особенно в финансовом секторе. Также необходимо подчеркнуть, что в Российской Федерации нет полностью автоматизированной системы контроля рисков.

6.4. Обзор рынка информационных технологий для риск-менеджмента

Важнейшими компонентами систем управления рисками выступают информационные системы управления. С их помощью осуществляются анализ, оценка и контроль рисков. Информационные системы предназначены в первую очередь для вычисления качественного показателя риска. В основе современных методов оценивания рисков в значительных объемах заложены необработанные данные, что повышает потребность в современных ИТ-решениях. Основным требованием к информационным системам управления рисками можно назвать то, что данная информационная программа используется для оценки рисков, прогнозирования и контроля на протяжении всего жизненного цикла организации. Необходимо также обеспечить тесную связь и интеграцию с существующими в организации системами управленческой

информации. Согласно данному требованию следует определить четкие границы задач, выполняемых в данном контексте. Основные функции информационных систем, обеспечивающие систему управления рисками и поддерживающие процесс принятия решений в отношении рисков, приведены на рис. 12.

Разработка информационных систем приводит к возникновению все более широкого спектра программных продуктов и информационных модулей для оценивания рисков и управления ими.

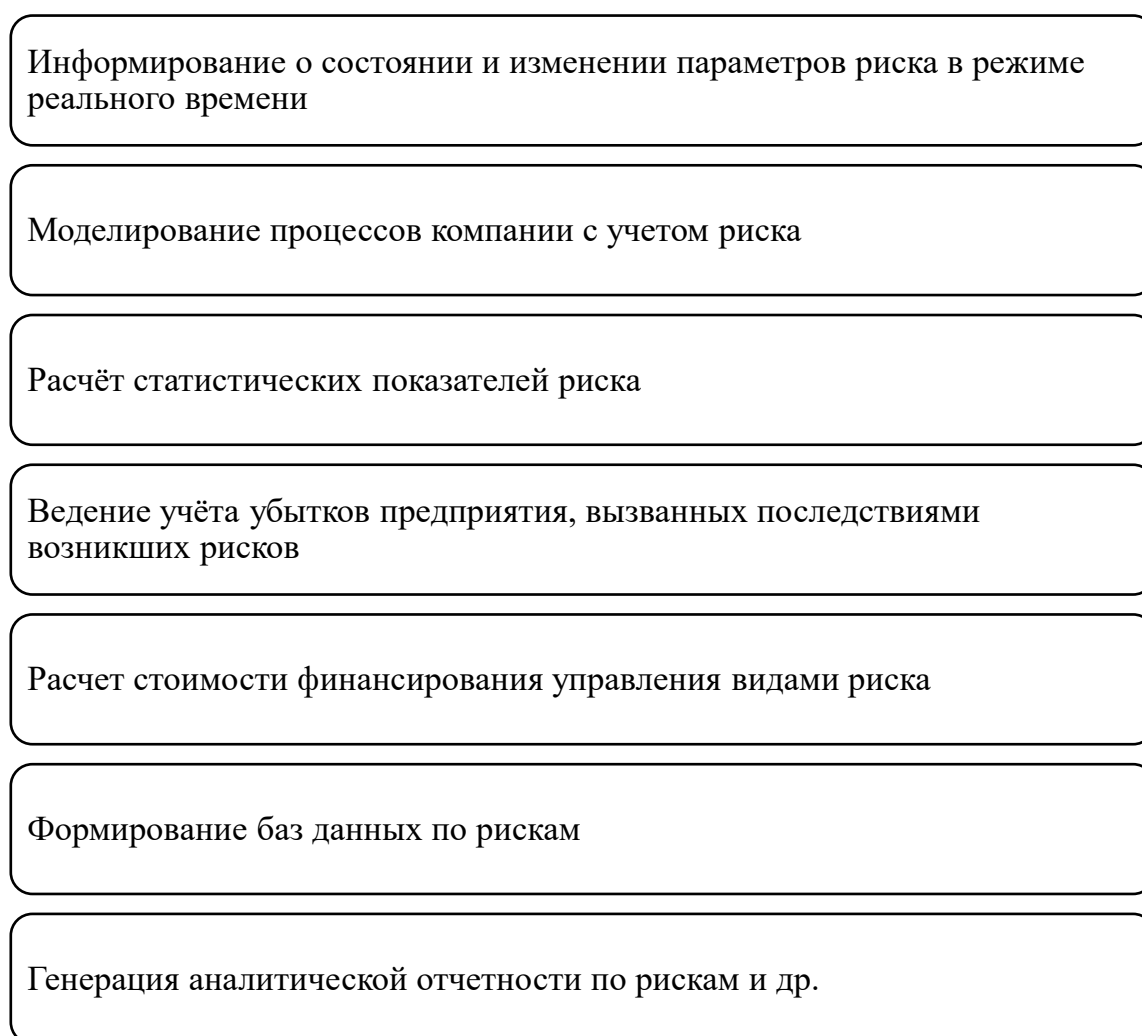


Рис. 12. Функции информационных систем

Данные табл. 5 отражают важнейшие программные продукты, которые используются в настоящее время как западными, так и некоторыми отечественными организациями.

Таблица 5. Программные продукты, используемые
в риск-менеджменте

Название ПО	Назначение	Производитель
EGAR Risk Systems	Проведение расчета рисков убытков по портфелю, оценки кредитоспособности заемщиков с помощью скоринга	EGAR Technology
AlgoSuite (AlgoCredit, AlgoMarket, AlgoRisk, AlgoCapital, AlgoCollateral и AlgoOpVantage)	Проведение идентификации, оценки, мониторинга и управления операционными рисками, составление отчетности по рискам	Algorithmics
Avanon (OPRisk Suite).	Оказание поддержки в принятии решений для руководства с целью минимизации риска	AVANON
Kamakura Risk Manager (KRM), Sendero FTP (Funds Transfer Pricing)	Осуществление управления кредитными портфелями, управление рыночным риском и другими методами оценки, а также распределение ресурсов	Kamakura Corporation
SAS Risk Dimensions	Обеспечение доступа и консолидация внутренних и внешних данных, исследование, анализ и оценка всех видов рисков для эффективной качественной отчетности	SAS
SAP GRC; SAP Business Objects Process; Control и SAP Business, Objects Risk Management	Выявление и управление рисками, постоянный мониторинг бизнес-процессов; мониторинг и анализ рисков и способность заранее реагировать на происходящие изменения	SAP AG

К функциям этих систем относятся нормализация, анализ и контроль рисковых событий. При консолидации проводится сбор информации о рисковых событиях. В ходе анализа рисков происходит их идентификация и классификация. Проведение мониторинга реализации сводится к регулярному анализу рисков и реализации мер по снижению

вероятности возникновения факторов, оказывающих негативное влияние на реализацию проекта. Из упомянутых программ решения SAS Risk Dimensions и SAP AG GRC можно считать новейшими для построения сложных автоматизированных систем управления рисками в крупных организациях.

С помощью этих продуктов формируется единое и автоматизированное пространство для управления рисками, мониторинга и анализа, а с помощью технологий можно применять заранее определенные реакции на события в области риска. При использовании предлагаемого программного обеспечения влияние человеческого фактора сводится к минимуму, а вероятность непредвиденных ошибок уменьшается. Вместе с тем следует помнить, что выбор конкретной системы зависит, прежде всего, от выделенного бюджета и характеристик риска компании.

Все упомянутые выше программные продукты подходят для принятия решений по управлению рисками, но большинство из них применяют только для управления финансовыми рисками. В табл. 6 приведены системы, способствующие снижению нефинансовых рисков.

Таблица 6. Информационные системы, используемые для контроля над бизнес-процессами

Группа	Назначение
Системы планирования ресурсов предприятия ERP (Enterprise Resource Planning)	Системы управления, которые являются централизованной базой данных, единым приложением и общим интерфейсом для управления финансовой и деловой деятельностью. Это касается практически всех областей бизнеса, в особенности планирования и прогнозирования, управления сбытом, запасами, управления производством, закупками и финансами и т. д.
Системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM (Customer Relationship Management)	В состав CRM входят методы управления для повышения эффективности продаж. Они управляют отношениями компании с клиентами, партнерами, дистрибьюторами и внешним миром. Это инструмент для автоматизации работы отделов маркетинга, продаж и обслуживания клиентов, колл-центров, онлайн-служб по работе с клиентами и т. д.

Группа	Назначение
Системы информационной поддержки аналитической деятельности BI (Business Intelligence)	Данные системы представляют собой аналитические хранилища данных, которые также содержат набор инструментов для обработки информации. Хранилища данных включают набор инструментов для получения данных из ERP-системы и других систем, а также методы последующего анализа собранных данных
Системы управления логистическими цепочками SCM (Supply Chain Management)	Применение систем планирования и координации закупок, транспортировки и складирования. В процессе производства сложной продукции с использованием деталей от разных поставщиков компаниям важно сразу планировать поставку нужных деталей в необходимом количестве и в нужное время
Системы планирования материальных потоков MRP (Material Requirements Planning)	Представляет собой класс систем управления закупкой, производством и продажей материалов
Системы управления человеческим фактором HRM (Human Resources Management)	В функционал систем входят найм, управление и эффективное размещение всех сотрудников организации. С помощью таких систем предоставляется информация для поддержки процесса планирования карьеры и обучения, обеспечивается оценка личной эффективности и консолидируются данные о персонале

При рассмотрении вопроса о том, как осуществлять контроль и минимизацию нефинансовых рисков в организации, следует обратить внимание на использование в структуре управления организацией процессов обмена информацией.

Для непосредственного планирования и управления отделами или сотрудниками применяются информационные и коммуникационные технологии. Таким образом, благодаря процессам информационных технологий достигаются соответствующие цели: обоснованность решений, планирование деятельности и принятие тактических решений, а также контроль на абсолютно всех уровнях производства.

Информационные технологии играют незаменимую роль в осуществлении бизнес-операций. Анализируя поток информации, предприниматель легче проводит сравнительный анализ внешней среды, быстрее реагирует на текущие вызовы, может правильно планировать деятельность в соответствии со своими рисками. Важным фактором принято считать то, что руководство не только вовремя анализирует потенциальные риски во внешней среде, но и своевременно реагирует на такие ситуации. Если компания большая или охватывает несколько территорий, то своевременно управлять ею можно только с помощью информационных технологий.

Данные программы способны исключить или сократить нефинансовые риски за счет предупреждения, контроля и быстрого реагирования на изменяющиеся внешние и внутренние переменные. Все перечисленные выше системы не относятся к независимым, закрытым системам, а лишь относительно независимы в рамках своих специфических функций. Одновременно с этим все системы могут характеризоваться определенными особенностями.

Таким образом, в управлении рисками регулирование определяется как действие, предпринимаемое в отношении управляемого объекта для обеспечения его устойчивости в случае отклонения от заданных параметров. В рамках регламента основными вопросами являются текущие и меры по устранению любых возникших отклонений. Координация в управлении рисками – это координация между различными частями системы управления рисками, руководящим органом и экспертами. Координация обеспечивает единую взаимосвязь между субъектами и объектами управления, оборудованием управления и отдельными сотрудниками. Управление рисками на основе стимулов может побудить финансовых менеджеров и других специалистов обратить внимание на результаты собственной деятельности. Под контролем в управлении рисками понимается проверка усилий организации по снижению рисков: собирается информация о прибыльности рискованных вложений капитала, о ходе намеченной работы, о соотношении прибыли и риска, исходя из которого изменяется финансовая программа организации, о финансовой организации управления рисками. Контроль предполагает анализ эффективности принимаемых мер по снижению уровня риска.

В первую очередь информационно-коммуникационные технологии, осуществляющие одну из важнейших задач – решение проблем

организации эффективного процесса передачи информации, сокращения затрат различных ресурсов во всех сферах жизни человека и современного общества, – основаны на современных достижениях в области вычислительной техники и других передовых технологий, новейших средств связи, программного обеспечения. Посредством информационных технологий осуществляется взаимодействие с услугами, управленческими, промышленными, производственными и социальными процессами, и во многих случаях они являются их неотъемлемой частью.

Под информационной системой для управления рисками подразумевается функциональная комбинация, обеспечивающая комплексный и целенаправленный процесс по подбору соответствующих информационных показателей. Наличие этих показателей следует считать обязательным для оценки, идентифицирования и подготовки эффективных административных решений по нейтрализации как финансового, так и нефинансового рисков деятельности организации. Таким образом, удалось собрать теоретическую базу для дальнейшего анализа, а именно изучить сущность риск-менеджмента и виды рисков, методологические основы оценки рисков, управление рисками. Все это позволит проанализировать исследуемый объект и на основе результатов анализа разработать стратегию управления рисками.

Вопросы и задания

Вопросы для обсуждения

1. Как можно сформулировать понятие риска? Охарактеризуйте его.
2. Каковы функции риска?
3. Какие критерии и виды классификации рисков вам известны?
4. Приведите классификацию рисков.
5. Какие виды и причины потерь в предпринимательстве вы можете назвать?
6. Какие существуют основные инструменты управления рисками?
7. Опишите границы и зоны хозяйственного риска.
8. Каковы основные задачи управления рисками?
9. Проанализируйте решение задач управления риском на разных этапах жизненного цикла организации.
10. Перечислите объекты и субъекты управления рисками.

11. Раскройте и охарактеризуйте системный подход в управлении рисками: сущность, характерные черты.

12. Какая существует классификация методов управления рисками?

13. Укажите варианты стратегии предпринимателя, связанные с принятием решения в условиях неопределенности.

14. Какие законодательные и нормативные требования по управлению рисками вам известны?

Задача

Какой финансовый актив является более рискованным, если каждый актив по-своему реагирует на возможные состояния фондового рынка. В качестве измерителя риска применить: абсолютные показатели изменения доходности, статистические показатели. Являются ли данные измерители риска взаимосогласованными? Исходные данные взять из приведенной таблицы.

Актив	Подъем, %		Стагфляция, %	
	Вероятность	Доходность	Вероятность	Доходность
А	50,0	20,0	50,0	10,0
В	99,0	15,1	1,0	5,1

Тест для самоконтроля

1. Какой из перечисленных методов оценки риска дает представление о наиболее критических факторах инвестиционного проекта?

- а) построение дерева решений;
- б) учет рисков при расчете чистой приведенной стоимости;
- в) вероятностный метод;
- г) анализ чувствительности.

2. Что является объектом управления в риск-менеджменте?

- а) риск, рискованные вложения капитала и экономические отношения между хозяйствующими субъектами;
- б) специальная группа людей, которая посредством различных приемов и способов управленческого воздействия осуществляет управление рисками;
- в) все варианты верны.

3. Утверждение о том, что «деятельность любой организации всегда сопровождается рисками, присутствующими в ее внешней или внутренней среде», отражает смысл

4. Страхование относится к такой группе методов управления рисками, как методы

5. Ответственность за инициацию новых рисков в процессе реализации проекта несет

6. По ходу реализации продуктов проекта уровень влияния рисков ...

7. Какие риски проекта идентифицируются и подлежат управлению?

- а) известные риски;
- б) неизвестные риски;
- в) все риски подлежат управлению.

8. К какой группе методов управления рисками относится создание системы резервов?

- а) методы уклонения от рисков;
- б) методы диверсификации рисков;
- в) методы компенсации рисков;
- г) методы локализации рисков.

9. К какой группе методов управления рисками относится распределение инвестиций в разных отраслях и сферах деятельности?

- а) методы диверсификации рисков;
- б) методы локализации рисков;
- в) методы компенсации рисков;
- г) методы уклонения от рисков.

10. Основные факторы операционного риска связаны (выберите все возможные варианты):

а) со случайными или преднамеренными действиями людей или организаций, направленными против интересов организации, в том числе с несоблюдением требований законодательства и предусмотренных внутренних правил и процедур;

б) с несовершенством организационной структуры (распределением обязанностей подразделений и работников), порядков и процедур, а также их документирования, неэффективностью внутреннего контроля и т. д.;

- в) со сбоями в функционировании систем и оборудования;
- г) с внешними обстоятельствами вне контроля организации.

11. К группе финансовых рисков, связанных с вложением капитала, относятся (выберите все подходящие варианты):

- а) риск снижения финансовой устойчивости;
- б) риски прямых финансовых потерь;
- в) инфляционный риск;
- г) авансовый риск.

12. К группе финансовых рисков, связанных с формой организации хозяйственной деятельности, относятся (выберите все возможные варианты):

- а) валютный риск;
- б) авансовый риск;
- в) оборотный риск;
- г) инфляционный риск.

13. Заключение срочных контрактов, используемое для уменьшения риска, связанного с возможным ростом цены товара, называется:

- а) хеджированием покупателя;
- б) форвардной сделкой;
- в) фьючерсной сделкой;
- г) хеджированием продавца.

14. В тех случаях, когда удастся достаточно четко и конкретно вычислить и идентифицировать источники риска, используют методы:

- а) компенсации рисков;
- б) уклонения от рисков;
- в) локализации рисков;
- г) диверсификации рисков.

15. Потери от риска разделяют на (выберите все подходящие варианты):

- а) рыночные;
- б) трудовые;
- в) потери времени.

16. Какой из перечисленных методов оценки риска используется в ситуациях, когда принимаемые решения сильно зависят от принятых ранее и определяют сценарии дальнейшего развития событий?

- а) имитационное моделирование;
- б) вероятностный метод;
- в) учет рисков при расчете чистой приведенной стоимости;

г) построение дерева решений;

д) анализ чувствительности.

17. *Риск, который не зависит от состояния рынка и является спецификой конкретной организации, называется:*

а) чистым;

б) спекулятивным;

в) несистемным;

г) системным.

18. *Риск – это...*

а) разновидность ситуации, объективно содержащая высокую вероятность невозможности осуществления цели;

б) наличие факторов, при которых результаты действий не являются детерминированными, а степень возможного влияния этих факторов на результаты неизвестна;

в) следствие действия либо бездействия, в результате которого существует реальная возможность получения неопределенных результатов различного характера.

19. *Защитная функция риска состоит:*

а) в объективной необходимости законодательного закрепления понятия «правомерности риска», правового регулирования страховой деятельности;

б) в том, что юридические и физические лица вынуждены искать средства и формы защиты от нежелательной реализации риска;

в) оба варианта верны.

20. *Операционные риски, в результате реализации которых предприятию грозит потеря прибыли, называются:*

а) катастрофическими;

б) критическими;

в) допустимыми.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Учебное пособие представляет собой полноценный и информативный материал для тех, кто желает изучить основы предпринимательства и разработать успешную бизнес-стратегию. Книга охватывает все основные аспекты бизнеса, начиная с планирования и разработки бизнес-идеи, заканчивая важными практическими навыками, такими как финансовый анализ и управление рисками.

Главное преимущество издания заключается в простоте и доступности изложения сложных концепций. Авторы старались использовать ясный и лаконичный язык, чтобы помочь читателям понять основные принципы бизнеса без специального образования и предыдущего опыта.

Кроме того, пособие предлагает студентам практические примеры и упражнения, которые помогут им применить полученные знания в реальных ситуациях и развить свои навыки в области предпринимательства, что позволит не только понять теоретические аспекты бизнеса, но и научиться применять их на практике. Книга содержит все необходимые инструменты и знания для того, чтобы преуспеть в современном бизнесе и достичь финансового успеха.

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЙ БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абчук, В. А. Менеджмент. : учеб. и практикум для вузов. В 2 ч. Ч. 2 / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2021. – 249 с. – ISBN 978-5-534-17081-8.

2. Бадалова, А. Г. Управление рисками деятельности предприятия : учеб. пособие / А. Г. Бадалова, А. В. Пантелеев. – М. : Вузовская книга, 2019. – С. 54 – 57. – ISBN 978-5-9502-0821-8.

3. Баликоев, В. З. Общая экономическая теория : учебник / В. З. Баликоев. – 16-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2020. – 528 с. – ISBN 978-5-16-018864-5.

4. Белов, П. Г. Системный анализ и программно-целевой менеджмент рисков : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Г. Белов. – М. : Юрайт, 2019. – 289 с. – ISBN 978-5-534-04690-8.

5. Брейдо, И. В. История, состояние и перспективы развития автоматизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kstu.kz/wpcontent/uploads/docs/2%20КНИГА%202016г.pdf> (дата обращения: 01.10.2023).

6. Виды бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sravni.ru/enciklopediya/info/vidy-biznesa/> (дата обращения: 18.09.2023).

7. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 656 с. – ISBN 978-5-9776-0554-0.

8. Гапоненко, А. Л. Теория управления : учеб. пособие для сред. проф. образования / А. Л. Гапоненко, М. В. Савельева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2021. – 336 с. – ISBN 978-5-534-17205-8.

9. Демиденко, Д. С. Эффективность применения систем риск-менеджмента на предприятиях : учеб. пособие / Д. С. Демиденко, Е. Д. Малевская-Малевич, Ю. А. Дуболазова. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – 52 с. – ISBN 978-5-7422-6603-7.

10. Внедрение современных информационных технологий в управлении предприятием / М. А. Зубов [и др.]. – М. : Русайнс, 2019. – 212 с.

11. Информационные ресурсы и технологии в экономике : учеб. пособие / под ред. А. Н. Романова. – М. : Вузовский учебник, 2018. – 319 с. – ISBN 978-5-9558-0256-5.

12. Менеджмент. : учеб. и практикум для вузов. В 2 ч. Ч. 2 / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общ. ред. И. Н. Шапкина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2021. – 313 с. – ISBN 978-5-534-04627-4.

13. Меняев, М. Ф. Информационный менеджмент / М. Ф. Меняев. – М. : МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2017. – 302 с. – ISBN 978-5-7038-4555-4.

14. Голов, Р. С. Организация производства, экономика и управление в промышленности [Электронный ресурс] / Р. С. Голов. – М. : Дашков и К, 2017. – ISBN 978-5-394-02667-6. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026676.html> (дата обращения: 01.10.2023).

15. Пименов, Н. А. Управление финансовыми рисками в системе экономической безопасности : учеб. и практикум для академ. бакалавриата / Н. А. Пименов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2019. – 326 с. – ISBN 978-5-534-16342-1.

16. Ряховская, А. Н. Риск-менеджмент – основа устойчивости бизнеса : учеб. пособие / А. Н. Ряховская, О. Г. Крюкова, М. О. Кузнецова. – М. : Магистр, 2018. – 320 с. – ISBN 978-5-9776-0487-1.

17. Финансы и кредит : учеб. пособие / М. П. Вахромеева [и др.] ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2020. – 148 с. – ISBN 978-5-9984-1120-5.

Учебное электронное издание

ТЕСЛЕНКО Ирина Борисовна
ВАХРОМЕЕВА Марина Петровна
ВИНОГРАДОВ Дмитрий Викторович
и др.

ОСНОВЫ БИЗНЕСА

Учебное пособие

Редактор А. П. Володина
Технический редактор Ш. Ш. Амирсейидов
Компьютерная верстка П. А. Некрасова
Корректор Н. В. Пустовойтова
Выпускающий редактор А. А. Амирсейидова

Системные требования: Intel от 1,3 ГГц ; Windows XP/7/8/10 ; Adobe Reader ;
дисковод CD-ROM.

Тираж 9 экз.

Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
Изд-во ВлГУ
rio.vlgu@yandex.ru

Институт экономики и туризма
кафедра бизнес-информатики и экономики
gubernatorov.alexey@yandex.ru