

Тема 1.1. Объективные основы предпринимательства.

Цель: сформировать систему знаний об основных формах общественного производства, раскрыть закономерности возникновения товарного производства и его сущность, природу товарного производства как материальной основы возникновения предпринимательства, понятия рынка и его основных функций, развивать логическое мышление, воспитывать экономическую культуру.

План.

1. Формы общественного производства.
2. Товарное производство - материальная основа возникновения предпринимательства.
3. Рынок и его функции.
4. Цель и задачи курса « Основы предпринимательства».

Литература:

1. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
2. Ясинський В.В., Гайдей О.О. Бізнес – планування: Теорія і практика: Навчальний посібник – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

ОБЪЕКТИВНЫЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Развитие общества свидетельствует о том, что на протяжении длительных исторических периодов сохраняются отдельные общие формы экономической жизни, в частности ведения хозяйства. Человечество за всю свою историю знало две формы организации общественного производства — натуральную и товарную. Первая властвовала во всех докапиталистических (доруночных) формациях. Вторая, положившая начало еще в период развития первобытного строя, существует донныне и является определяющей формой производства во всех индустриально развитых странах. Следовательно, ведущее задание темы — раскрыть закономерности возникновения и суть товарной формы производства, выяснить природу товарного производства как материальной основы возникновения предпринимательства, обосновать сущность и структуру рыночной экономики.

1.1. Формы общественного производства

Исторически первым возникло натуральное производство. *Натуральное производство* — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда предназначаются для удовлетворения собственных потребностей производителей, для потребления внутри того хозяйства, где они произведены. В наиболее чистом виде натуральное производство

существовало в первобытной общине, когда люди не знали общественного разделения труда, то есть не обменивались между собой произведенной продукцией. Натуральное производство властвовало в патриархальной крестьянской общине, в средневековых феодальных имениях. Произведенные продукты труда в виде конкретных благ — еды, одежды, обуви, жилья, орудий труда, что удовлетворяют определенные потребности, — являются естественными формами богатства.

В натуральных хозяйствах существовал замкнутый круговорот (движение) продукта, который, как правило, не выходил за их пределы. Каждая хозяйственная единица была полностью отделена от других, как в производстве, так и в потреблении. Уровень потребления субъектов ведения хозяйства зависел только от уровня производства. Бесспорно, это не исключало того, что определенные продукты труда иногда обменивались на другие какими-то отдельными субъектами или сообществами. Но этот обмен был случайным или таким, что не оказывал серьезного влияния на производственную сферу и потребления. Натуральное производство имеет такие основные черты.

1. Универсальность труда. Деятельность субъекта ведения хозяйства при натуральной форме производства направлена на удовлетворение собственных потребностей, как правило, с одинаковым набором видов труда. Правда, внутри натурального хозяйства труд разделяется между отдельными людьми и их группами.

2. Замкнутость производства. Каждое хозяйство опирается на собственные производственные ресурсы и обеспечивает себя всем необходимым. В таком хозяйстве выполняются все работы — от добывания сырья до изготовления готовой продукции и ее потребления.

3. Прямые экономические связи между производством и потреблением. Прямые натуральные связи ведут к непосредственному использованию произведенного продукта самими производителями, что и является определяющей чертой натурального хозяйства. Подобные связи выражают способ движения произведенного продукта по такой схеме: производство — распределение — потребление. Натуральное производство было подавляющей формой ведения хозяйства до начала капиталистической эпохи. И сегодня в известной мере элементы натурального хозяйства имеют место во многих странах, в том числе в нашей (например, производство на садово-огородных участках). Однако натуральное производство является не только примитивной и консервативной формой производства, но и малопродуктивной, малоэффективной. На смену ему постепенно приходит товарное производство.

Товарное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда производятся отделенными хозяйствующими субъектами не для собственных, а для общественных потребностей, путем купли-продажи этих продуктов, которые становятся товарами.

Материальной основой возникновения товарного производства является общественное разделение труда, что означает специализацию

производителей на изготовлении отдельных видов продукции или на определенной производственной деятельности. Именно общественное разделение труда предопределяет объективную необходимость и возможность регулярного обмена продуктами.

Другой предпосылкой формирования товарного производства является экономическое отделение производителей, которая заключается в собственности последних на продукты труда, которые становятся товарами. Обменивать можно лишь то, что принадлежит производителю, то есть является его собственностью.

Товарное производство, что возникло как противоположность натуральному хозяйству 7—8 тыс. лет назад, сохраняется и является эффективным сегодня. Оно имеет такие определяющие черты:

- общественное разделение труда;
- полная социально-экономическое отделение производителей;
- экономические связи между отделенными товаропроизводителями происходят путем обмена;
- частная собственность на результаты труда;
- продукт труда приобретает форму товара.

Товар — это продукт труда, который имеет два свойства: 1) способность удовлетворить определенную потребность человека; 2) возможность обмена на другие товары путем купли-продажи. То есть *товар — это продукт труда, который удовлетворяет определенную потребность человека и изготовлен с целью обмена.*

1.2. Товарное производство — материальная основа возникновения предпринимательства

Товарная организация производства и адекватная ей форма связей является движущей силой развития производительных сил общества, повышения эффективности производства, поскольку ведет к последующему углублению общественного разделения труда, специализации производства и, как результат, к росту количества произведенной продукции, то есть производительности труда.

Элементами процесса производства является собственно труд, предметы труда и средства труда. В совокупности средства и предметы труда составляют средства производства (рис. 1.1).



рис. 1.1. Основные элементы процесса общественного производства.

Система факторов производства, которая обеспечивает превращение веществ природы в соответствии с потребностями людей, создает материальные и духовные блага, является производительной силой общества. К этой системе принадлежат (см. рис. 1.2):

- работники;
- средства труда (инструменты, механизмы, машины, двигатели, аппараты, разные устройства и тому подобное);
- предметы труда (земля, сырье, материалы, полезные ископаемые и тому подобное);
- силы природы, которые используются;
- наука как специфическая производительная сила;
- формы и методы организации производства;
- информация.



рис. 1.2 Основные составляющие (элементы) производительных сил общества.

К родовым признакам предпринимательства принадлежит то, что произвела практика развития предпринимательства, в первую очередь:

- обмен деятельностью между субъектами ведения хозяйства;
- стремление каждого участника обмена деятельностью к реализации своих интересов;
- проявление личной или коллективной инициативы в процессе подготовки или заключения соглашения;
- способность и готовность идти на личный (или коллективный) риск ради заключения соглашения на выгодных условиях;
- умение дифференцировать достоверные и настоящие результаты соглашения, определить приоритеты деятельности и подчинить им логику делового общения.

Возникновение товарного производства, как мы выяснили в первом вопросе, предусматривает две предпосылки.

Первая — это обмен товаров, который происходит на основе эквивалентности (в товары, которые обмениваются, должно быть вложено одинаковое количество труда). Эквивалентный обмен возможен лишь при наличии свободы выбора, возможной лишь в условиях конкуренции.

Вторая — это экономическая отдаленность производителей, что предопределяет свободу деятельности хозяйствующих субъектов. То есть экономическая отдаленность предусматривает самостоятельный выбор видов деятельности субъектов ведения хозяйства, самостоятельное (свободное) формирование программы деятельности и тому подобное. А это и есть не что другое, как предпринимательская деятельность.

Таким образом, предпринимательство является неотъемлемым свойством (атрибутом) товарного производства. Без свободы хозяйственной деятельности, то есть предпринимательства, товарное производство не существует. В свою очередь, предпринимательская деятельность невозможна без наличия товарного производства, которое является для предпринимательства материальной основой, базой, почвой, на которой лишь и могут развиваться предпринимательские отношения.

Родовые признаки предпринимательской деятельности в полной мере проявляются в современной рыночной экономике, где они имеют определенные особенности, обусловленные товарными отношениями.

Свобода предпринимательства неотъемлема от рыночных связей. На протяжении тысячелетий регулирование хозяйственной жизни, в частности обмен, осуществлялось с помощью рыночных рычагов (механизма стихийного установления цен, колебания спроса и предложения, конкуренции и тому подобное). Таким был хозяйственный механизм с момента возникновения товарного производства и до недавних времен. Сейчас такой механизм дополняется сознательным регулированием процессов, которые происходят в общественном производстве. Что же такое рынок как форма организации общественного производства?

1.3. Рынок и его функции

Как показывает исторический опыт цивилизации XVI—XX ст., движение здоровой экономической системы, сориентированной на критерии эффективности и способности к саморегулированию, происходило на основе рыночных отношений. Мировая история, в сущности, не знала высокоэффективной нерыночной экономики.

Как явление хозяйственной жизни, рынок возник в результате естественно-исторического развития производства и обмена, что породили товарное ведение хозяйства. Рынок формировался в ходе становления товарного производства и является его непременным и важнейшим элементом. Следовательно, причины существования рынка кроются в причинах товарного производства. Рынок в первую очередь выступает как обмен товаров, организованный по законам движения товарных отношений. С давних времен рынок определяли как место (рыночную площадь), где осуществляется купля или продажа товаров. Вот почему у многих слово "рынок" ассоциируется с базаром — местом обмена произведенных благ. Но это правильно лишь частично. Рынок — понятие шире и вместительнее. Это также магазины, универмаги, универсамы, разные палатки, где покупаются товары ежедневного потребления. Есть рынки, на которых продаются и покупаются ценные бумаги (акции, облигации), — фондовые биржи. На

товарных биржах предлагаются зерно, сахар, цемент и тому подобное. Отношения между продавцами и покупателями относительно существующих и потенциальных товаров образуют рынки.

Однако рынок — это не просто сфера обмена, а такая сфера, в которой обмен товаров осуществляется по общественной оценке, что находит свое отображение в цене. То есть, сбалансирование актов купли-продажи должно достигаться с помощью цен. Рынок исполняет роль механизма, через который достигается равновесие спроса и предложения.

Дальше необходимо определить субъекты и объекты рынка.

Субъекты рынка — это физические и юридические лица, которые вступают в экономические отношения товарообмена и услуг в одних случаях как потребители, в других — как производители. Субъектами являются индивидуальные товаропроизводители, фирмы, семьи, организации, государство и др.

Объекты рынка — это специфические группы товаров и услуг, которые имеют стойкий спрос, постоянно поступают на рынок. Объектами рынка являются товары, услуги, технологии, информация и тому подобное.

Более полно сущность рынка раскрывается через функции, которые он выполняет. Главные из них такие: регулирующая, контролирующая, распределительная, стимулирующая, интегрирующая (рис. 1.3).

Регулирующая функция рынка заключается в регулировании производства товаров и услуг, установлении пропорций общественного производства. Рынок сам диктует, что и сколько производить.

Контролирующая функция рынка определяет общественную значимость произведенного продукта и потраченного на его изготовление труда.

Распределительная функция рынка обеспечивает сбалансированность экономики, дифференцирует доходы товаропроизводителей, выявляет победителей и побежденных.

Стимулирующая функция рынка способствует поощрению тех, кто наиболее рационально использует факторы производства для получения наилучших окончательных результатов, побуждает рост производительности труда, использование новой техники и тому подобное. То есть рынок поворачивает экономику лицом к потребностям людей, делает всех участников конкурентного процесса материально заинтересованными в удовлетворении этих потребностей.

Интегрирующая функция рынка объединяет экономику в одно целое, раскрывая систему горизонтальных и вертикальных связей (предприятий, отраслей, регионов), в том числе внешнеэкономических. Рынок способствует проникновению товаров в разные страны и уголки мира.

Познание рынка невозможно без анализа его структуры, то есть элементов, из которых он складывается и которые взаимодействуют между собой. Для этого следует выбрать критерий, по которому можно размежевать элементы рынка. Таких критериев может быть несколько, потому что рынок является сложным и многообразным образованием экономической жизни.

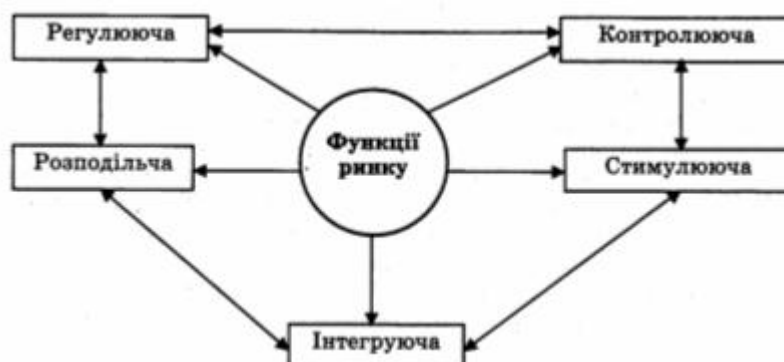


Рис. 1.3. Основные функции рынка

Да, с точки зрения экономического назначения объектов рыночных отношений, рынок можно классифицировать как:

- рынок предметов потребления и услуг;
- рынок средств производства;
- рынок научно-технических разработок и информации;
- рынок "ноу-хау";
- рынок труда;
- рынок ценных бумаг (финансовый рынок);
- валютный рынок.

Структура рынка может быть охарактеризована по административно-территориальному признаку или по географическому положению:

- местный рынок;
- рынок отдельных территорий;
- рынок отдельных регионов;
- общенациональный (внутренний) рынок;
- мировой;
- рынок коалиций разных стран (ЕС, СНГ и тому подобное).

Рынок можно характеризовать в зависимости от степени развития рыночных отношений:

- развитой рынок;
- рынок, который формируется.

В зависимости от степени ограничения конкуренции различают:

- монополистический рынок;
- олигополистический рынок;
- рынок свободной конкуренции (свободный рынок);
- смешанный рынок.

В соответствии с действующим законодательством выделяют:

- легальный (официальный) рынок;
- нелегальный (теневой) рынок;

По характеру продажи различают:

- оптовый рынок (рынок оптовой торговли);
- розничный рынок (рынок розничной торговли).

Формирование рыночной экономики в Украине нужно начинать с создания рыночных институтов, которые находятся сейчас в зародышевом

состоянии. Это должно происходить по схеме, которая учитывала бы экономические, политические, исторические и психологические факторы, характерные для нашей страны. Основными основополагающими рынка являются: полная экономическая самостоятельность субъектов ведения хозяйства; свободные цены; экономическая конкуренция; развитая рыночная инфраструктура; стала финансово-денежная система; тесная связь с мировым рынком (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Основні засади ринку

Важным элементом создания рыночной среды является рыночная инфраструктура.

Рыночная инфраструктура — это совокупность (система) предприятий и организаций, которые обеспечивают движение товаров, услуг, денег, ценных бумаг, рабочей силы и тому подобное. К таким учреждениям принадлежат: биржи, банки, дилерские и брокерские конторы, службы занятости, оптовые и снабженческо-сбытовые организации, инвестиционные компании, страховые организации, аудиторские фирмы и тому подобное. О развитии элементов рыночной инфраструктуры в Украине свидетельствуют данные табл. 1.1. .

Главным инструментом создания модели рынка должна быть не стихийная игра сил, а активная и последовательная деятельность государства относительно создания необходимых институтов рыночной экономики, которая включает такие основные элементы: рыночный механизм; методы государственного регулирования; уровень и степень общественной осведомленности; действенный механизм социальной защиты населения (особенно на переходном этапе) (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Основні елементи ринкової економіки

1.4. Цель и задание курса "Основы предпринимательства"

Переход к рыночной экономике возродил в Украине активную предпринимательскую деятельность. Развитие предпринимательства требует от его участников новой психологии, освоения новых профессий, новых подходов к людям, к их деятельности, и самое главное — новых знаний. Заполнить этот пробел в знаниях рыночной экономики и предпринимательской деятельности как раз и имеет целью "Основы предпринимательства".

Работа в рыночной экономике выдвигает к предпринимателям требования высокой компетенции во время осуществления предпринимательской деятельности.

Знание основ рыночной экономики, в частности, основ предпринимательства, необходимо всем — и тем, кто имеет собственный бизнес, и тем, кто нанимается на работу, и тем, кто продает, и тем, кто покупает. Следовательно, предпринимательству необходимо учиться.

Главная цель курса "Основы предпринимательства" — выяснить сущность, объективные предпосылки становления и условия функционирования предпринимательской деятельности.

Основными заданиями курса "Основы предпринимательства" являются:

- определение объективных основ развития предпринимательства, его места и роли в рыночной экономике;

- раскрытия предпосылок, функций, принципов и движущих сил предпринимательской деятельности;

- определение функций и правового статуса предпринимателя как центральной фигуры рыночной экономики;

- характеристика видов, сфер и организационно-правовых форм предпринимательской деятельности;

- рассмотрение технологии основания собственного бизнеса и государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности;

- формирование практических навыков относительно создания собственной фирмы, проведение деловых переговоров и заключение соглашений;

- определения основ планирования, менеджмента и маркетинга в предпринимательской деятельности;

- раскрытия объективной необходимости, форм и методов государственной регуляции и поддержки предпринимательства;

- рассмотрение кооперационных связей и форм самоорганизации субъектов предпринимательской деятельности;

- определение проблем и перспективы развития предпринимательства в Украине.

Предметом курса "Основы предпринимательства" является изучение объективных закономерностей становления и развития предпринимательства,

обоснованности выбора субъектами предпринимательской деятельности эффективных способов оптимального использования факторов производства.

Объектом курса "Основы предпринимательства" являются субъекты предпринимательской деятельности, а также государственная политика относительно регулирования и поддержки предпринимательства.

Итоги темы

1. На протяжении всей своей истории человечество знало две формы общественного производства — натуральную и товарную.

2. Натуральное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда предназначаются для удовлетворения собственных потребностей производителей, для потребления внутри того хозяйства, где они произведены.

3. Товарное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда производятся отделенными субъектами ведения хозяйства не для собственных, а для общественных потребностей, путем купли продажи этих продуктов, которые становятся товарами.

4. Товарное производство является материальной основой ("почвой") возникновения и развития предпринимательства. Без товарного производства не может существовать предпринимательство.

5. Производительные силы общества — это система факторов производства, которая обеспечивает превращение веществ природы в соответствии с потребностями людей, создает материальные и духовные блага.

6. Рынок — это в первую очередь обмен товаров по законам товарного производства и обращения. Рынок исполняет роль механизма, с помощью которого достигается равновесие спроса и предложения.

7. Рынок выполняет регулирующую, контролирующую, распределительную, стимулирующую и интегрирующую функции.

8. Система элементов рынка, с которых он складывается и которые взаимодействуют между собой, является структурой рынка.

9. Рыночная инфраструктура — это система предприятий и организаций, которые обеспечивают движение товаров, услуг, денег, ценных бумаг, рабочей силы и тому подобное.

10. Главная цель курса "Основы предпринимательства" — выяснить сущность, объективные предпосылки становления и условия функционирования предпринимательской деятельности.

11. Предметом курса "Основы предпринимательства" является изучение объективных закономерностей становления и развития предпринимательства, обоснование выбора субъектами предпринимательской деятельности эффективных способов оптимального использования факторов производства.

12. Объектом курса "Основы предпринимательства" являются субъекты предпринимательской деятельности, а также государственная политика относительно регулирования и поддержки предпринимательства.

Вопрос для самоконтроля

1. Что представляет собой натуральная форма производства? Какие ее основные черты?
2. Какой тип ведения хозяйства называют товарным?
3. Что является причиной возникновения товарного производства? Назовите его определяющие черты.
4. Чем отличается товар от продукта?
5. Что принадлежит к родовым признакам предпринимательства?
6. Что такое средства производства?
7. Какие основные элементы производительных сил общества?
8. Объясните, что означает понятие "эквивалентный обмен".
9. Что такое рынок?
10. Назовите объекты и субъекты рынка.
11. Какие основные функции выполняет рынок?
12. Что такое структура рынка? По каким критериям разграничивается построение рынка?
13. Дайте характеристику рыночной инфраструктуры.
14. Какая главная цель и задание курса "Основы предпринимательства"?
15. Что является предметом и объектом курса "Основы предпринимательства"?

Практические задания

1. Объясните, что следует понимать под экономическим отделением производителей. Почему производители пытаются отделиться во время ведения собственного хозяйства?
2. Почему, по вашему мнению, именно товарное производство является материальной основой ("почвой", "базой") становления и развития предпринимательства? Могут ли быть другие материальные основы развития предпринимательства?
3. Дайте оценку такому утверждению: "Рынок — это место (рыночная площадь), где осуществляется купля продажа товаров". Насколько правильным оно есть?
4. Объясните, что означает понятие "свободный рынок". Кому предоставляется при этом преимущество: производителю или потребителю?
5. Объясните, как обеспечиваются постоянство связей между разными отраслями производства, спросом и потреблением, установление пропорций в экономике и непрерывность процесса воссоздания. Какая функция рынка этому способствует?
6. Есть ли разница между рынками обуви, одежды, продуктов питания, станков, акций, валюты? По каким критериями классифицируется рынок?
7. При каких экономических условиях может быть построен реальный рынок в Украине? Может ли функционировать рынок без

соответствующей юридической базы? Объясните, почему для Украины характерны незаконные формы нерыночного распределения?

8. По данным табл. 1.1 рассчитайте динамику развития основных элементов рыночной инфраструктуры в Украине до 1999 г. Объясните тенденции развития элементов рыночной инфраструктуры в Украине.

Темы рефератов

1. Человек в системе общественного производства.
2. Натуральное хозяйство и его характеристика.
3. Сущность и развитие товарного производства.
4. Рыночное хозяйство как неотъемлемый компонент товарного производства.
5. Товарное производство — объективная основа развития предпринимательства.
6. Сущность рыночной инфраструктуры и ее роль в развитии предпринимательства.
7. Особенности становления рыночных отношений в Украине.

Тесты

1. Какие существуют формы общественного производства?
 - 1.1. Натуральное производство.
 - 1.2. Свободное производство.
 - 1.3. Рыночное хозяйство.
 - 1.4. Товарное производство.
 - 1.5. Национальное производство.
2. Какие основные черты натуральной формы производства?
 - 2.1. Собственность.
 - 2.2. Замкнутость.
 - 2.3. Универсализация труда.
 - 2.4. Частная собственность.
 - 2.5. Прямые экономические связи.
3. Какие определяющие черты товарного производства?
 - 3.1. Отделенные хозяйствующие субъекты.
 - 3.2. Продукты производятся для собственных потребностей.
 - 3.3. Продукты производятся для общественных потребностей.
 - 3.4. Потребности определяются производителями.
 - 3.5. Потребности определяются рынком.
4. Что входит в состав средств производства?
 - 4.1. Труд.
 - 4.2. Предметы труда.
 - 4.3. Средства труда.
 - 4.4. Люди.
5. Что является материальной основой возникновения и развития предпринимательства?
 - 5.1. Наличие законодательных актов.
 - 5.2. Соответствующий тип мышления.
 - 5.3. Товарное производство.

- 5.4. Частная собственность.
6. *Какие основные функции выполняет рынок?*
- 6.1. Регулирующую.
- 6.2. Распределительную.
- 6.3. Инновационную.
- 6.4. Контролирующую.
- 6.5. Стимулирующую.
- 6.6. Информационную.
- 6.7. Интегрирующую.
7. *Какие основные элементы рыночной экономики?*
- 7.1. Рыночный механизм.
- 7.2. Методы стимулирования.
- 7.3. Методы государственной регуляции.
- 7.4. Уровень и степень общественного сознания.
- 7.5. Методы дифференциации.
- 7.6. Действенный механизм социальной защиты населения.

Ключ к тестам: 1.1.,1.4.; 2.2.,2.3.,2.5.; 3.,3.3.,3.5.; 4.,4.2.,4.3.; 5.3.;6.1.,6.2.,6.4.,6.5.,6.7.; 7.1.,7.3.,7.4.,7.6.

Ключ к тестам по вариантам.

- В.1. 1.1,1.4; 2.3;3.3,3.5;4.1,4.3,4.4,4.6;5.2,5.3.
- В.2.1.2,1.3,1.5;2.1,2.4,2.5,2.7;3.2,3.3;4.1,4.4;5.3.
- В.3. 1.3,1.5;2.1,2.3,2.4,2.6;3.3;4.2,4.3,4.5;5.2,5.3.
- В.4. 1.2,1.3;2.1,2.4;3.1,3.2,3.4,3.5,3.7;4.3,4.5;5.3.

Вариант.1.

1. *Какие существуют формы общественного производства?*
- 1.1. Натуральное производство.
- 1.2. Свободное производство.
- 1.3. Рыночное хозяйство.
- 1.4. Товарное производство.
- 1.5. Национальное производство.
2. *Что является материальной основой возникновения и развития предпринимательства?*
- 2.1. Наличие законодательных актов.
- 2.2. Соответствующий тип мышления.
- 2.3. Товарное производство.
- 2.4. Частная собственность.
3. *Какие определяющие черты товарного производства?*
- 3.1. Отделенные хозяйствующие субъекты.
- 3.2. Продукты производятся для собственных потребностей.

- 3.3. Продукты производятся для общественных потребностей.
- 3.4. Потребности определяются производителями.
- 3.5. Потребности определяются рынком.

4. *Какие основные элементы рыночной экономики?*

- 4.1. Рыночный механизм.
- 4.2. Методы стимулирования.
- 4.3. Методы государственной регуляции.
- 4.4. Уровень и степень общественного сознания.
- 4.5. Методы дифференциации.
- 4.6. Действенный механизм социальной защиты населения.

5. *Что входит в состав средств производства?*

- 5.1. Труд.
- 5.2. Предметы труда.
- 5.3. Средства труда.
- 5.4. Люди.

Вариант.2.

1. *Какие основные черты натуральной формы производства?*

- 1.1. Собственность.
- 1.2. Замкнутость.
- 1.3. Универсализация труда.
- 1.4. Частная собственность.
- 1.5. Прямые экономические связи.

2. *Какие основные функции выполняет рынок?*

- 2.1. Регулирующую.
- 2.2. Распределительную.
- 2.3. Инновационную.
- 2.4. Контролирующую.
- 2.5. Стимулирующую.
- 2.6. Информационную.

3. *Что входит в состав средств производства?*

- 3.1. Труд.
- 3.2. Предметы труда.
- 3.3. Средства труда.
- 3.4. Люди.

4. *Какие существуют формы общественного производства?*

- 4.1. Натуральное производство.
- 4.2. Свободное производство.
- 4.3. Рыночное хозяйство.
- 4.4. Товарное производство.
- 4.5. Национальное производство.

5. *Что является материальной основой возникновения и развития предпринимательства?*

- 5.1. Наличие законодательных актов.
- 5.2. Соответствующий тип мышления.
- 5.3. Товарное производство.
- 5.4. Частная собственность.

Вариант 3.

1. *Какие определяющие черты товарного производства?*

- 1.1. Отделенные хозяйствующие субъекты.
- 1.2. Продукты производятся для собственных потребностей.
- 1.3. Продукты производятся для общественных потребностей.
- 1.4. Потребности определяются производителями.
- 1.5. Потребности определяются рынком.

2. *Какие основные элементы рыночной экономики?*

- 2.1. Рыночный механизм.
- 2.2. Методы стимулирования.
- 2.3. Методы государственной регуляции.
- 2.4. Уровень и степень общественного сознания.
- 2.5. Методы дифференциации.
- 2.6. Действенный механизм социальной защиты населения.

3. *Что является материальной основой возникновения и развития предпринимательства?*

- 3.1. Наличие законодательных актов.
- 3.2. Соответствующий тип мышления.
- 3.3. Товарное производство.
- 3.4. Частная собственность.

4. *Какие основные черты натуральной формы производства?*

- 4.1. Собственность.
- 4.2. Замкнутость.
- 4.3. Универсализация труда.
- 4.4. Частная собственность.
- 4.5. Прямые экономические связи.

5. *Что входит в состав средств производства?*

- 5.1. Труд.
- 5.2. Предметы труда.
- 5.3. Средства труда.
- 5.4. Люди.

Вариант 4.

1. *Что входит в состав средств производства?*

- 1.1. Труд.
- 1.2. Предметы труда.
- 1.3. Средства труда.
- 1.4. Люди.

. 2. *Какие существуют формы общественного производства?*

- 2.1. Натуральное производство.
- 2.2. Свободное производство.
- 2.3. Рыночное хозяйство.
- 2.4. Товарное производство.
- 2.5. Национальное производство.

3. *Какие основные функции выполняет рынок?*

- 3.1. Регулирующую.
- 3.2. Распределительную.
- 3.3. Инновационную.
- 3.4. Контролирующую.
- 3.5. Стимулирующую.
- 3.6. Информационную.

4. *Какие определяющие черты товарного производства?*

- 4.1. Отделенные хозяйствующие субъекты.
- 4.2. Продукты производятся для собственных потребностей.
- 4.3. Продукты производятся для общественных потребностей.
- 4.4. Потребности определяются производителями.
- 4.5. Потребности определяются рынком.

5. *Что является материальной основой возникновения и развития предпринимательства?*

- 5.1. Наличие законодательных актов.
- 5.2. Соответствующий тип мышления.
- 5.3. Товарное производство.
- 5.4. Частная собственность.

Презентация

Тема 1.1. Объективные основы предпринимательства.

План.

1. Формы общественного производства.
 2. Товарное производство - материальная основа возникновения предпринимательства.
 3. Рынок и его функции.
 4. Цель и задачи курса « Основы предпринимательства».
- экономики.

Формы общественного производства

Натуральное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда предназначаются для удовлетворения собственных потребностей производителей, для потребления внутри того хозяйства, где они произведены.

Натуральное производство имеет такие основные черты:

1. *Универсальность труда.*
2. *Замкнутость производства.*
3. *Прямые экономические связи между производством и потреблением.*

Товарное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда производятся отделенными хозяйствующими субъектами не для собственных, а для общественных потребностей, путем купли-продажи этих продуктов, которые становятся товарами.

Материальной основой возникновения товарного производства является общественное разделение труда, что означает специализацию производителей на изготовлении отдельных видов продукции или на определенной производственной деятельности.

Товарное производство имеет такие определяющие черты:

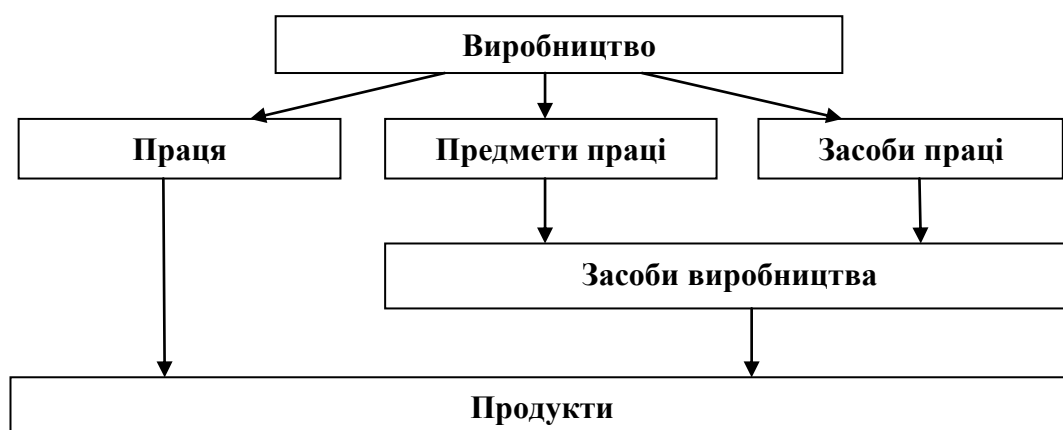
- общественное разделение труда;
- полная социально-экономическое отделение производителей;
- экономические связи между отделенными товаропроизводителями происходят путем обмена;
- частная собственность на результаты труда;
- продукт труда приобретает форму товара.

Товар — это продукт труда, который имеет два свойства:

- 1) способность удовлетворить определенную потребность человека;
- 2) возможность обмена на другие товары путем купли-продажи.

Товар — это продукт труда, который удовлетворяет определенную потребность человека и изготовлен с целью обмена.

Товарное производство — материальная основа возникновения предпринимательства



Основные элементы процесса общественного производства.

Система факторов производства, которая обеспечивает превращение веществ природы в соответствии с потребностями людей, создает

материальные и духовные блага, является производительной силой общества.



Основные составляющие (элементы) производительных сил общества.

Рынок и его функции

Рынок – это сфера, в которой происходит обмен товарами.

Рынок – это экономические отношения по поводу купли – продажи.

Субъекты рынка — это физические и юридические лица, которые вступают в экономические отношения товарообмена и услуг в одних случаях как потребители, в других — как производители.

Субъектами являются индивидуальные товаропроизводители, фирмы, семьи, организации, государство и др.

Объекты рынка — это специфические группы товаров и услуг, которые имеют стойкий спрос, постоянно поступают на рынок.

Объектами рынка являются товары, услуги, технологии, информация и тому подобное.

Функции рынка:

Регулирующая функция рынка заключается в регулировании производства товаров и услуг, установлении пропорций общественного производства. Рынок сам диктует, что и сколько производить.

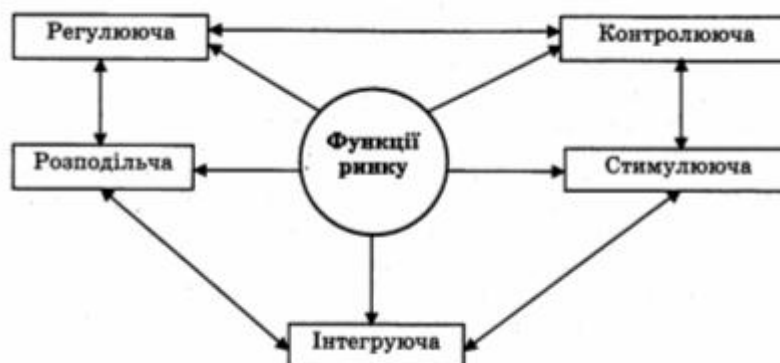
Контролирующая функция рынка определяет общественную значимость произведенного продукта и потраченного на его изготовление труда.

Распределительная функция рынка обеспечивает сбалансированность экономики, дифференцирует доходы товаропроизводителей, выявляет победителей и побежденных.

Стимулирующая функция рынка способствует поощрению тех, кто наиболее рационально использует факторы производства для получения

наилучших окончательных результатов, побуждает рост производительности труда, использование новой техники и тому подобное.

Интегрирующая функция рынка объединяет экономику в одно целое, раскрывая систему горизонтальных и вертикальных связей (предприятий, отраслей, регионов), в том числе внешнеэкономических



Основные функции рынка

С точки зрения экономического назначения объектов рыночных отношений, рынок можно классифицировать как:

- рынок предметов потребления и услуг;
- рынок средств производства;
- рынок научно-технических разработок и информации;
- рынок "ноу-хау";
- рынок труда;
- рынок ценных бумаг (финансовый рынок);
- валютный рынок.

Структура рынка по административно-территориальному признаку или по географическому положению:

- местный рынок;
- рынок отдельных территорий;
- рынок отдельных регионов;
- общенациональный (внутренний) рынок;
- мировой;
- рынок коалиций разных стран (ЕС, СНГ и тому подобное).

Рынок в зависимости от степени развития рыночных отношений:

- развитой рынок;
- рынок, который формируется.

В зависимости от степени ограничения конкуренции различают:

- монополистический рынок;
- олигополистический рынок;
- рынок свободной конкуренции (свободный рынок);
- смешанный рынок.

В соответствии с действующим законодательством выделяют:

- легальный (официальный) рынок;
- нелегальный (теневой) рынок;

По характеру продажи различают:

- оптовый рынок (рынок оптовой торговли);
- розничный рынок (рынок розничной торговли).



Рис. 1.4. Основні засади ринку

Рыночная инфраструктура — это совокупность (система) предприятий и организаций, которые обеспечивают движение товаров, услуг, денег, ценных бумаг, рабочей силы и тому подобное.

К таким учреждениям принадлежат: биржи, банки, дилерские и брокерские конторы, службы занятости, оптовые и снабженческо-сбытовые организации, инвестиционные компании, страховые организации, аудиторские фирмы и тому подобное.



Рис. 1.5. Основні елементи ринкової економіки

Цель и задание курса "Основы предпринимательства"

Главная цель курса "Основы предпринимательства" — выяснить сущность, объективные предпосылки становления и условия функционирования предпринимательской деятельности.

Основными заданиями курса "Основы предпринимательства" являются:

- определение объективных основ развития предпринимательства, его места и роли в рыночной экономике;
- раскрытия предпосылок, функций, принципов и движущих сил предпринимательской деятельности;

- определение функций и правового статуса предпринимателя как центральной фигуры рыночной экономики;
- характеристика видов, сфер и организационно-правовых форм предпринимательской деятельности;
- рассмотрение технологии основания собственного бизнеса и государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности;
- формирование практических навыков относительно создания собственной фирмы, проведение деловых переговоров и заключение соглашений;
- определения основ планирования, менеджмента и маркетинга в предпринимательской деятельности;
- раскрытия объективной необходимости, форм и методов государственной регуляции и поддержки предпринимательства;
- рассмотрение кооперационных связей и форм самоорганизации субъектов предпринимательской деятельности;
- определение проблем и перспективы развития предпринимательства в Украине.

Итоги темы

1. На протяжении всей своей истории человечество знало две формы общественного производства — натуральную и товарную.
2. Натуральное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда предназначаются для удовлетворения собственных потребностей производителей, для потребления внутри того хозяйства, где они произведены.
3. Товарное производство — это тип ведения хозяйства, при котором продукты труда производятся отделенными субъектами ведения хозяйства не для собственных, а для общественных потребностей, путем купли продажи этих продуктов, которые становятся товарами.
4. Товарное производство является материальной основой ("почвой") возникновения и развития предпринимательства. Без товарного производства не может существовать предпринимательство.
5. Производительные силы общества — это система факторов производства, которая обеспечивает превращение веществ природы в соответствии с потребностями людей, создает материальные и духовные блага.
6. Рынок — это в первую очередь обмен товаров по законам товарного производства и обращения. Рынок исполняет роль механизма, с помощью которого достигается равновесие спроса и предложения.
7. Рынок выполняет регулирующую, контролирующую, распределительную, стимулирующую и интегрирующую функции.
8. Система элементов рынка, с которых он складывается и которые взаимодействуют между собой, является структурой рынка.
9. Рыночная инфраструктура — это система предприятий и организаций, которые обеспечивают движение товаров, услуг, денег, ценных бумаг, рабочей силы и тому подобное.

10. Главная цель курса "Основы предпринимательства" — выяснить сущность, объективные предпосылки становления и условия функционирования предпринимательской деятельности.

Вопрос для самоконтроля

1. Что представляет собой натуральная форма производства? Какие ее основные черты?
2. Какой тип ведения хозяйства называют товарным?
3. Что является причиной возникновения товарного производства? Назовите его определяющие черты.
4. Чем отличается товар от продукта?
5. Что такое средства производства?
6. Какие основные элементы производительных сил общества?
7. Объясните, что означает понятие "эквивалентный обмен".
8. Что такое рынок?
9. Назовите объекты и субъекты рынка.
10. Какие основные функции выполняет рынок?
11. Что такое структура рынка? По каким критериям разграничивается построение рынка?
12. Дайте характеристику рыночной инфраструктуры.
13. Какая главная цель и задание курса "Основы предпринимательства"?

Практические задания

1. Объясните, что следует понимать под экономическим отделением производителей. Почему производители пытаются отделиться во время ведения собственного хозяйства?
2. Почему, по вашему мнению, именно товарное производство является материальной основой ("почвой", "базой") становления и развития предпринимательства? Могут ли быть другие материальные основы развития предпринимательства?
3. Дайте оценку такому утверждению: "Рынок — это место (рыночная площадь), где осуществляется купля продажа товаров". Насколько правильным оно есть?
4. Объясните, что означает понятие "свободный рынок". Кому предоставляется при этом преимущество: производителю или потребителю?
5. Объясните, как обеспечиваются постоянство связей между разными отраслями производства, спросом и потреблением, установление пропорций в экономике и непрерывность процесса воссоздания. Какая функция рынка этому способствует?
6. Есть ли разница между рынками обуви, одежды, продуктов питания, станков, акций, валюты? По каким критериями классифицируется рынок?

7. При каких экономических условиях может быть построен реальный рынок в Украине? Может ли функционировать рынок без соответствующей юридической базы? Объясните, почему для Украины характерны незаконные формы нерыночного распределения?

8. По данным табл. 1.1 рассчитайте динамику развития основных элементов рыночной инфраструктуры в Украине до 1999 г. Объясните тенденции развития элементов рыночной инфраструктуры в Украине.

Ключ к тестам: 1.1.,1.4.; 2.2.,2.3.,2.5.; 3.,3.3.,3.5.; 4.,4.2.,4.3.; 5.3.;6.1.,6.2.,6.4.,6.5.,6.7.; 7.1.,7.3.,7.4.,7.6.

Ключ к тестам по вариантам.

В.1. 1.1,1.4; 2.3;3.3,3.5;4.1,4.3,4.4,4.6;5.2,5.3.

В.2.1.2,1.3,1.5;2.1,2.4,2.5,2.7;3.2,3.3;4.1,4.4;5.3.

В.3. 1.3,1.5;2.1,2.3,2.4,2.6;3.3;4.2,4.3,4.5;5.2,5.3.

В.4. 1.2,1.3;2.1,2.4;3.1,3.2,3.4,3.5,3.7;4.3,4.5;5.3.

Тема 1.2 Сущность предпринимательства.

Цель: раскрыть сущность, функции и экономические основы предпринимательства, воспитывать культуру общения, развивать любознательность и самостоятельность.

План.

1. Историческое развитие понятия « предпринимательство».
2. Сущность и функции предпринимательства.
3. Экономическая основа предпринимательства.
4. Экономико- теоритические знания и предпринимательство.

Историческое развитие понятия "предпринимательство"

Впервые понятие "предприниматель" (фр. — entrepreneur) в научное обращение ввел английский экономист Ричард Кантильон.

Весомый взнос в исследование феномена предпринимательства на протяжении XVIII—XIX ст. сделали известные западные экономисты А. Смит, Ж.Б. Сей, А. Маршалл, Й. Шумпетер и др.

Предприниматель, по высказыванию А. Смита, является владельцем, который идет на экономический риск ради реализации определенной коммерческой идеи и получения прибыли. Предприниматель планирует, организует производство и распоряжается его результатами.

Жан Батист Сей, который связывал предпринимательство с организацией людей в пределах производственной единицы

В частности, Ж.Б. Сей считал, что предприниматель — это экономический агент, который комбинирует факторы производства (землю, капитал и труд).

Альфред Маршалл отождествлял предпринимательство с менеджментом. В фундаментальном труде "Принципы экономикс" (в 1890 г.)

А. Маршалл особенно отметил инновационный момент и активную роль самого предпринимателя в применении новых машин и технологических процессов:

1. Производство новых благ и улучшение качества существующих благ.
2. Внедрение новых способов производства.
3. Открытие и освоение новых рынков сбыта.

4. Использование новых источников получения сырья или полуфабрикатов.

5. Проведение реорганизации в определенной отрасли или создание промышленных организаций нового типа.

Йозеф Шумпетер назначение видел в выполнении им роли экономического лидера, человека, который является двигателем научно-технического прогресса.

Сущность и функции предпринимательства.

Предприниматель — это субъект, который соединяет в себе новаторские, коммерческие и организаторские способности для поиска и развития новых видов, методов производства, новых благ и их новых качеств, новых сфер применения капитала.

Предпринимательство — это тип хозяйственного поведения предпринимателей по организации разработок производства и реализации благ с целью получения прибыли и социального эффекта.

Характеризуется такими признаками:

- 1) это самостоятельная деятельность, деятельность "за свой счет";
- 2) инициативная, творческая деятельность;
- 3) систематическая деятельность;
- 4) деятельность, которая осуществляется на собственный риск;
- 5) целью этой деятельности является получение прибыли или собственного дохода.

Предпринимательство — это самостоятельная, инициативная, систематическая деятельность хозяйствующих субъектов по производству продукции, выполнению работ, предоставлению услуг, которая осуществляется на собственный риск с целью получения прибыли или собственного дохода.

Предприимчивость — это способность человека (личности) к самостоятельным, неординарным, нетипичным действиям.

Функции предпринимательства:

- инновационная (творческая);
- ресурсная;
- организационная;
- стимулирующая (мотивационную).



Рис. 2.1. Основні функції підприємницької діяльності

Інноваційна (творча) функція підприємництва заключається в содействии генерации и реализации новых коммерческих идей, в осуществлении технико-экономических, научных разработок, проектов, которые связаны с хозяйственным риском.

Ресурсная функция підприємництва предусматривает мобилизацию на добровольных началах материальных, финансовых, трудовых, информационных, интеллектуальных и других ресурсов.

Организационная функция підприємництва заключається в непосредственной организации производства, сбыте, рекламе и тому подобное; сводится к сочетанию ресурсов в оптимальных пропорциях, осуществлению контроля за их выполнением.

Стимулирующая (мотивационная) функция підприємництва сводится к формированию стимулирующего (мотивационного) механизма эффективного использования ресурсов с учетом достижений науки, техники, управления и организации производства, а также к максимальному удовлетворению потребностей потребителя.

Экономическая основа підприємництва.

Экономической основой підприємницькой деятельности является частная собственность.

Собственность — это отношения, которые складываются между субъектами собственности относительно присвоения средств производства и результатов труда.

Основой отношений собственности являются отношения присвоения средств производства и его результатов, которые охватывают владение, распоряжение и пользование.

Владение — отношения фактического господства субъекта над объектом собственности.

Распоряжение — фактическое осуществление власти владельца над объектом собственности, фактическое управление нею.

Пользование — процесс фактического извлечения полезных свойств из объекта собственности для удовлетворения конкретных потребностей.

Экономической основой предпринимательства является частная собственность.

Итоги темы

1. Термин "предприниматель" ввел английский экономист Ричард Кантильон в XVII ст. Он понимал предпринимателя как человека, который берет на себя риск, связанный с организацией нового предприятия.

2. Предприниматель — это субъект, который соединяет в себе новаторские, коммерческие и организаторские способности для поиска и развития новых видов и методов производства. Предприниматель — это субъект, который занимается предпринимательской деятельностью.

3. Предпринимательство (предпринимательская деятельность) — это самостоятельная, инициативная, систематическая деятельность хозяйствующих субъектов с целью получения прибыли или собственного дохода.

4. Основными функциями предпринимательской деятельности являются инновационная (творческая), ресурсная, организационная, стимулирующая (мотивационная).

5. Экономической основой предпринимательской деятельности является частная собственность.

6. Процесс становления и развития отечественного предпринимательства в значительной мере зависит от создания соответствующей благоприятной среды, которая бы стимулировала развитие предпринимательской инициативы.

7. Для практической реализации предпринимательской деятельности нужны не только специальные (профессиональные) знания, а знание многих других дисциплин, в частности экономической теории, менеджмента и маркетинга.

Вопросы для самоконтроля

1. Кто первый ввел в обращение термин "предприниматель"?
2. Какие черты присущи предпринимателю?
3. В чем заключается сущность предпринимательства?
4. Что такое предприимчивость?
5. Какая основная цель предпринимательства?
6. Какие основные функции предпринимательства?
7. Что является экономической основой предпринимательской деятельности?
8. В чем заключается сущность частной собственности?
9. Какие главные направления экономической науки являются практической основой организации предпринимательской деятельности?

Практические задания

1. Как изменялось определение понятий "предприниматель", "предпринимательство" в контексте исторической эволюции? Чем отличались эти определения в зависимости от конкретно-исторической степени развития общества? Постройте хронологическую схему исторического развития понятия "предпринимательство".
2. В чем заключается сущность понятий "предприниматель", "предпринимательство" и "предприимчивость"? Что общего в этих понятиях и в чем их отличие? Постройте схему взаимосвязи и взаимообусловленности этих понятий.
3. Существует ли определенная последовательность (логика) основных функций предпринимательства? Если да, то в чем она заключается? Какая функция предпринимательства, по вашему мнению, является первой (определяющей)? Объясните почему.
4. По основным функциям предпринимательства постройте поэтапную схему ваших действий как будущего предпринимателя.
5. Что мешает формированию экономической основы и правовой базы развития предпринимательства в Украине?
6. Какие экономико-теоретические знания необходимы сегодня для осуществления предпринимательской деятельности? Почему именно экономическая теория, менеджмент и маркетинг являются практической основой изучения комплекса вопросов организации и экономики предпринимательской деятельности. Какие еще нужны, по вашему мнению, экономические знания для организации и осуществления собственного бизнеса?

Ключ к тестам:

1.3.;2.4.; 3.1.,3.2.,3.4.,3.5.,3.7.; 4.1.,4.3.,4.4.,4.6.;5.2.;6.1.

Ключ к тестам по темам 1.1, 1.2:

В I: 1.1, 1.4; 2.1, 2.3, 2.4, 2.6; 3.1, 3.3, 3.4; 4.1, 4.3, 4.5; 5.4.

- В II:** 1.2, 1.3, 1.5; 2.3; 3.1; 4.1, 4.2, 4.4, 4.5, 4.7; 5.1, 5.2, 5.4, 5.5, 5.7.
В III: 1.1, 1.3, 1.5; 2.4; 3.1, 3.4; 4.1, 4.3, 4.4, 4.6; 5.1, 5.3, 5.4, 5.6.
В IV: 1.1, 1.2, 1.4, 1.5, 1.7; 2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.7; 3.2, 3.3, 3.5; 4.3; 5.1.

Тема 1.3 Психология и этика предпринимательства

Цель: разъяснить этические критерии бизнеса, основные правила предпринимательской этики, этических критериев фирмы, понятия предпринимательской тайны, способы защиты секретов фирмы, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План.

1. Психология предпринимательства и предпринимательского риска.
2. Основные правила предпринимательской этики. Принцип отношений – „потребитель – клиент всегда прав”. Отношения с сотрудниками и партнерами. Соблюдение законодательства.
3. Этические критерии бизнеса, кодекс фирмы.
4. Предпринимательские тайны. Открытая информация и секрет фирмы. Защита секретов фирмы

Литература:

3. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.
4. Энциклопедия офиса: Практическое Руководство Для секретаря/Сост.И.В.Самыкина.-М.БИНОМ, 1995, - 400с.

1. Психология предпринимательства и предпринимательского риска.

Основными методами влияния предпринимателя или менеджера на людей с целью их побуждения к высокоэффективному труду являются:

- 1) личностный (в зависимости от личных качеств руководителя);
- 2) поведенческий (в зависимости от стиля руководства, манеры поведения с подчиненными);
- 3) ситуативный (в зависимости от способов повышения эффективности управления). В свою очередь, в пределах поведенческого метода выделяют демократический, авторитарный и либеральный с учетом деления руководителей, ориентированных на человека и на ее деятельность (выполняемые ею функции).

Среди личностных качеств руководителя наибольшую привлекательность для подавляющего большинства работников имеют такие черты: предприимчивость, активность, внимательность, жизнерадостность, энергичность, независимость, трудолюбивость, доброта, религиозность, энтузиазм и др.

Людям, которые стремятся к успеху, по мнению западных ученых, свойственны такие психологические качества и черты:

- уверенность в успешном результате;
- готовность принять ответственность и выявить решительность в неопределенных ситуациях;
- настойчивость в достижении поставленной цели;
- стремление к выполнению более-менее сложной реальной работы;
- получение удовольствия от выполнения интересных и сложных заданий;
- стремление к умному риску;
- самообладание во время конкурентных соревнований или проверки способностей;
- высокая способность к преодолению препятствий;
- умение ставить реальные цели, усложнять их после достижения успеха и осознавать причины неудач.

Важнейшими среди этих качеств и черт является личная ответственность за решение поставленных проблем, формирование целей предпринимательской деятельности и их достижения собственными силами.

При исследовании причин банкротств и выживания новых предприятий в США в 70-х годах XX ст. оказалось, что не обанкротились по большей части те фирмы, которые были созданы предпринимателями с высшим внутренним контролем, то есть теми, кто считает, что события в бизнесе являются результатом влияния не внешних сил, а собственного поведения.

Важнейшим моментом в принятии решения стать предпринимателем является осознание степени риска и возможной неудачи. Предприниматели рискуют карьерой, благополучием не только финансовым, но и семейным. Финансовые неудачи могут иметь серьезные эмоциональные последствия, обозначиться на здоровье.

Следовательно, основными элементами предпринимательского риска является общая склонность к риску в целом, понимание возможности неудач, системное осознание их последствий. Двумя основными позитивными альтернативами предпринимательской деятельности являются, с одной стороны, получение высшего вознаграждения и большая возможность неудачи, а с другой — меньшего вознаграждения и меньшая возможность неудачи. Опыт развития предпринимательства в США и других странах показал, что успешнее является деятельность тех предпринимателей, которые рискуют умеренно, сравнительно с теми, кто рискует недостаточно или слишком сильно.

2. Основные правила предпринимательской этики. Принцип отношений – „потребитель – клиент всегда прав”. Отношения с сотрудниками и партнерами. Соблюдение законодательства.

Чаще всего управленческая деятельность предпринимателя оказывается в процессе предоставления устных распоряжений. Их претворении, в жизнь в значительной мере зависит от того, насколько четко и в какой форме дается это распоряжение, как быстро и точно понял его подчиненный, а также от отношения руководителя к подчиненному. В то же время выбор формы и манеры устного распоряжения зависит от конкретной ситуации. Так, при стандартных ситуациях, чтобы выявить внимание к подчиненному, руководителю целесообразно давать распоряжение в виде просьбы, но такой, которая не предусматривает отказа. Эта форма является еще адекватнее, когда предприниматель дает распоряжение руководителям отдельных служб, подразделений, то есть лицам, приближенным к нему по своему социальному состоянию. Такое обращение целесообразно относительно недавно принятых на работу работников, которые должны адаптироваться к новым условиям в общении с руководителем.

С точки зрения модели человеческих отношений, если работник допустил какую-то неточность в исполнении своих обязанностей или даже при наличии недостатков в его работе, предприниматель должен действовать путем убеждения. И только при повторном предположении ошибок следует указать на них работнику или в административном порядке вынести выговор.

Когда между предпринимателем и подчиненным установились дружеские деловые отношения, распоряжение в форме резкого повелительного тона является свидетельством нестандартной ситуации, что будет побуждать работника к более энергичным и более быстрым действиям.

Современное производство все больше требует от работников адекватного экономического мышления и самостоятельности в исполнении возложенных на него функций. С учетом этого предприниматель должен доверять подчиненному и предоставлять ему свободу в исполнении своих обязанностей в зависимости от способности работника к самоконтролю. Резкий повелительный тон возможен, когда речь идет о таких важных критериях работы предприятия, как соблюдение стандартов (технологических, экологических и др.), качества обслуживания клиентов и тому подобное.

Важную роль играет психологический подход при выборе руководителем мотивационных средств привлечения работника к высокопродуктивному труду. Важным условием научного решения этой проблемы является овладение предпринимателем определенным комплексом таких стимулов и их постоянное совершенствование и возобновление. Это обусловлено тем, что работник постепенно привыкает к одним стимулам и перестает реагировать на них.

Кроме того, комплекс стимулов к труду должен направляться на внутреннюю мотивацию, то есть способствовать реализации целей работника в пределах целей и ценностей предприятия за преобладание целей и интересов отдельного человека.

Важнейшими элементами комплекса стимулов к труду являются:

- 1) внедрение прогрессивных форм и систем заработной платы;
- 2) участие в принятии управленческих решений, в том числе в управлении собственностью;
- 3) внедрение бригадной формы организации труда, при которой члены бригады несут коллективную ответственность за своевременный приход на работу, качество продукции, распределение заработной платы и тому подобное. Составной частью такой организации труда является использование гибкого графика выхода на работу (например, более поздний выход — не на девятую, а на десятый час утра, но с обязательной отработкой полного рабочего дня);
- 4) запланированное продвижение по службе, то есть деловая рациональная карьера;
- 5) информирование работников руководителями предприятия о результатах их труда (качество, производительность и тому подобное);
- 6) осознание работниками важности выполняемой работы;
- 7) стимулирование рационализаторских предложений со стороны работников (так, в середине 80-х годов на предприятиях японской компании «Тойота» на одного занятого работника приходилось 35 рационализаторских предложений). Руководители должны положительно воспринимать какие-нибудь, даже незначительные, инициативы относительно улучшения производственного процесса. В случае несовершенства таких предложений необходимо помочь доработать их; если они полностью непригодны для внедрения, следует вежливо и доброжелательно объяснить это работникам;
- 8) эффект «первого дня» работы. Как правило, этот день на всю жизнь запоминается работнику, поэтому руководство предприятия должно наилучшим образом организовать его;
- 9) рациональное сочетание поощрения и взысканий. Поощрять следует как можно быстрее лишь за качественно выполненную работу (чтобы не было длительного интервала между результатами эффективного труда и поощрением, а также неоправданных стимулов). В соответствии с этим взысканием необходимо делать оперативно лишь за осуществленные нарушения работниками какого-нибудь уровня (в том числе руководящих звеньев).

Многие западные фирмы для создания лучшей атмосферы в коллективе выплачивают каждому работнику в день рождения или на праздник определенные суммы, как правило, до 100 дол., в летний период вводят третий выходной (продлевая длительность остальных четырех рабочих дней), на уровне современных требований обустривают рабочее место, конторские помещения. При организации производства используют принцип деления всех операций в форме создания малого бизнеса внутри

корпорации, приглашают за счет фирмы работника вместе с семьей на обед в дорогой ресторан или на выходной день в пригородную гостиницу, отдают преимущество подготовке собственных кадров перед наемом соответствующих специалистов и тому подобное. Молодым менеджерам нередко поручают ответственные посты, а старшие опытные менеджеры становятся их консультативным, координаторами отдельных проектов и тому подобное.

Контролируя труд подчиненных, следует придерживаться таких норм:

- 1) избегать пустяковой опеки работника;
- 2) индивидуально подходить к похвалам за какой-нибудь успех (одних они активизируют, других — раздражают);
- 3) путем контроля помогать тем работникам, которые добросовестно относятся к своим обязанностям, но временно не исправляются с ними;
- 4) сурово и требовательно контролировать деятельность тех работников, которые могут работать более производительнее, но не роблять этого, в то же время имитируя процесс эффективного труда.

Как уже отмечалось, незаурядную роль в успешной предпринимательской деятельности играет этика предпринимательства, то есть *деловая этика*, которая означает комплекс норм и правил морального поведения руководителя и умения соединять профессиональные принципы управления с загальногуманитарными, грунтуется на уважении к действующему законодательству, честности, соблюдении слова и тому подобное. Важным элементом этики предпринимательства (а в то же время и принципом управления) является выполнение руководителем предприятия взятых на себя обязательств.

Нередко при этом дается лишь устное обязательство (слово) одним предпринимателем другому, которое, как правило, четко выполняется. При несоблюдении слова бизнесменом к нему теряют доверие и желание заключать даже письменные соглашения.

При невыполнении взятых на себя обязательств к нарушителям используют разные санкции с целью полного возмещения нанесенных убытков тем субъектам предпринимательской деятельности, которые их испытали.

3. Этические критерии бизнеса, кодекс фирмы.

Определенное представление об этике предпринимательства дают такие требования по ведению бизнеса в американской корпорации «ИВМ»:

- 1) не вводить в заблуждение никого, с кем имеешь дело;
- 2) не использовать «ИВМ» для запугивания или угроз;
- 3) относиться одинаково ко всем продавцам и покупателям;
- 4) не заключать соглашения, которые взаимно обязывают;
- 5) не унижать конкурентов;
- 6) по меньшей мере контактировать с конкурентами;

- 7) не использовать конфиденциальную информацию незаконно;
- 8) не нарушать авторских прав и лицензий;
- 9) не использовать подкуп, подарки и развлечения, которые могут рассматриваться как обязательство.

При подборе руководящих кадров на предприятие широко используют принцип дополнения к лидеру, что способствует единству всей команды, возникновению новой производительной силы, синергичного (взаимоусиливающего) эффекта от их взаимодействия. Во многих фирмах и компаниях на Западе практикуют испытательный срок, на протяжении которого оценивают профессиональные и личностные качества работника, в частности его коммуникативность. После этого по большей части используют контрактную систему, практикуют рациональное сочетание индивидуальной и коллективных форм заработной платы, прежде всего участие в прибылях. Важно умело дополнять материальную мотивацию к труду моральными стимулами.

4. Предпринимательские тайны. Открытая информация и секрет фирмы. Защита секретов фирмы

Коммерческой тайной является деловая информация, имеющая фактическую или потенциальную ценность для предприятия по коммерческим причинам. Эта информация является коммерчески выгодной для недобросовестных конкурентов в случае попадания в их руки. Потеря коммерческой тайны может нанести ущерб предприятию и, в конечном итоге, привести к его банкротству.

Материальной формой коммерческой тайны чаще всего является конфиденциальная управленческая, производственная, научно-техническая, торговая информация, зафиксированная в конкретных документах. В условиях рынка информация является товаром, и каждый собственник данного товара имеет право охранять его и использовать в своих интересах для достижения преимуществ над конкурентами и получения максимальной прибыли. Каждому предпринимателю необходимо знать специфику составления, оформления, обработки, хранения и использования документов, содержащих коммерческую тайну.

Конкретный перечень сведений, составляющих коммерческую тайну, определяется руководителем предприятия. В общем случае, *коммерческой тайной могут быть следующие сведения:*

В сфере производства:

- структура кадров;
- характер производства;
- сведения о производственных возможностях предприятия;
- данные о резервах сырья и планируемых закупках;
- сведения о применяемых и перспективных технологиях;

- планы развития предприятия;

В области реализации продукции:

- оригинальные методы изучения рынка сбыта;
- результаты маркетинговых исследований;
- рыночная стратегия;
- сведения о времени выхода на рынок товаров;
- поставщики и потребители;
- сведения о методике расчетов цен.

При проведении переговоров:

- сведения о получаемых и прорабатываемых заказах и предложениях;
- сведения о фактах подготовки и ведения переговоров;
- сведения о лицах, ведущих переговоры, руководстве предприятия, их характеристика.

Коммерческую тайну предприятия не могут составлять:

- учредительные документы (решение о создании предприятия или договор учредителей) и Устав;
- документы, дающие право заниматься предпринимательской деятельностью (регистрационные удостоверения, лицензии, патенты);
- сведения по установленным формам отчетности о финансово-хозяйственной деятельности и иные сведения, необходимые для проверки правильности исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей в государственную бюджетную систему;
- документы о платежеспособности;
- сведения о численности, составе работающих, их заработной плате и условиях труда, а также о наличии свободных рабочих мест; документы об уплате налогов и обязательных платежах;
- сведения о загрязнении окружающей среды, нарушении антимонопольного законодательства, несоблюдении безопасных условий труда, реализации продукции, причиняющей вред здоровью населения, а также других нарушениях законодательства и размерах причиненного при этом ущерба;
- сведения об участии должностных лиц предприятия в кооперативах, малых предприятиях, товариществах, акционерных обществах, объединениях и других организациях, занимающихся предпринимательской деятельностью.

Каналы утечки информации.

Утечка информации, составляющей коммерческую тайну, может происходить по двум каналам: внешнему и внутреннему.

Внешний канал — непосредственная деятельность недобросовестных конкурентов или преступных элементов. Их действия могут быть направлены на:

- получение информации с помощью подслушивающих устройств;
- похищение или снятие копий с документов и других носителей информации, содержащих коммерческую тайну;
- получение информации в процессе прохождения ее через коммуникационные сети;
- уничтожение информации или повреждение ее носителей;
- подкуп, шантаж сотрудников предприятия с целью получения информации, составляющей коммерческую тайну;
- переманивание ведущих специалистов на конкурирующие предприятия.

Внутренний канал связан с непорядочностью отдельных сотрудников предприятия, неудовлетворенных заработной платой или отношением с руководством, а также с внедрением в штат предприятия людей, работающих на конкурентов. Они могут выдать коммерческую тайну конкурентам или уничтожить важную информацию. Вторым внутренним источником может являться болтливость сотрудников, ведущих служебные разговоры в неподобающих этому местах.

Методы защиты коммерческой тайны

Для предотвращения утечки коммерческой тайны обычно используются следующие меры:

- правовая защита;
- организационные меры;
- защита с помощью технических средств.

ПРАВОВАЯ ЗАЩИТА осуществляется закреплением прав и порядка защиты коммерческой тайны в нормативных и уставных документах. Эти меры могут быть оговорены в Уставе предприятия, трудовых договорах (контрактах) с сотрудниками предприятия, приказах, правилах внутреннего распорядка предприятия и т.д.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ защиты включают в себя:

- организацию секретного (конфиденциального) делопроизводства. «Гриффы» и порядок функционирования этого делопроизводства определяет руководство предприятия;
- разграничение доступа к информации: каждый сотрудник предприятия должен обладать только теми сведениями, содержащими коммерческую тайну, которые необходимы ему для выполнения своих обязанностей. Разрешение на доступ к такой информации выдается руководителем предприятия, при этом сотрудник несет ответственность за разглашение полученных сведений;
- установление такого порядка использования технических средств и помещений, который бы исключал утечку сведений. Например, при работе с копировальными средствами необходимо обеспечить строго

регламентированное копирование тех документов, на которые распространен режим конфиденциальности. Целесообразно использовать хранение документации с помощью микрофильмов, что значительно облегчит защиту информации;

- установление порядка работы с посетителями - их учет в специальном журнале, определение помещения для приема посетителей, их сопровождение при посещении основных рабочих помещений;

- установление порядка ведения переговоров с посетителями, который должен преследовать двоякую цель: во-первых, не допустить утечки информации и, во-вторых, получить наиболее полные сведения о намерениях посетителей;

- обучение сотрудников предприятия мерам защиты коммерческой тайны, повышение их ответственности за непреднамеренное разглашение коммерческой тайны.

ЗАЩИТА С ПОМОЩЬЮ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Использование технических средств для обеспечения сохранности информации создает дополнительные гарантии того, что документы и другие носители информации будут надежно защищены. Технические средства защиты могут быть разделены на следующие:

- средства охраны территории предприятия;

- средства защиты коммуникаций;

- средства защиты компьютерных систем и баз данных от несанкционированного доступа.

Средства охраны территории представляют собой различные типы ограничений и контролируемых систем, включая ограды с автоматической системой сигнализации о попытке их преодоления, системы телевизионного контроля территории, различные электронно-оптические и другие средства охраны. К ним же можно отнести средства разграничения доступа сотрудников в помещения с различной степенью секретности.

Средства защиты коммуникаций. В настоящее время источником утечки информации в большой степени являются процессы обработки, передачи и хранения информации, связанные с применением и использованием электронных, электромеханических и электротехнических устройств. Действие таких устройств, как правило, сопровождается (если не принимаются специальные меры) побочными или паразитными излучениями. Побочные излучения непосредственно несут информацию, но распространяются «безадресно» (персональные ЭВМ, звуко- и видеозаписывающая аппаратура, телевизоры, электрифицированные пишущие машинки, телетайпы и телефаксы, аппаратура передачи данных, громкоговорящая и селекторная связь, а также все виды внешней проводной и радиосвязи, не имеющие специальных шифрующих и дешифрующих устройств). Паразитные — сопровождают процессы преобразования сигналов. Например, импульсное излучение сопровождает работу

персональной ЭВМ. Стационарную «картинку» на экране дисплея можно воспроизвести на экране второго дисплея на расстоянии 200-300 м. Очевидно, что паразитные наводки на соседние пары телефонного кабеля или на специальные подслушивающие «муфты» могут явиться источниками утечки информации. Источниками паразитарного излучения могут быть некоторые виды датчиков пожарной и охранной сигнализации, элементы системы электрических часов, радиоточки, трубы отопления и газовые трубы, переговорные устройства и детали телефонных аппаратов.

Основными мерами защиты информации при использовании технических способов являются:

- поиск закладных (подслушивающих или записывающих) устройств;
- обеспечение скрытности передачи информации по телефонно-телеграфным каналам путем их шифрования;
- специальная защита аппаратуры от излучений с помощью защитных блоков;
- использование специальных средств защиты компьютерных систем и баз данных;
- создание искусственных помех перехвата электрических или акустических сигналов.

Меры по защите коммерческой тайны при использовании компьютерных систем и баз данных можно разделить на следующие группы:

— скрытое кодирование документов на магнитных носителях, т.е. дополнение текста документов на магнитных носителях нечитаемым при нормальном воспроизведении признаком авторства или имущественной принадлежности, благодаря которому можно уличить лиц, осуществивших кражу документов;

— криптографирование (шифрование) всего документа или его части на машинных носителях, делающие этот документ недоступным для понимания лицам, не владеющим ключом или кодом для дешифрования.

Использование компьютеров в бизнесе привело к тому, что большие объемы деловой информации передаются и получаются по компьютерным сетям, охватившим практически весь мир. Именно через компьютерные сети происходит большинство хищений информации.

Если ваш компьютер подключен к такой сети и работает только в вашем присутствии, вы всегда сможете предотвратить попытку получить информацию из вашего компьютера. При автоматическом режиме работы компьютера защитить себя от несанкционированного доступа можно только в том случае, если вы наиболее ценную информацию будете хранить только на дискетах в недоступном для недоброжелателя месте.

Другой проблемой является защита передаваемой информации от подделок и искажений. Для этих целей используется программа под названием «электронная подпись». Эта программа позволяет удостовериться

принадлежность вам передаваемого по сети документа, но его текст при этом остается незащищенным.

Чтобы защитить всю передаваемую информацию, ее требуется зашифровать. Удобнее зашифровать с помощью аппаратных средств, подключая к компьютеру дополнительную электронную плату.

Просто и эффективно защищают данные в компьютере от копирования механические или электромеханические ключи, входящие в комплект компьютера. Поворотом ключа, который вы можете носить с собой, может блокироваться работа компьютера.

Вопросы для контроля:

1. Укажите методы влияния на предпринимателя.
2. Что называют деловой этикой?
3. Каковы элементы мотивации к труду?
4. Что является коммерческой тайной?
5. Какие возможны каналы утечки информации?
6. Укажите меры защиты коммерческой тайной.

Презентация

Тема 1.3 Психология и этика предпринимательства

План.

1. Психология предпринимательства и предпринимательского риска.
2. Основные правила предпринимательской этики. Принцип отношений – „потребитель – клиент всегда прав”. Отношения с сотрудниками и партнерами. Соблюдение законодательства.
3. Этические критерии бизнеса, кодекс фирмы.
4. Предпринимательские тайны. Открытая информация и секрет фирмы. Защита секретов фирмы

1. Психология предпринимательства и предпринимательского риска.

Основные методы влияния предпринимателя или менеджера на людей с целью их побуждения до высокоэффективного труда являются:

- 1) личностный (в зависимости от личных качеств руководителя);
- 2) поведенческий (в зависимости от стиля руководства, манеры поведения с подчиненными);
- 3) ситуативный (в зависимости от способов повышения эффективности управления).

В пределах поведенческого метода выделяют демократический, автократичный и либеральный.

Среди личностных качеств руководителя наибольшую привлекательность для подавляющего большинства работников имеют такие черты:

- предприимчивость,
- активность,
- внимательность,
- жизнерадостность, энергичность,
- независимость,
- трудолюбивость,
- доброта,
- религиозность,
- энтузиазм и др.

Людям, которые стремятся к успеху, по мнению западных ученых, свойственные такие психологические качества и черты:

- уверенность в успешном результате;
- готовность принять ответственность и выявить решительность в неопределенных ситуациях;
- настойчивость в достижении поставленной цели;
- стремление к выполнению более-менее сложной реальной работы;
- получение удовольствия от выполнения интересных и сложных заданий;
- стремление к умному риску;
- самообладание во время конкурентных соревнований или проверки способностей;
- высокая способность к преодолению препятствий;
- умение ставить реальные цели, усложнять их после достижения успеха и осознавать причины неудач.

Важнейшими среди этих качеств и черт является личная ответственность за решение поставленных проблем, формирования целей предпринимательской деятельности и их достижения собственными силами.

Важнейшим моментом в принятии решения стать предпринимателем является осознание степени риска и возможной неудачи.

2. Основные правила предпринимательской этики. Принцип отношений – „потребитель – клиент всегда прав”. Отношения с сотрудниками и партнерами. Соблюдение законодательства.

Важнейшими элементами комплекса стимулов к труду являются:

- 1) внедрение прогрессивных форм и систем заработной платы;
- 2) участие в принятии управленческих решений, в том числе в управлении собственностью;
- 3) внедрение бригадной формы организации труда, при которой члены бригады несут коллективную ответственность за своевременный приход на работу, качество продукции, распределение заработной платы и тому подобное. Составной частью такой организации труда является использование гибкого графика выхода на работу (например, более поздний выход — не на девятую, а на десятый час утра, но с обязательной отработкой полного рабочего дня);
- 4) запланированное продвижение по службе, то есть деловая рациональная карьера;
- 5) информирование работников руководителями предприятия о результатах их труда (качество, производительность и тому подобное);
- 6) осознание работниками важности выполняемой работы;
- 7) стимулирование рационализаторских предложений со стороны работников;
- 8) эффект «первого дня» работы;
- 9) рациональное сочетание поощрения и взысканий.

Контролируя труд подчиненных, следует придерживаться таких норм:

- 1) избегать пустяковой опеки работника;
- 2) индивидуально подходить к похвалам за какой-нибудь успех (одних они активизируют, других — раздражают);
- 3) путем контроля помогать тем работникам, которые добросовестно относятся к своим обязанностям, но временно не исправляются с ними;
- 4) сурово и требовательно контролировать деятельность тех работников, которые могут работать более производительнее, но не роблять этого, в то же время имитируя процесс эффективного труда.

Деловая этика - комплекс норм и правил морального поведения руководителя и умения соединять профессиональные принципы управления с загальногуманитарными, грунтуется на уважении к действующему законодательству, честности, соблюдении слова и тому подобное.

Важным элементом этики предпринимательства (а в то же время и принципом управления) является выполнение руководителем предприятия взятых на себя обязательств.

Этические критерии бизнеса, кодекс фирмы. Заменить стр 107

Определенное представление об этике предпринимательства дают такие требования из ведения бизнеса в американской корпорации «ИВМ»:

- 1) не вводить в заблуждение никого, с кем имеешь дело;
- 2) не использовать «ИВМ» для запугивания или угроз;
- 3) относиться одинаково ко всем продавцам и покупателям;
- 4) не заключать соглашения, которые взаимно обязывают;
- 5) не унижать конкурентов;
- 6) по меньшей мере контактировать с конкурентами;
- 7) не использовать конфиденциальную информацию незаконно;
- 8) не нарушать авторских прав и лицензий;
- 9) не использовать подкуп, подарки и развлечения, которые могут рассматриваться как обязательство.

При добирании руководящих кадров на предприятие широко используют принцип допущенности к лидеру, что способствует единству всей команды, возникновению новой производительной силы, синергичного (взаемопосилющего) эффекта от их взаимодействия. Во многих фирмах и компаниях на Западе практикуют испытательный срок, на протяжении которого оценивают профессиональные и личностные качества работника, в частности его коммуникативность. После этого по большей части используют контрактную систему, практикуют рациональное сочетание индивидуальной и коллективных форм заработной платы, прежде всего участие в прибылях. Важно умело дополнять материальную мотивацию к труду моральными стимулами.

4. Предпринимательские тайны. Открытая информация и секрет фирмы. Защита секретов фирмы

Коммерческой тайной является деловая информация, имеющая фактическую или потенциальную ценность для предприятия по коммерческим причинам.

Коммерческой тайной могут быть следующие сведения:

В сфере производства:

- структура кадров;
- характер производства;
- сведения о производственных возможностях предприятия;
- данные о резервах сырья и планируемых закупках;

- сведения о применяемых и перспективных технологиях;
- планы развития предприятия.

В области реализации продукции:

- оригинальные методы изучения рынка сбыта;
- результаты маркетинговых исследований;
- рыночная стратегия;
- сведения о времени выхода на рынок товаров;
- поставщики и потребители;
- сведения о методике расчетов цен.

При проведении переговоров:

- сведения о получаемых и прорабатываемых заказах и предложениях;
- сведения о фактах подготовки и ведения переговоров;
- сведения о лицах, ведущих переговоры, руководстве предприятия, их характеристика.

Коммерческую тайну предприятия не могут составлять:

- учредительные документы (решение о создании предприятия или договор учредителей) и Устав;
- документы, дающие право заниматься предпринимательской деятельностью (регистрационные удостоверения, лицензии, патенты);
- сведения по установленным формам отчетности о финансово-хозяйственной деятельности и иные сведения, необходимые для проверки правильности исчисления и уплаты налогов и вторых обязательных платежей в государственную бюджетную систему;
- документы о платежеспособности;
- сведения о численности, составе работающих, их заработной плате и условиях труда, а также о наличии свободных рабочих мест; документы об уплате налогов и обязательных платежах;
- сведения о загрязнении окружающей среды, нарушении антимонопольного законодательства, несоблюдении безопасных условий труда, реализации продукции, причиняющей вред здоровью населения, а также вторых нарушениях законодательства и размерах причиненного при этом ущерба;
- сведения об участии должностных лиц предприятия в кооперативах, малых предприятиях, товариществах, акционерных обществах, объединениях и вторых организациях, занимающихся предпринимательской деятельностью.

Каналы утечки информации.

Внешний канал — непосредственная деятельность недобросовестных конкурентов или преступных элементов.

Их действия могут быть направлены на:

- получение информации с помощью подслушивающих устройств;
- похищение или снятие копий с документов и вторых носителей информации, содержащих коммерческую тайну;
- получение информации в процессе прохождения ее через коммуникационные сети;
- уничтожение информации или повреждение ее носителей;
- подкуп, шантаж сотрудников предприятия с целью получения информации, составляющей коммерческую тайну;
- переманивание ведущих специалистов на конкурирующие предприятия.

Внутренний канал связан с непорядочностью отдельных сотрудников предприятия, неудовлетворенных заработной платой или отношением с руководством, а также с внедрением в штат предприятия людей, работающих на конкурентов

Методы защиты коммерческой тайны

Для предотвращения утечки коммерческой тайны обычно используются следующие меры:

- правовая защита
- организационные меры
- защита с помощью технических средств.

ПРАВОВАЯ ЗАЩИТА осуществляется закреплением прав и порядка защиты коммерческой тайны в нормативных и уставных документах.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ защиты включают в себя:

- организацию секретного (конфиденциального) делопроизводства. «Гриффы» и порядок функционирования этого делопроизводства определяет руководство предприятия;
- разграничение доступа к информации: каждый сотрудник предприятия должен обладать только теми сведениями, содержащими коммерческую тайну, которые необходимы ему для выполнения своих обязанностей;
- установление такого порядка использования технических средств и помещений, бы который исключал утечку сведений;
- установление порядка работы с посетителями - их учет в специальном журнале, определение помещения для приема посетителей, их сопровождение при посещении основных рабочих помещений;
- установление порядка ведения переговоров с посетителями, который должен преследовать двоякую цель: во-первых, не допустить утечки информации и, во-вторых, получить наиболее полные сведения о намерениях посетителей;

- обучение сотрудников предприятия мерам защиты коммерческой тайны, повышение их ответственности за непреднамеренное разглашение коммерческой тайны.

ЗАЩИТА С ПОМОЩЬЮ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Технические средства защиты могут быть разделены на следующие:

- средства охраны территории предприятия
- средства защиты коммуникаций
- средства защиты компьютерных систем и баз данных от несанкционированного доступа.

Средства охраны территории

Средства защиты коммуникаций.

Основными мерами защиты информации при использовании технических способов являются:

- поиск закладных (подслушивающих или записывающих) устройств;
- обеспечение скрытности передачи информации по телефонно-телеграфным каналам путем их шифрования;
- специальная защита аппаратуры от излучений с помощью защитных блоков;
- использование специальных средств защиты компьютерных систем и баз данных;
- создание искусственных помех перехвата электрических или акустических сигналов.

Меры по защите коммерческой тайны при использовании компьютерных систем и баз :

- скрытое кодирование документов на магнитных носителях;
- криптографирование (шифрование) всего документа или его части на машинных носителях, делающие этот документ недоступным для понимания лицам, не владеющим ключом или кодом для дешифрования.

Другой проблемой является защита передаваемой информации от подделок и искажений.

Для этих целей используется программа под названием «электронная подпись».

Вопросы для контроля:

1. Укажите методы влияния на предпринимателя.
2. Что называют деловой этикой?
3. Каковы элементы мотивации к труду?
4. Что является коммерческой тайной?
5. Какие возможны каналы утечки информации?
6. Укажите меры защиты коммерческой тайной.

Тема 1.4 Функции и правовой статус предпринимателя.

Цель: сформировать знания о функциях и характерных чертах предпринимателя, его правах, обязанностях и ответственности, развивать логическое мышление, воспитывать экономическую культуру.

План

1. Предприниматель - ключевая фигура рыночной экономики.
2. Права, обязанности и ответственность предпринимателя

Литература:

1. Закон України „Про підприємництво”
2. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
3. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

Необходимой предпосылкой начала и осуществления предпринимательской деятельности есть наличие предпринимателей, т.е. лиц, которые самостоятельно принимают хозяйственные и другие решения с целью достижения определенного предпринимательского успеха. Кто такой предприниматель? Какие функции он выполняет? Какие наиболее важные деловые качества предпринимателя? Какие права, обязанности и ответственность субъектов предпринимательской деятельности? Об этом вы узнаете в данной теме.

1. Предприниматель - ключевая фигура рыночной экономики

Успех в предпринимательстве базируется на способности предпринимателя принимать правильные (обоснованные) решения. Предприниматель является определяющей личностью в предпринимательстве, ключевой (центральной) фигурой в рыночной экономике. Любой предприниматель работает как деловой человек, но не любого делового человека можно назвать предпринимателем. Кто же такой предприниматель? Чем он отличается от других субъектов хозяйственной деятельности?

Предпринимателем принято считать делового человека, который придумывает что-то новое или улучшает что-то уже существующее и реализует это в практической деятельности. Содержание самостоятельного принятия инновационного решения предпринимателем сводится к организации производства и снабжению на рынок товаров и услуг по

определенной выгодой для себя цене. Таким образом, мы можем дать определение понятия предприниматель.

Предприниматель — это человек, который осуществляет самостоятельную, систематическую, инициативную, рискованную деятельность, направленную на производство товаров и предоставление услуг с целью получения прибыли или личного дохода и предусматривает осуществление нововведений. Итак, предприниматель - это субъект, который объединяет в себе коммерческие, организаторские и новаторские способности для поиска и развития новых видов, методов производства, новых благ и их новых качеств, новых сфер применения капитала. Именно инициатива, самостоятельность, творчество и динамизм, позволяют энергичным людям, которыми и есть предприниматели, превращать интересные идеи в реальность. Успех предпринимательской деятельности во многом зависит от способностей и таланта человека. Это собственно и делает предпринимателя центральной фигурой рыночной экономики в целом.

Понятие "предприниматель" часто употребляют как синоним таких понятий, как "хозяин", "владелец", "новатор", "бизнесмен". Человека, который организовал свое дело и ведет его, называют именно одним из этих понятий. Но возникает вопрос: можно ли назвать предпринимателем субъекта, который имеет свою мастерскую или ферму, где производится определенная продукция, реализация которой дает ему возможность лишь существовать? Конечно же, нет. Предпринимателя от других субъектов хозяйствования отличают специфические функции, которые он выполняет (должен выполнять) и определяющие (характерные) деловые качества его личности.

Какие же основные функции выполняет предприниматель? Он выполняет четыре функции, присущие именно этому виду деятельности: ресурсную, управленческую, инновационную, рискованную (рис.1).



Рис. 3.1. Основні функції підприємця

Ресурсная функция состоит в том, что предприниматель берет на себя инициативу объединения финансовых, производственных, материальных, сырьевых, человеческих, информационных, интеллектуальных и других ресурсов в процессе производства товара или предоставлении услуги, организывает производство, распределяет средства производства и трудовую деятельность.

Управленческая функция предпринимателя состоит в принятии управленческих решений на всех стадиях производственной и сбытовой деятельности, осуществлении организации, планирования, мотивации и контроля производства.

Инновационная функция предусматривает осуществление инноваций (нововведений), освоение новой продукции, новых технологий и новых форм организации производства и труда, поиск новых рынков сбыта, новых средств удовлетворения нужд потребителя, переход от традиционных к новым формам хозяйствования, которые не имеют аналогов в хозяйственной деятельности.

Рискованная функция заключается в необходимости принятия решений, которые направлены на достижение успеха, но не гарантируют его через неопределенность и изменчивость экономической ситуации. Предприниматель рискует не только своей собственностью, вложенными средствами, а и своей работой, временами, деловой репутацией.

Функции предпринимателя являются основанием для выделения предпринимательской деятельности в самостоятельный фактор производства. Вот почему мы утверждаем, что существует четыре фактора производства: земля, работа, капитал и способность к предпринимательской деятельности. Каждый фактор производства получает вознаграждение. Так, земля - земельную ренту, работа - заработную плату, капитал - процент, а предприниматель за способность к предпринимательству - предпринимательский доход.

Предпринимательский доход состоит из двух частей: нормальной (обычной) прибыли и экономической прибыли (сверхприбыли). Нормальная (обычная) прибыль - это возмещение предпринимателю за его работу по организации ресурсов и управлению производством, что связано с ресурсной и управленческой функциями. Он определяется как разность между выручкой от реализации продукции и расходами на ее производство. Экономическая прибыль (сверхприбыль) - это специфическая часть предпринимательского дохода, получение которой связано с функциями риска и особенно инновациями. Это - вознаграждение за инновационно-предпринимательскую деятельность (рис. 2).

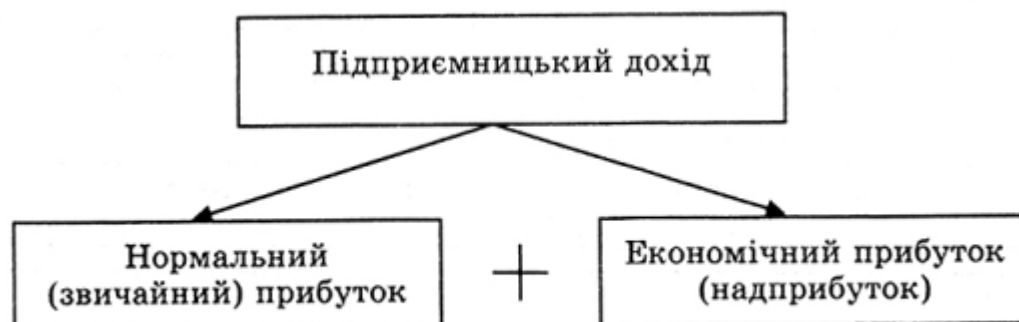


Рис. 3.2. Складові підприємницького доходу

Характер підприємницької діяльності пред'являє певні вимоги до особистості підприємця. Тому підприємець повинен мати не тільки бажання або схильності до підприємництва, а й певні ділові якості та риси характеру. За даними п'ятирічного проекту виявлення "профілю підприємця", організованого американською фірмою "Мак-Беренд Компані", виділено 21 найважливішу рису "оптимального типу підприємця". Найбільш важливі серед них:

- організаційно-господарське новаторство;
- готовність і здатність до ризику;
- пошук нових можливостей і ініціативність;
- орієнтація на ефективність і якість продукції та обслуговування;
- майнова відповідальність і цілеспрямованість;
- висока інформованість і постійне спостереження;
- здатність до "жертв" в інтересах фірми;
- чіткість, планованість у роботі;
- здатність переконувати людей, комунікабельність, чесність, надійність і т.п. (рис. 3).



Рис. 3.3. Найважливіші характерні риси підприємця

Итак, некоторые характерные важные особенности предпринимателя являются результатом обучения и опыта, а другие - продуктом развития естественных данных человека. Конечно, перечень положительных деловых качеств предпринимателя можно было бы продолжить, но и указанного выше довольно для итога: предпринимателем не рождаются - предпринимателем становятся. Поэтому предпринимателем должен быть человек не только с ярко выраженными чертами лидера, со способностью влиять на других людей, а и профессионально подготовленным. А для этого надо учиться основам предпринимательства и постоянно обогащаться практическим опытом. Именно такие люди достигают предпринимательского успеха.

2. Права, обязанности и ответственность предпринимателя

К предпринимательской деятельности предъявляются многогранные экономические, социальные, правовые и даже политические требования. Предприниматель должен успешно вести дела на своей фирме, т.е. его назначение - наполнять рынок новыми товарами и услугами, по возможности с низкими ценами. Это требует от него осуществление новаторского подхода.

Поэтому деятельность предпринимателей должна быть эффективной и полезной.

Во-первых, предприниматель лично заинтересован в своем деле, поэтому он использует свои знания для расширения масштабов собственного бизнеса и благодаря этому имеет больше шансов достичь успехов. **Во-вторых**, предприниматель может быстрее и с меньшими усилиями удовлетворять общественные нужды и рыночный спрос, поскольку всегда старается угадать этот спрос еще на стадии формирования и благодаря этому получить определенную выгоду раньше, чем его конкуренты. **В-третьих**, деятельность предпринимателя содействует тому, что удовлетворение рыночного спроса происходит с меньшими расходами для общества. Итак, предприниматель выполняет важную общественную функцию, его деятельность необходима любому обществу.

Большой вес в этой связи приобретает четкое определение правового статуса предпринимателя, т.е. его прав, обязанностей и ответственности, особенно определения правового статуса предпринимателя в условиях формирования предпринимательского сектора. В частности, это, прежде всего, касается Украины, где предпринимательство делает, лишь первые шаги и нынешние украинские предприниматели еще не достигли мирового уровня. Более того, предпринимательством часто называют деятельность, далекую от предпринимательства, такую, что связана с мошенничеством, противозаконными действиями и т.п.. Все это нуждается в разработке законодательных актов, в которых были бы определены права, обязанности и ответственность предпринимателей.

Сегодня в Украине с целью обеспечения свободы развития предпринимательства, установления правовых гарантий его

функционирования определены определенные права, обязанности и ответственность субъектов предпринимательской деятельности.

Рассмотрим более детально правовой статус предпринимателя, т.е. его права, обязанности и ответственность.

Права предпринимателя. Право - это нормативная форма выражения принципа формального равенства хозяйствующих субъектов в экономических отношениях, это система установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (норм) поведения. С целью реализации хозяйственной инициативы предприниматель имеет право:

- создавать для осуществления предпринимательской деятельности любые виды предпринимательства;
- покупать полностью или частично имущество и приобретать имущественное право;
- самостоятельно формировать хозяйственную деятельность, выбирать поставщиков и потребителей, устанавливать цены и тарифы, свободно распоряжаться прибылью;
- заключать с гражданами трудовые договоры относительно использования их труда (контракты, соглашения);
- самостоятельно определять формы, системы и размеры оплаты труда и другие виды доходов лиц, которые работают по найму;
- получать любой неограниченный по размерам личный доход;
- принимать участие во внешнеэкономических отношениях, осуществлять валютные операции;
- пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования.

Обязанности предпринимателей. Обязанности - это правовые нормы (правила), что подлежат обязательному выполнению. Основные обязанности предпринимателей состоят в том, чтобы:

- заключать трудовые договоры (контракты, соглашения) с гражданами, которые принимаются на работу по найму;
- осуществлять оплату труда лиц, которые работают по найму, на уровне, не ниже минимального размера, установленного законодательством;
- обеспечить соответствующие условия и охрану труда, а также другие социальные гарантии;
- придерживаться прав с целью реализации законных интересов потребителей, обеспечивая надежное качество произведенных товаров (услуг);
- получать лицензию на деятельность в сферах, которые подлежат лицензированию соответственно действующему законодательству.

Ответственность предпринимателя. Ответственность - это правовое и этическое отношение предпринимателей к обществу (к хозяйствующим субъектам, к потребителям и т.п.), которое характеризуется выполнением правовых норм (правил). Ответственность предпринимателя сводится к тому, что он отвечает:

- по обязательствам, связанных с этой деятельностью, всем своим имуществом, за исключением того, на что соответственно законодательным актам не может быть наложено взыскание;

- за охрану окружающей среды;

- за соблюдение мероприятий по технике безопасности, охраны труда, производственной гигиены и санитарии;

- за причиненный вред и убытки.

Субъект предпринимательской деятельности может быть признан судом или арбитражем банкротом, если имущества, которое ему принадлежит, не хватает для покрытия задолженности и нет перспектив для финансового оздоровления предприятия. Наемному работнику, который утратил работоспособность, предприниматель обеспечивает возмещение расходов в случаях и в порядке, предусмотренных законодательством.

Как видим, предпринимательство направлено на эффективное ведение хозяйства, оказывает содействие проявлению и развитию личности человека, ее способностей и нужд, предусматривает персональную экономическую и административную ответственность предпринимателя. Оно несовместимо с потерями, некомпетентностью, кражами. В предпринимательской деятельности в полной мере используются коммерческий талант человека, его честолюбие.

Особое место в цивилизованном предпринимательстве в партнерских отношениях занимают честность и порядочность.

Поэтому является очевидным, что не следует заниматься предпринимательской деятельностью человеку, который не склонен к добросовестной работе, игнорирует свои права, не исполняет соответствующие обязательства, не несет никакой персональной ответственности, не ощущает необходимость постоянно учиться и пополнять свои знания, не имеет личного влечения к творческой работе и инициированию новых идей и проектов, не способный к самопожертвованию ради своего бизнеса. Настоящий и ощутимый предпринимательский успех не придет к человеку, который не верит в себя, свою предпринимательскую идею, относится с подозрением к людям и не способен на уважение, партнерство и дружбу, не затрудняет себя взвешенной аналитической деятельностью, не воспринимает чужих мыслей и предложений.

Это еще раз подтверждает объективную необходимость выдвижения чрезвычайно больших требований к фигуре предпринимателя, который в свою очередь обуславливает высокую профессиональную и морально-этическую подготовку людей, намеренных заниматься предпринимательской деятельностью. А с другой стороны, это возможно лишь при условиях активного содействия государства подготовке предпринимательских кадров, обучению будущих предпринимателей, информированности их по вопросам предпринимательства, что, соответственно, требует открытия специальных учебных заведений, организации информационных центров, бизнес-инкубаторов. Подготовка и повышение квалификации предпринимательских кадров приобретают особое значение на этапе активного реформирования

экономики Украины на рыночных началах. Именно высококвалифицированный, экономически и юридически подготовленный будущий предприниматель должен стать ключевой фигурой (фигурой) рыночной экономики.

Для вхождения в мир предпринимательства предпринимателям-начинающим необходимы знания, энтузиазм, большое умение и желание найти свое место в сложном мире бизнеса. Большое значение в этом имеет знание таких основных заповедей предпринимателя.

1. Постоянно генерируйте идеи.
2. Умейте обогащать собственность.
3. Не бойтесь конкуренции.
4. Работайте на потребителя, его требования.
5. Не бойтесь уменьшить цену, бойтесь ее увеличить.
6. Создайте команду на доверии.
7. Составьте бизнес-план.
8. Рекламируйте не столько товар, сколько имидж своей фирмы.
9. Не бойтесь брать кредиты (если их дают).
10. "Не держите все яйца в одной корзине" (осуществляйте диверсификацию производства).
11. Будьте доброжелательны.
12. Бесперывно учитесь и создавайте.
13. Помните, самый главный ваш капитал - это вы сами.

Итоги темы

1. Предприниматель - это человек, который осуществляет самостоятельную, систематическую, инициативную, рискованную деятельность, которая направлена на производство товаров или предоставление услуг с целью получения прибыли или личного дохода и предусматривает осуществление нововведений.

2. Деятельность предпринимателя состоит в выполнении им определенных ролей: хозяина, владельца, новатора.

3. Предприниматель выполняет основные функции: ресурсную, управленческую, инновационную, рисковую.

4. Функции предпринимателя являются основанием для выделения предпринимательской деятельности в самостоятельный фактор производства - способность к предпринимательству.

5. Доход, который получает предприниматель, имеет название предпринимательского дохода, который делится на нормальную (обычную) прибыль и экономическую прибыль (сверхприбыль).

6. Предприниматель должен иметь не только желание или наклонности к предпринимательству, а и определенные деловые качества и характерные особенности.

7. В условиях формирования предпринимательских структур особенно большое значение приобретает четкое определение правового статуса предпринимателя, т.е. его прав, обязанностей и ответственности.

8. К предпринимателю как ключевой фигуре рыночной экономики предъявляются большие требования, что обуславливает высокую профессиональную, экономическую и юридическую подготовку предпринимателей.

Термины и понятия для словаря

Бизнесмен Хозяин

Ответственность предпринимателя Экономическая прибыль (сверхприбыль)

Владелец

Новатор Предпринимательский доход

Нормальная (обычная) прибыль

Права предпринимателя

Правовой статус предпринимателя

Обязанности предпринимателя Функции предпринимателя

Предприниматель Характерные особенности предпринимателя

Вопрос для самоконтроля

1. Кто такой предприниматель?
2. Почему предприниматель является ключевой фигурой (фигурой) рыночной экономики?
3. Какое содержание основных функций предпринимателя?
4. Что такое предпринимательский доход? Из каких частей он составляется?
5. В чем экономическое содержание нормальной (обычной) прибыли?
6. Какова сущность экономической прибыли (сверхприбыли)?
7. Какие важнейшие характерные особенности присущи современному предпринимателю?
8. Что такое правовой статус предпринимателя?
9. В чем заключаются права, обязанности и ответственность предпринимателя?
10. Какие условия необходимо создавать для формирования новой генерации предпринимателей?
11. В чем заключаются творческие основы в деятельности предпринимателя?
12. Какое место принадлежит государству в подготовке предпринимательских кадров?
13. Какие вы знаете главные заповеди предпринимателя?

Практические задачи

1. В чем заключается сущность предпринимателя? Приведите примеры случаев, когда интересы предпринимателей противоречат интересам общества. Каким образом можно решить это разногласие?

2. Постройте схему, на которой определите общие и особые (специфические) черты понятий "предприниматель", "владелец", "хозяин", "новатор".

3. Как функции предпринимательства объединены с основными функциями предпринимателя? Постройте схему взаимосвязи между функциями предпринимательства и функциями предпринимателя.

4. Фирма функционирует в машиностроительной промышленности. Наибольшая часть ее расходов идет на приобретение и содержание оборудования и зданий. Вторая фирма функционирует как юридическая, профиль которой определяют высококвалифицированные и высокооплачиваемые специалисты. Третья фирма только начинает свою деятельность и ищет собственное место на рынке. Какие факторы увеличения предпринимательского дохода имеют на ваш взгляд, первоочередное значение для каждой из этих фирм?

5. Что есть общего и отличного у понятий: "нормальная (обычная) прибыль" и "экономическая прибыль (сверхприбыль)"?

6. Определите наиболее важные деловые качества (характерные особенности), особенности цивилизованного предпринимателя. Которые из указанных характерных особенностей отвечают современному украинскому предпринимателю? В чем заключаются основные препятствия для формирования деловых качеств личности украинского предпринимателя? Приведите конкретные примеры.

7. Постройте схему прав, обязанностей и ответственности предпринимателя. Определите на конкретных примерах, как именно выполняются права, обязанности и ответственность предпринимателей. Какие основные причины такого состояния?

Темы рефератов

1. Предприниматель — центральная фигура рыночной экономики

2. Социально-психологический портрет современного отечественного предпринимателя

3. Генерирование идей - определяющая черта предпринимателя

4. Состояние и проблемы реализации правового статуса предпринимателя

5. Формирование новой генерации предпринимателей — дело государственное

Ключ к тестам:

1.3; 2.1, 2.4, 2.6; 3.3, 3.4; 4.2; 4.4, 4.6; 5.2; 6.2, 6.4; 7.1; 8.3; 9.1, 9.4; 10.2, 10.4.

Ключ к тестам по вариантам:

В I: 1.3; 2.1, 2.4, 2.6; 3.3, 3.4; 4.2; 4.4, 4.6; 5.2;

В II: 1.2, 1.4; 2.1; 3.3; 4.1, 4.4; 5.2, 5.4.

В III: 1.1, 1.4; 2.2, 2.4; 3.3; 4.2, 4.4; 5.1.

В IV: 1.2; 2.2, 2.4, 2.6; 3.3; 4.1, 4.4; 5.3.

Тесты

1. *Какое определение наиболее полно раскрывает сущность предпринимателя?*

- 1.1. Хозяин.
- 1.2. Владелец.
- 1.3. Центральная фигура рыночной экономики.
- 1.4. Деловой человек.

2. *Какие основные функции выполняет предприниматель?*

- 2.1. Ресурсную.
- 2.2. Мотивационную.
- 2.3. Управленческую.
- 2.4. Инновационную.
- 2.5. Регулирующую.
- 2.6. Рисковую.

3. *Из каких частей составляется предпринимательский доход?*

- 3.1. Прибыль.
- 3.2. Балансовая прибыль.
- 3.3. Нормальная (обычная) прибыль.
- 3.4. Экономическая прибыль (сверхприбыль).
- 3.5. Торговая прибыль.

4. *Что включает в себя правовой статус предпринимателя?*

- 4.1. Его характерные особенности.
- 4.2. Его права.
- 4.3. Его роль и значение в рыночной экономике.
- 4.4. Его обязанности.
- 4.5. Его функции.
- 4.6. Его ответственность.

5. *Что такое права предпринимателя?*

- 5.1. Правовые нормы (правила), подлежащие выполнению.
- 5.2. Система установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (норм) поведения.
- 5.3. Правовые и этические отношения предпринимателей к обществу, которые характеризуются выполнением своих правовых норм (правил).

6. Какую функцию выполнил предприниматель, решая вопрос о введении новой формы оплаты труда?

- 6.1. Ресурсную.
- 6.2. Инновационную.
- 6.3. Управленческую.
- 6.4. Рискованную.

7. Какую функцию выполнил предприниматель, беря кредит в банке?

- 7.1. Ресурсную.
- 7.2. Инновационную.
- 7.3. Управленческую.
- 7.4. Рискованную.

8. Какую функцию выполнил предприниматель, принимая решение о наказании виновных в срыве производственного процесса?

- 8.1. Ресурсную.
- 8.2. Инновационную.
- 8.3. Управленческую.
- 8.4. Рискованную.

9. Предприниматель принял решение о заключении договора на поставку оборудования фирме, сведения о которой, не смог получить. Какую функцию он выполнил?

- 9.1. Ресурсную.
- 9.2. Инновационную.
- 9.3. Управленческую.
- 9.4. Рискованную.

10. Предприниматель принял решение о выпуске нового товара. Какую функцию он выполнил?

- 10.1. Ресурсную.
- 10.2. Инновационную.
- 10.3. Управленческую.
- 10.4. Рискованную.

Вариант I

1. Какое определение наиболее полно раскрывает сущность предпринимателя?

- 1.1. Хозяин.
- 1.2. Владелец.
- 1.3. Центральная фигура рыночной экономики.
- 1.5. Деловой человек.

2. *Какие основные функции выполняет предприниматель?*

- 2.1. Ресурсную.
- 2.2. Мотивационную.
- 2.3. Управленческую.
- 2.4. Инновационную.
- 2.5. Регулирующую.
- 2.6. Рисковую.

3. *Из каких частей составляется предпринимательский доход?*

- 3.1. Прибыль.
- 3.2. Балансовая прибыль.
- 3.3. Нормальная (обычная) прибыль.
- 3.4. Экономическая прибыль (сверхприбыль).
- 3.5. Торговая прибыль.

4. *Что включает в себя правовой статус предпринимателя?*

- 4.1. Его характерные особенности.
- 4.2. Его права.
- 4.3. Его роль и значение в рыночной экономике.
- 4.4. Его обязанности.
- 4.5. Его функции.
- 4.6. Его ответственность.

5. *Что такое права предпринимателя?*

- 5.1. Правовые нормы (правила), подлежащие выполнению.
- 5.2. Система установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (норм) поведения.
- 5.3. Правовые и этические отношения предпринимателей к обществу, которые характеризуются выполнением своих правовых норм (правил).

Вариант II

1. *Какую функцию выполнил предприниматель, решая вопрос о введении новой формы оплаты труда?*

- 1.1. Ресурсную.
- 1.2. Инновационную.
- 1.3. Управленческую.
- 1.4. Рискованную.

2. *Какую функцию выполнил предприниматель, беря кредит в банке?*

- 2.1. Ресурсную.
- 2.2. Инновационную.
- 2.3. Управленческую.
- 2.4. Рискованную.

3. *Какую функцию выполнил предприниматель, принимая решение о наказании виновных в срыве производственного процесса?*

- 3.1. Ресурсную.
- 3.2. Инновационную.
- 3.3. Управленческую.
- 3.4. Рискованную.

4. *Предприниматель принял решение о заключении договора на поставку оборудования фирме, сведения о которой, не смог получить. Какую функцию он выполнил?*

- 3.1. Ресурсную.
- 3.2. Инновационную.
- 3.3. Управленческую.
- 3.4. Рискованную.

5. *Предприниматель принял решение о выпуске нового товара. Какую функцию он выполнил?*

- 5.1. Ресурсную.
- 5.2. Инновационную.
- 5.3. Управленческую.
- 5.4. Рискованную.

Вариант III

1. *Из каких частей составляется предпринимательский доход?*

- 1.1. Прибыль.
- 1.2. Балансовая прибыль.
- 1.3. Нормальная (обычная) прибыль.
- 1.4. Экономическая прибыль (сверхприбыль).
- 1.5. Торговая прибыль.

2. *Какую функцию выполнил предприниматель, решая вопрос о введении новой формы оплаты труда?*

- 2.1. Ресурсную.
- 2.2. Инновационную.
- 2.3. Управленческую.
- 2.4. Рискованную.

3. *Какую функцию выполнил предприниматель, принимая решение о наказании виновных в срыве производственного процесса?*

- 3.1. Ресурсную.
- 3.2. Инновационную.
- 3.3. Управленческую.
- 3.4. Рискованную.

4. *Предприниматель принял решение о выпуске нового товара. Какую функцию он выполнил?*

- 4.1. Ресурсную.
- 4.2. Инновационную.
- 4.3. Управленческую.
- 4.4. Рискованную.

5. *Какую функцию выполнил предприниматель, беря кредит в банке?*

- 5.1. Ресурсную.
- 5.2. Инновационную.
- 5.3. Управленческую.
- 5.4. Рискованную.

Вариант IV

1. *Что такое права предпринимателя?*

- 1.1. Правовые нормы (правила), подлежащие выполнению.
- 1.2. Система установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (норм) поведения.
- 1.3. Правовые и этические отношения предпринимателей к обществу, которые характеризуются выполнением своих правовых норм (правил).

2. *Что включает в себя правовой статус предпринимателя?*

- 2.1. Его характерные особенности.
- 2.2. Его права.
- 2.3. Его роль и значение в рыночной экономике.
- 2.4. Его обязанности.
- 2.5. Его функции.
- 2.6. Его ответственность.

3. *Какое определение наиболее полно раскрывает сущность предпринимателя?*

- 3.1. Хозяин.
- 3.2. Владелец.
- 3.3. Центральная фигура рыночной экономики.
- 3.4. Деловой человек.

4. *Предприниматель принял решение о заключении договора на поставку оборудования фирме, сведения о которой, не смог получить. Какую функцию он выполнил?*

- 4.1. Ресурсную.
- 4.2. Инновационную.
- 4.3. Управленческую.

4.4. Рискованную.

5. *Какую функцию выполнил предприниматель, принимая решение о наказании виновных в срыве производственного процесса?*

5.1. Ресурсную.

5.2. Инновационную.

5.3. Управленческую.

5.4. Рискованную.

Варианты контрольной работы: 30 минут

І вариант

1. *Кто такой предприниматель?*
2. *Какое содержание основных функций предпринимателя?*
3. *Какое определение наиболее полно раскрывает сущность предпринимателя?*
 - 1.1. Хозяин.
 - 1.2. Владелец.
 - 1.3. Центральная фигура рыночной экономики.
 - 1.4. Деловой человек.
4. *Какие основные функции выполняет предприниматель?*
 - 2.1. Ресурсную.
 - 2.2. Мотивационную.
 - 2.3. Управленческую.
 - 2.4. Инновационную.
 - 2.5. Регулирующую.
 - 2.6. Рисковую.
5. *Из каких частей составляется предпринимательский доход?*
 - 3.1. Прибыль.
 - 3.2. Балансовая прибыль.
 - 3.3. Нормальная (обычная) прибыль.
 - 3.4. Экономическая прибыль (сверхприбыль).
 - 3.5. Торговая прибыль.

ІІ вариант

1. *Какие важнейшие характерные особенности присущи современному предпринимателю?*
2. *Что такое правовой статус предпринимателя?*
3. *Из каких частей составляется предпринимательский доход?*
 - 3.1. Прибыль.
 - 3.2. Балансовая прибыль.
 - 3.3. Нормальная (обычная) прибыль.
 - 3.4. Экономическая прибыль (сверхприбыль).
 - 3.5. Торговая прибыль.
4. *Что включает в себя правовой статус предпринимателя?*
 - 4.1. Его характерные особенности.
 - 4.2. Его права.
 - 4.3. Его роль и значение в рыночной экономике.
 - 4.4. Его обязанности.
 - 4.5. Его функции.
 - 4.6. Его ответственность.
5. *Что такое права предпринимателя?*
 - 5.1. Правовые нормы (правила), подлежащие выполнению.

5.2. Система установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (норм) поведения.

5.3. Правовые и этические отношения предпринимателей к обществу, **которые** характеризую

Презентация

Тема 1.5 Функции и правовой статус предпринимателя.

План

1. Предприниматель - ключевая фигура рыночной экономики.
2. Права, обязанности и ответственность предпринимателя

Предприниматель - ключевая фигура рыночной экономики Успех

Предприниматель — это человек, который осуществляет самостоятельную, систематическую, инициативную, рискованную деятельность, направленную на производство товаров и предоставление услуг с целью получения прибыли или личного дохода и предусматривает осуществление нововведений

Вопрос: можно ли назвать предпринимателем субъекта, который имеет свою мастерскую или ферму, где производится определенная продукция, реализация которой дает ему возможность лишь существовать?

Основные функции предпринимателя: ресурсную, управленческую, инновационную, рискованную



Рис. 3.1. Основні функції підприємця

Ресурсная функция состоит в том, что предприниматель берет на себя инициативу объединения финансовых, производственных, материальных, сырьевых, человеческих, информационных, интеллектуальных и других ресурсов в процессе производства товара или предоставлении услуги, организует производство, распределяет средства производства и трудовую деятельность.

Управленческая функция предпринимателя состоит в принятии управленческих решений на всех стадиях производственной и сбытовой деятельности, осуществлении организации, планирования, мотивации и контроля производства.

Инновационная функция предусматривает осуществление инноваций (нововведений), освоение новой продукции, новых технологий и новых форм организации производства и труда, поиск новых рынков сбыта, новых средств удовлетворения нужд потребителя, переход от традиционных к новым формам хозяйствования, которые не имеют аналогов в хозяйственной деятельности.

Рискованная функция заключается в необходимости принятия решений, которые направлены на достижение успеха, но не гарантируют его через неопределенность и изменчивость экономической ситуации.

Предпринимательский доход состоит из двух частей: нормальной (обычной) прибыли и экономической прибыли (сверхприбыли).

Нормальная (обычная) прибыль - это возмещение предпринимателю за его работу по организации ресурсов и управлению производством, что связано с ресурсной и управленческой функциями

Экономическая прибыль (сверхприбыль) - это специфическая часть предпринимательского дохода, получение которой связано с функциями риска и особенно инновациями.

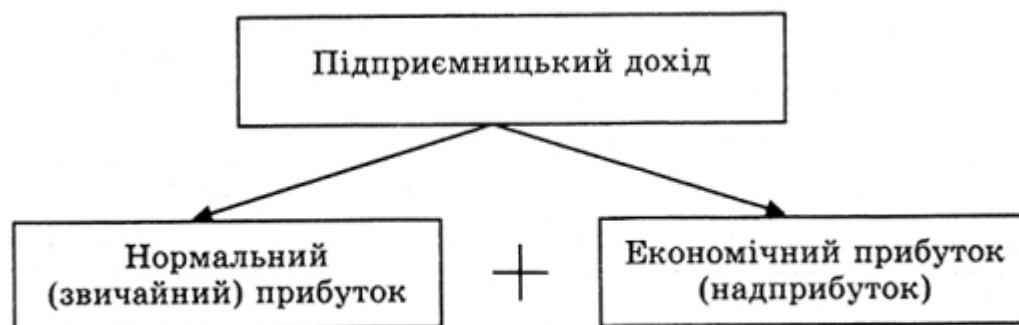


Рис. 3.2. Складові підприємницького доходу

Важнейшие черты "оптимального типа предпринимателя", выявленные американской фирмой "Мак-Бернд Компани":

- організаційно-господарське новаторство;
- готовность и способность к риску;
- поиск новых возможностей и инициативность;
- ориентация на эффективность и качество продукции и обслуживания;
- имущественная ответственность и целеустремленность;
- высокая информированность и постоянное наблюдение;
- способность к "жертвам" в интересах фирмы;
- четкость, планомерность в работе;
- способность убеждать людей, коммуникабельность, честность, надежность



Рис. 3.3. Найважливіші характерні риси підприємця

Права, обов'язки і відповідальність підприємця

Сьогодні в Україні з метою забезпечення свободи розвитку підприємництва, встановлення правових гарантій його функціонування визначені певні права, обов'язки і відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності.

Розглянемо більш детально правовий статус підприємця, т.е. його права, обов'язки і відповідальність.

Права предпринимателя. Право - это нормативная форма выражения принципа формального равенства хозяйствующих субъектов в экономических отношениях, это система установленных или санкционированных государством общеобязательных правил (норм) поведения.

С целью реализации хозяйственной инициативы предприниматель имеет право:

- создавать для осуществления предпринимательской деятельности любые виды предпринимательства;
- покупать полностью или частично имущество и приобретать имущественное право;
- самостоятельно формировать хозяйственную деятельность, выбирать поставщиков и потребителей, устанавливать цены и тарифы, свободно распоряжаться прибылью;
- заключать с гражданами трудовые договоры относительно использования их труда (контракты, соглашения);
- самостоятельно определять формы, системы и размеры оплаты труда и другие виды доходов лиц, которые работают по найму;
- получать любой неограниченный по размерам личный доход;
- принимать участие во внешнеэкономических отношениях, осуществлять валютные операции;
- пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования.

Обязанности предпринимателей. Обязанности - это правовые нормы (правила), что подлежат обязательному выполнению. Основные обязанности предпринимателей состоят в том, чтобы:

- заключать трудовые договоры (контракты, соглашения) с гражданами, которые принимаются на работу по найму;
- осуществлять оплату труда лиц, которые работают по найму, на уровне, не ниже минимального размера, установленного законодательством;
- обеспечить соответствующие условия и охрану труда, а также другие социальные гарантии;
- придерживаться прав с целью реализации законных интересов потребителей, обеспечивая надежное качество произведенных товаров (услуг);
- получать лицензию на деятельность в сферах, которые подлежат лицензированию соответственно действующему законодательству.

Ответственность предпринимателя. Ответственность - это правовое и этическое отношение предпринимателей к обществу (к хозяйствующим субъектам, к потребителям и т.п.), которое характеризуется выполнением правовых норм (правил).

Ответственность предпринимателя сводится к тому, что он отвечает:

- по обязательствам, связанных с этой деятельностью, всем своим имуществом, за исключением того, на что соответственно законодательным актам не может быть наложено взыскание;
- за охрану окружающей среды;
- за соблюдение мероприятий по технике безопасности, охраны труда, производственной гигиены и санитарии;
- за причиненный вред и убытки.

Основные заповеди предпринимателя.

1. Постоянно генерируйте идеи.
2. Умейте обогащать собственность.
3. Не бойтесь конкуренции.
4. Работайте на потребителя, его требования.
5. Не бойтесь уменьшить цену, бойтесь ее увеличить.
6. Создайте команду на доверии.
7. Составьте бизнес-план.
8. Рекламируйте не столько товар, сколько имидж своей фирмы.
9. Не бойтесь брать кредиты (если их дают).
10. "Не держите все яйца в одной корзине" (осуществляйте диверсификацию производства).
11. Будьте доброжелательны.
12. Бесперывно учитесь и создавайте.
13. Помните, самый главный ваш капитал - это вы сами.

Итоги темы

1. Предприниматель - это человек, который осуществляет самостоятельную, систематическую, инициативную, рискованную деятельность, которая направлена на производство товаров или предоставление услуг с целью получения прибыли или личного дохода и предусматривает осуществление нововведений.

2. Деятельность предпринимателя состоит в выполнении им определенных ролей: хозяина, владельца, новатора.

3. Предприниматель выполняет основные функции: ресурсную, управленческую, инновационную, рисковую.

4. Функции предпринимателя являются основанием для выделения предпринимательской деятельности в самостоятельный фактор производства - способность к предпринимательству.

5. Доход, который получает предприниматель, имеет название предпринимательского дохода, который делится на нормальную (обычную) прибыль и экономическую прибыль (сверхприбыль).

6. Предприниматель должен иметь не только желание или наклонности к предпринимательству, а и определенные деловые качества и характерные особенности.

7. В условиях формирования предпринимательских структур особенно большое значение приобретает четкое определение правового статуса предпринимателя, т.е. его прав, обязанностей и ответственности.

8. К предпринимателю как ключевой фигуре рыночной экономики предъявляются большие требования, что обуславливает высокую профессиональную, экономическую и юридическую подготовку предпринимателей.

Вопрос для самоконтроля

1. Кто такой предприниматель?
2. Почему предприниматель является ключевой фигурой (фигурой) рыночной экономики?
3. Какое содержание основных функций предпринимателя?
4. Что такое предпринимательский доход? Из каких частей он состоит?
5. В чем экономическое содержание нормальной (обычной) прибыли?
6. Какова сущность экономической прибыли (сверхприбыли)?
7. Какие важнейшие характерные особенности присущи современному предпринимателю?
8. Что такое правовой статус предпринимателя?
9. В чем заключаются права, обязанности и ответственность предпринимателя?
10. Какие условия необходимо создавать для формирования новой генерации предпринимателей?
11. В чем заключаются творческие основы в деятельности предпринимателя?
12. Какое место принадлежит государству в подготовке предпринимательских кадров?
13. Какие вы знаете главные заповеди предпринимателя?

Практические задачи

1. В чем заключается сущность предпринимателя? Приведите примеры случаев, когда интересы предпринимателей противоречат интересам общества. Каким образом можно решить это разногласие?
2. Постройте схему, на которой определите общие и особые (специфические) черты понятий "предприниматель", "владелец", "хозяин", "новатор".
3. Как функции предпринимательства объединены с основными функциями предпринимателя? Постройте схему взаимосвязи между функциями предпринимательства и функциями предпринимателя.

4. *Фирма функционирует в машиностроительной промышленности. Наибольшая часть ее расходов идет на приобретение и содержание оборудования и зданий. Вторая фирма функционирует как юридическая, профиль которой определяют высококвалифицированные и высокооплачиваемые специалисты. Третья фирма только начинает свою деятельность и ищет собственное место на рынке. Какие факторы увеличения предпринимательского дохода имеют на ваш взгляд, первоочередное значение для каждой из этих фирм?*

5. *Что есть общего и отличного у понятий: "нормальная (обычная) прибыль" и "экономическая прибыль (сверхприбыль)"?*

6. *Определите наиболее важные деловые качества (характерные особенности), особенности цивилизованного предпринимателя. Которые из указанных характерных особенностей отвечают современному украинскому предпринимателю? В чем заключаются основные препятствия для формирования деловых качеств личности украинского предпринимателя? Приведите конкретные примеры.*

7. *Постройте схему прав, обязанностей и ответственности предпринимателя. Определите на конкретных примерах, как именно выполняются права, обязанности и ответственность предпринимателей. Какие основные причины такого состояния?*

Ключ к тестам:

1.3; 2.1, 2.4, 2.6; 3.3, 3.4; 4.2; 4.4, 4.6; 5.2; 6.2, 6.4; 7.1; 8.3; 9.1, 9.4; 10.2, 10.4.

Ключ к тестам по вариантам:

В I: 1.3; 2.1, 2.4, 2.6; 3.3, 3.4; 4.2; 4.4, 4.6; 5.2;

В II: 1.2, 1.4; 2.1; 3.3; 4.1, 4.4; 5.2, 5.4.

В III: 1.1, 1.4; 2.2, 2.4; 3.3; 4.2, 4.4; 5.1.

В IV: 1.2; 2.2, 2.4, 2.6; 3.3; 4.1, 4.4; 5.3.

Тема 1.5 Правовое регулирование предпринимательства

Цель: определить необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности, сформировать знания о методах и правовой базе развития предпринимательства; определить проблемы правового обеспечения предпринимательства в Украине и направления усовершенствования нормативно - правовой базы его развития, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План.

1. Необходимость государственного регулирования предпринимательства.

2. Основные методы государственного регулирования предпринимательской деятельности.

3. Правовая база развития предпринимательства в Украине.

4. Проблемы правового обеспечения предпринимательства в Украине.

5. Усовершенствование нормативно- правовой базы развития предпринимательства.

Литература : Закон України „Про підприємництво”

Закон України „Про підприємства в Україні”

Закон України „Про власність”

Закон України „Про господарські товариства”

Закон України „ Про банкрутство»

Закон України „ Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності»

1. Необходимость государственного регулирования предпринимательства.

Важным элементом современной экономической системы является оптимальное соединение государственного регулирования экономики с рыночными рычагами саморегулирования.

Предпринимательская деятельность возникла со времени формирования капиталистического способа производства, т. е. с начала 16 ст.

До конца 19 ст. существовала низшая стадия развития капитализма – свободная рыночная экономика, получившая такое название из-за того, что в течение почти четырех столетий осуществлялось преобладающее стихийное саморегулирование экономики при помощи механизма свободной конкуренции стихийного перетекания капитала между отраслями, свободного ценообразования, но без широкомасштабного вмешательства государства в экономику.

Государству в этот период времени отводилась роль «ночного сторожа» - охрана частной собственности, наблюдение за соблюдением правил свободной конкуренции, контроль за общественным порядком, основание государственной почтовой службы; обеспечение национальной обороны, строительство некоторых общественных сооружений (мостов, дорог) и их содержание в рабочем состоянии.

С 17 ст. возникают государственные и смешанные кампании для управления и торговли с колониями, государство насаждает развитие мануфактур, регламентирует их деятельность (продолжительность рабочего дня ,частично заработную плату и т.д. Вместе с тем регулирующее влияние государства носит фрагментарный характер.

Предпринимательская деятельность на нижней стадии развития капитализма осуществляется на мелких по размеру предприятиях. Эта практически неконтролируемая предпринимательская деятельность постепенно обусловила появление общественного характера производства

(вследствие общественного разделения труда, специализации, кооперирования предприятий, роста их объемов), что при условии частнокапиталистической формы собственности привело к экономическому кризису 1825 г. Такие кризисы повторялись через 10-11 лет. Для ослабления глубины кризисов необходимо государственное регулирование экономики, в том числе предпринимательской деятельности. Чтобы ослабить эти тенденции, не допустить полного уничтожения конкуренции как могучей движущей силы развития необходимо совершенное антимонопольное законодательство и надежный контроль со стороны государства за его соблюдением.

Другими серьезными нарушениями, которые порождает предпринимательство при условии рыночного саморегулирования экономики, является неравномерное и диспропорциональное развитие продуктивных сил общества, отдельных регионов определенной страны, несправедливое распределение богатства, отсутствие социальной защищенности людей, экологического кризиса и пр.

В конце 19 ст. начался переход нижней стадии развития капитализма в высшую, который завершился на рубеже двух столетий.

Доминирующее место заняли предприятия - монополисты, появилась акционерная собственность. Эти предприятия содействовали дальнейшему углублению общественного разделения труда, расширению масштабов организованности и плановости.

Одновременно предпринимательская деятельность в пределах монополизированного сектора экономики сопровождалась установлением монополично высоких цен, что тормозило научно – технический прогресс; переопределением части стоимости, образованной на мелких и средних предприятиях, на пользу крупных монополий, что еще больше усилило неравномерность в распределении богатства; углублением кризисов перепроизводства (кризис в 1929-1933 г. г.).

Все это обусловило необходимость государственного регулирования различных организационных форм предпринимательства, разных типов собственности.

2. Основные методы государственного регулирования предпринимательской деятельности

Государственное регулирование предпринимательской деятельности - комплекс форм, методов и способов государственного влияния на деятельность предприятий и организаций с целью создания нормальных условий их функционирования и развития, ослабления негативных тенденций от такой деятельности.

Основные методы государственного регулирования предпринимательской деятельности – административные, правовые, экономические.

Административные методы – способы и формы регулирования, которые базируются на силе государственной власти, содержат меры запрета, разрешения и принуждения и воплощаются в жизнь при помощи указов, распоряжений

Правовые методы – способы и формы регулирования предпринимательской деятельности, которые воплощаются в практику при помощи принятия соответствующих законов.

Экономические методы – способы и формы регулирования, которые базируются на использовании налогов, денежно – кредитных рычагов, цен и тарифов.

Среди экономических методов различают прямые (при помощи бюджета) и непрямые (при помощи налоговой, инвестиционной, амортизационной и других форм экономической политики) .

3. Правовая база развития предпринимательства в Украине.

Правовое регулирование предпринимательства является насущной проблемой современного и будущего социально-экономической жизни страны.

Анализ практики предпринимательской деятельности в Украине свидетельствует о необходимости самостоятельного правового обеспечения предпринимательства. В этой теме вы узнаете, в чем заключается объективная необходимость формирования правового поля развития предпринимательства, проблемы и перспективы правового обеспечения предпринимательства в Украине.

Найти разумное соотношение между государственным регулированием и рыночным саморегулированием - одна из ключевых задач, которая сегодня встал в процессе развития Украинского государства.

На этапе становления рыночной экономики перед государством стоят следующие основные задачи: во-первых - формирование новой системы отношений собственности, которые присущи смешанной, многоукладной экономике; во-вторых, формирование основных элементов рыночной инфраструктуры; в-третьих, содействие становлению предпринимательства, к тому же формирование этого сектора экономики не может быть пущено на самотек, а требует четкого инициирования, регулирования и поддержки со стороны государства.

Следует отметить, что важнейшая функция государства - разработка законодательства и обеспечения выполнения законов, то есть - правовое регулирование. Что, собственно, и определяет роль государства в рыночной экономике.

Формирование и развитие национального предпринимательства в значительной мере зависят от создания соответствующей правовой базы, которая стимулировала бы предпринимательскую активность и добросовестной конкуренции.

Сегодня правовое регулирование предпринимательства осуществляется многочисленными нормативно-правовыми актами как общего, так и специального характера. Однако замедление темпов роста количества субъектов предпринимательства, численности занятых на них свидетельствует о недостаточности и несовершенстве нормативно-правовой базы развития предпринимательства, которая должна быть первоосновой, фундаментом (базой - в полном смысле этого слова) формирования и развития субъектов предпринимательской деятельности.

Что же такое правовая база предпринимательства?

Правовая база предпринимательской деятельности - это совокупность законов, нормативных и инструктивных документов, определяющих порядок создания предприятий, регистрации физических лиц - предпринимателей, их правовые и организационные формы, порядок организации производства, обеспечения его необходимыми ресурсами, сбыт, систему налогообложения, отношения между государством и предпринимателями, субъектов предпринимательской деятельности между собой, а также которые дают предпринимателям определенные правовые гарантии.

Формирование правовой базы предпринимательства - самая предпосылка его становления и развития. Законодательство в сфере предпринимательства должно составлять единую систему как по взаимному согласованности норм, так и за целостностью самого нормативно-правового регулирования предпринимательской деятельности.

Мировой опыт показывает, что для успешного развития предпринимательства необходимо создать правовую базу его функционирования, обеспечить должным образом юридическое закрепление прав и постоянное правовое обеспечение со стороны государства, гарантирует защиту законного функционирования предпринимательства, способствует его развитию. Международная практика хозяйствования показывает, что предпринимательство не может существовать без четких и эффективных законодательных актов. Поэтому формирование благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности невозможно без принятия и реального действия таких законов, которые бы четко определяли условия осуществления предпринимательской деятельности.

В развитых странах с рыночной экономикой нет специальных законов о предпринимательстве. Свобода предпринимательской деятельности в них закреплена в конституции, гражданском законодательстве и в других нормативно-правовых актах, регламентирующих хозяйственную деятельность.

В Украине, как и в других постсоциалистических странах, необходимость принятия специального закона по вопросам развития предпринимательства обусловлена двумя причинами: во-первых, необходимостью отменить существующее в законодательстве ограничение (до 1991 частная предпринимательская деятельность была запрещена, она считалась уголовным преступлением) во - вторых, необходимостью создания

правового поля, которое стимулировало бы развитие предпринимательства и его поддержку.

Поэтому 7 февраля 1991 Верховной Радой Украины был принят Закон Украины "О предпринимательстве", который вступил в силу 1 марта 1991. Настоящий Закон определяет правовые, экономические и социальные основы занятия предпринимательской деятельностью (предпринимательства) гражданами и юридическими лицами на территории Украины, устанавливает гарантии свободы предпринимательства и его государственной поддержки.

Предпринимательскую деятельность регламентируют также Закона Украины "О собственности", "О предприятиях в Украине", "О хозяйственных обществах", "О крестьянском (фермерском) хозяйстве", "Об ограничении монополизма и недопущении недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности", "О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности", "О государственной поддержке малого предпринимательства" и др.

Закон Украины "О собственности" от 7 февраля 1991 с внесенными в него изменениями и дополнениями, обеспечивает свободное экономическое самоопределение граждан, использование природного, экономического, научно-технического и культурного потенциалов страны для повышения уровня жизни ее народа, в частности, в законе указываются права частной собственности.

Закон Украины "О предприятиях в Украине" от 27 марта 1991, направленный на обеспечение самостоятельности предприятий, определяет их права и ответственность в осуществлении хозяйственной деятельности, регулирует отношения предприятий с другими предприятиями и организациями, органами государственного управления.

Закон Украины "О хозяйственных обществах" от 19 сентября 1991 определяет понятие и виды хозяйственных обществ, правила их создания, деятельности, а также права и обязанности их участников и учредителей.

Закон Украины "Об ограничении монополизма и недопущении недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности" от 18 февраля 1992 определяет правовые основы ограничения и предупреждения монополизма, недопущения недобросовестной конкуренции в предпринимательской деятельности и осуществления государственного контроля за соблюдением норм антимонопольного законодательства.

Закон Украины "О крестьянском (фермерском) хозяйстве" в новой редакции от 22 июня 1993 определяет экономические, социальные и правовые основы создания и деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств, которые являются формой предпринимательства граждан Украины.

И наконец, с точки зрения нормативно-правового обеспечения, произошло конституционное закрепление свободы предпринимательства. Согласно Конституции Украины (ч. 1 ст. 42), которая принята на пятой сессии Верховной Рады Украины 28 июня 1996 г. : «Каждый имеет право на предпринимательскую деятельность, не запрещенную законом».

Принятие и введение в действие Конституции Украины - Основной Закон нашего государства - действительно знаменательное событие. Украина и ее народ получили долгосрочный правовой фундамент для динамичного цивилизованного развития. Основной Закон - это гарантия не только независимости, но и действительно реформаторской развития государства, в частности рыночной трансформации экономики.

Создается соответствующая база и по развитию конкуренции и ограничения монополизма. Наряду с существующими законодательными актами Верховная Рада Украины в 1996 приняла Законы Украины "О защите от недобросовестной конкуренции" и "О рекламе", в мае 2000

был принят Закон Украины "О естественных монополиях", а в январе 2001г. - Закон Украины "О защите экономической конкуренции" и другие.

4. Проблемы правового обеспечения предпринимательства в Украине

Для Украины, которая находится на переходном этапе и в которой еще царит высокомонополизированная экономика, становление и развитие предпринимательства как частного сектора экономики приобретают исключительную актуальность.

Анализ законодательного обеспечения развития предпринимательства в Украине позволяет сделать некоторые общие выводы:

- Во-первых, законодательная база, обеспечивающая развитие и регулирование предпринимательства в Украине, находится на начальной стадии, на этапе формирования;

- Во-вторых, недостаточны правовые гарантии всех форм собственности и защиты частной собственности как основного условия развития предпринимательской деятельности;

- В-третьих, нет единой государственной политики поддержки предпринимательства, в частности малого, соответствующей нормативно-правовой базы и действенного механизма реализации такой политики.

Решение существующих проблем развития предпринимательства в Украине, создание соответствующей среды требуют коренной переориентации государственной политики развития предпринимательства. Задача состоит в том, чтобы существенно расширить его роль и место в экономической жизни общества. Именно с учетом этого следует исходить при разработке и реализации мероприятий по нормативно-правового обеспечения развития предпринимательства. Воплощение в жизнь этой задачи невозможно без устранения основных недостатков, присущих законодательной практике.

Основные, недостатки правового обеспечения предпринимательства в Украине такие.

Во-первых, отсутствие единой законодательной стратегии по развитию предпринимательства. Она важна, прежде всего, в обеспечении полноты законодательства о хозяйственных отношений, последовательности

проведения курса на развитие рынка с учетом переходного характера украинской экономики, ограниченности сочетание временных и устойчивых правовых норм.

Во-вторых, неоднозначность, нестабильность и противоречивость действующей нормативно-правовой базы развития предпринимательства. Растущий поток нормативных актов различного уровня, особенно ведомственных, нередко искажает основное законодательство, порождает атмосферу перманентного правового хаоса, является питательной средой правового нигилизма, который укореняется в сознании значительной части предпринимателей. Кроме того, следует подчеркнуть, что разгул подзаконных актов очень часто выхолащивает или меняет суть и букву основного закона. Это, к сожалению, касается и правительственных решений.

В-третьих, практически нефункционирующий характер многих правовых актов, очень низкая исполнительская дисциплина по нормативно - правовых документов. Многие из положений Конституции Украины не могут быть реализованы и остаются лишь декларацией пока не введены в действие законы, которые определяют конкретный механизм, порядок и процедуры их осуществления. Беспомощность государственной системы исполнения законов все в большей степени компенсируется активностью подпольных мафиозных структур, которые начинают вершить суд и решают хозяйственные споры и конфликты вне всяких правовыми нормами.

В-четвертых, наличие в законодательстве многих нечетких норм, которые при желании можно подвергнуть любом трактовке. Именно они дали возможность формировать финансовые "пирамиды", которые лишили сбережений многих наших соотечественников. Основные Методы государственного регулирования Предпринимательское деятельности

В-пятых, необоснованность законодательных ограничений и требований, которые содержатся в отдельных нормативно-правовых актах. Это - одно из последствий отсутствия широкого обсуждения проектов законов, других нормативных актов. Прежде всего это касается отсутствия практики привлечения к обсуждению проектов правовых актов представителей общественных объединений предпринимателей.

В-шестых, наличие правового нигилизма как антипода правовой культуры. Сущность правового нигилизма составляет игнорирование права, юридических норм и общепринятых правовых ценностей, пренебрежительное отношение к правовым принципам и традициям. Основными причинами возникновения правового нигилизма являются: унижение или преувеличения роли права в регулировании предпринимательства; нарушения прав человека; несовершенство законодательства. Важную роль в появлении такого негативного общественно-правового явления играют несовершенство правового образования и простое незнание права.

5. Усовершенствование нормативно правовой базы развития предпринимательства

В последние годы на государственном и региональном уровнях вопросам активизации деятельности функционирующих субъектов предпринимательской деятельности, созданию новых предприятий уделялось повышенное внимание.

В частности, Президентом Украины и Правительством был принят ряд решений по совершенствованию нормативно-правовой базы, устранение административных, экономических и организационных препятствий для развития предпринимательства, внедрения новых подходов к государственному дерегулированию в сфере предпринимательства.

Прежде всего это касается внесения изменений в процессы регулирования, лицензирования, государственной регистрации, выдачи различных разрешений, внедрения новых схем налогообложения, составление плановых (внеплановых) проверок финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательской деятельности государственными контролирующими органами.

Так, 3 февраля 1998 появился Указ Президента Украины "Об устранении ограничений, сдерживающих развитие предпринимательской деятельности", направленный на уменьшение вмешательства государственных органов в предпринимательскую деятельность, устранение правовых, административных и организационных препятствий в развитии предпринимательства, внедрения новых подходов к государственному регулированию предпринимательства. В целом положения Указа определенной степени способствовали созданию благоприятной среды для деятельности субъектов предпринимательства. Так, по результатам социологического исследования, Международная финансовая корпорация проводила в некоторых областях (в частности, в Николаевской, Кировоградской, Черниговской, Ровенской) срок легализации сократился с 3 до 14 дней срок выдачи свидетельства о государственной регистрации - до 3-4 дней средняя продолжительность процесса лицензирования - с 35 до 14 дней. Уменьшилось количество государственных органов, которые предпринимателю приходилось посещать.

Указ Президента Украины от 12 мая 1998 № 456 "О государственной поддержке малого предпринимательства" был направлен на формирование и реализацию государственной политики по вопросам развития и поддержки малого предпринимательства, эффективное использование его возможностей в развитии национальной экономики.

В результате появления Указа Президента Украины от 3 июля 1998 №727 / 98 "Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предпринимательства" на упрощенную систему налогообложения, учета и отчетности в Украине (только по данным на 01.06.99) перешло более 37 тыс. граждан - субъектов предпринимательской деятельности, с которыми в трудовых отношениях находятся около 27 тыс. человек; увеличились поступления в бюджет от физических лиц - плательщиков единого налога.

Указ Президента Украины от 23 июля 1998 № 817 "О некоторых мерах по дерегулированию предпринимательской деятельности" направлено на уменьшение вмешательства государственных органов в предпринимательскую деятельность путем упорядочения проведения проверок финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательства, а также на уменьшение их расходов при исполнении обязательных правил и процедур. Во исполнение Указа принято постановление Кабинета Министров Украины от 29 января 1999 № 112 "О порядке координации проведения плановых выездных проверок финансово-хозяйственной деятельности субъектов предпринимательской деятельности контролирующими органами", что позволило значительно снизить количество проверок субъектов предпринимательской деятельности контролирующими органами и систематизировать их периодичность - плановые проверки осуществляются контролирующими органами одновременно в определенный день сообщению субъекта предпринимательства за 10 дней до начала проверки.

Действие Указа Президента Украины от 20 мая 1999 № 539/99 "О введении разрешительной системы в сфере предпринимательской деятельности" направлено на упорядочение установленных нормативно-правовыми актами Украины правил и порядка получения субъектами предпринимательской деятельности разрешений (специальных разрешений, лицензий, сертификатов тому подобное).

С введением в действие Указа Президента Украины от 28 июня 1999 № 746/99 "О внесении изменений в Указ Президента Украины от 3.07.98 № 727« Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предпринимательства »значительно расширились возможности использования упрощенной системы налогообложения малых предприятий.

22 января 2000 был введен в действие Указ Президента "О введении единой государственной регуляторной политики в сфере предпринимательства". Для целей настоящего Указа единственной государственной регуляторной политики в сфере предпринимательства признается деятельность, направленная на достижение оптимального регулирования государством предпринимательской деятельности, устранение правовых, экономических и административных препятствий в реализации права на предпринимательскую деятельность.

С целью эффективного использования возможностей предпринимательства для развития национальной экономики, ускорения экономических реформ, решения социальных проблем и обеспечения реализации конституционного права граждан на предпринимательскую деятельность 15 июля 2000 было введено в действие Указ Президента Украины "О мерах по обеспечению поддержки и дальнейшего развития предпринимательской деятельности ".

Так, в частности, 21 декабря 2000 Верховная Рада Украины приняла Закон Украины "О национальной программе содействия развитию малого предпринимательства в Украине.

Тема 1.6 Экономическая свобода и предпринимательство.

Цель: усвоение студентами понятий экономической свободы, движущих сил и принципов предпринимательства, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План.

1. Экономическая свобода как основа развития предпринимательства.
2. Движущие силы предпринимательства.
3. Принципы предпринимательства.
4. Предусловия развития предпринимательства.

Важной предпосылкой развития предпринимательства является экономическая свобода субъектов ведения хозяйства. Она представляет собой свободу хозяйственной деятельности, торговли, землепользования, сотрудничества и др. Экономическая свобода одинаково важна как для предпринимателя, так и для потребителя, поскольку она создает среду для творческой деятельности личности, способствует реализации предпринимательской инициативы. Что же такое экономическая свобода? Какие основные принципы свободы ведения хозяйства и движущие силы предпринимательства? В чем сущность принципов предпринимательства? Какие условия нужны для осуществления предпринимательской деятельности? Об этом вы узнаете в данной теме.

1. Экономическая свобода как основа развития предпринимательства.

Экономическая свобода на практике означает право начинать или прекращать собственное дело, покупать какие-нибудь ресурсы, использовать какую-нибудь технологию, производить какую-нибудь продукцию и предлагать ее к продаже по какой-нибудь цене, вкладывать свои средства на собственное усмотрение. Следует понимать, что эти права-свободы не гарантируют успеха для каждого предпринимателя. Он может производить какую-нибудь продукцию, устанавливать на нее какую-нибудь цену. Однако нет гарантии, что кто-то ее купит, поскольку потребители также пользуются

экономической свободой, то есть свободой личного выбора, которая не менее важна, чем свобода предпринимательства. Каждый потребитель имеет право свободно покупать какой-нибудь товар или услугу, предлагать свои услуги для выполнения какой-нибудь работы, отказываться от какой-нибудь работы, использовать собственные ресурсы при условии, что не нарушает прав других людей. Эти права-свободы также не дают никаких гарантий, то есть предприниматель имеет право предложить свои услуги, но никого нельзя вынудить принять их.

Экономические свободы предпринимателей тесно взаимосвязаны. Когда предприятие в частном владении, то посягательство на свободу предпринимательства — это фактически посягательство на свободу обладателя собственности. Без экономической свободы не может быть свободы лица.

Предпринимателем может быть лишь экономически отделенный, самостоятельно хозяйничающий субъект. Свобода хозяйственной деятельности (экономическая свобода) невозможна без рынка так же, как рынок не может существовать без экономической свободы. Именно рынок через разные механизмы функционирования обеспечивает реальные условия для экономической самостоятельности предпринимателя. Другими словами, рыночный механизм ведения хозяйства объективно предусматривает свободу ведения хозяйства.

Составляющими экономической свободы являются: экономическая самостоятельность, экономическая ответственность, экономическое равноправие.

Экономическая самостоятельность заключается в наличии у предпринимателей права на собственность, права на самостоятельный выбор формы собственности и формы ведения хозяйства, на самостоятельное планирование своей финансово - хозяйственной деятельности, свободное распоряжение прибылью, самостоятельный выбор ресурсов, поставщиков и потребителей произведенной продукции, установление разных форм, систем и, главное, размеров оплаты труда.

Экономическая ответственность заключается в ответственности предпринимателя своим имуществом за результаты ведения хозяйства: продукцией (услугами), которые подлежат реализации на рынке, и прибылью, которая остается в распоряжении предпринимателя после внесения платежей, установленных законодательством. Невыполнение договорных обязательств по срокам и качеству должно покрываться штрафными санкциями, которые будут включать не только прямые убытки, но и выгоду, что упущена.

За нанесенные вред и убыток предприниматель несет имущественную и другие виды ответственности, установленные законом.

Экономическое равноправие. Речь идет о равных (одинаковых) экономических условиях для какой-нибудь хозяйственной деятельности, независимо от формы собственности и формы ведения хозяйства. Под равными экономическими условиями имеются в виду одинаковые для всех

ценообразование, налогообложение, распределение прибыли, инвестиционная и кредитная политика, госконтракт и тому подобное. Государство должно гарантировать всем предпринимателям, независимо от избранных форм предпринимательской деятельности, равные права и создавать равные возможности для доступа к материально-техническим, финансовым, трудовым, информационным, природным и другим ресурсам.

Следует отметить, что некоторые сферы деятельности или организационные формы имеют (или могут иметь) определенные льготы. Да, определенные льготы в налогообложении имеют субъекты малого предпринимательства или предприятия, которые занимаются производством сельскохозяйственной продукции, и др.

Именно через эти основные принципы (экономическая самостоятельность, экономическая ответственность и экономическое равноправие) реализуется в определенном объеме свобода хозяйственной деятельности, которая является основной предпосылкой развития предпринимательской деятельности.

2. Движущие силы предпринимательства .

Предпринимательство отображает отношения, которые сложились в обществе, источником развития которых являются внутренние противоречия способа производства. Как известно, противоречия — движущая сила какого-нибудь развития, в том числе и предпринимательства. Противоречие между производительными силами и производственными отношениями — наиболее общее противоречие экономической системы общества и предпринимательства, которые содержат в себе целую систему противоречий, которые возникают между разными их элементами (между производством и потреблением, ростом потребностей и возможностью удовлетворения их, между разными формами собственности, интересами, спросом и предложением, техникой и технологией, рабочей силой и средствами производства).

Как движущая сила предпринимательства, противоречия в то же время сами нуждаются в решении, поскольку, накапливаясь к "критической массе", они могут выплеснуться в виде разных кризисов. Формой решения противоречий как внутренних факторов саморазвития экономических процессов и явлений выступает предпринимательство, которое является системным явлением и имеет собственные внутренние импульсы развития (конкуренция), систему обеспечения и воссоздания (прямые связи субъектов деловых отношений), инфраструктуру (биржи, банки, информационные системы, консалтинговые и аудиторские компании, учебные заведения и тому подобное), систему управления (менеджмент), систему изучения контрагентов (маркетинг), систему оценки деятельности (деньги). Следовательно, владея собственной внутренней логикой и способностью к саморазвитию, предпринимательство само собой становится движущей силой.

Предпринимательство — это социально-экономическое и деловое творчество человека. Именно в нем, в самом человеке, в ее личной инициативе, энергии, активности, ответственности, порядочности, исключительном трудолюбии заложены движущие силы предпринимательства. Стремление человека реализовать свои идеи, изобретения, проявить себя, удовлетворить свое здоровое; честолюбие, оставить после себя след на земле побуждают его к предпринимательской деятельности.

История развития предпринимательства показывает, что без риска бизнеса не бывает. Риск присущ только человеку. Это интуиция, игра, обоснованный расчет, соревнование в конкурентной борьбе. Это радость победы ума и расчетов или горечь поражения и просчетов, но то и другое стимулирует бизнес. Одних риск вдохновляет, других — закаляет, но выигрывает, как правило, общественное производство, поскольку неуклонно создается богатство для людей и общества. И стремление к созданию материальных и духовных благ, к увеличению богатства также является движущей силой предпринимательства, потому что удовлетворяет потребности не только самого предпринимателя, но и общества.

Потребности имеют способность опережать уровень производства. Это объясняется тем, что развитие общества, а следовательно, и предпринимательства, порождает такие потребности, которые не могут быть довольны имеющимися производительными силами. Рост этих потребностей наталкивается на узкие рамки возможностей удовлетворения их, что предопределяет потребность в новых производительных силах (технология, техника, внедрение новых профессий и др.). Таким образом, потребности выступают движущей силой как общества в целом, так и предпринимательства в частности.

Важными движущими силами предпринимательства являются также экономический интерес и экономическая конкуренция (рис. 4.1).

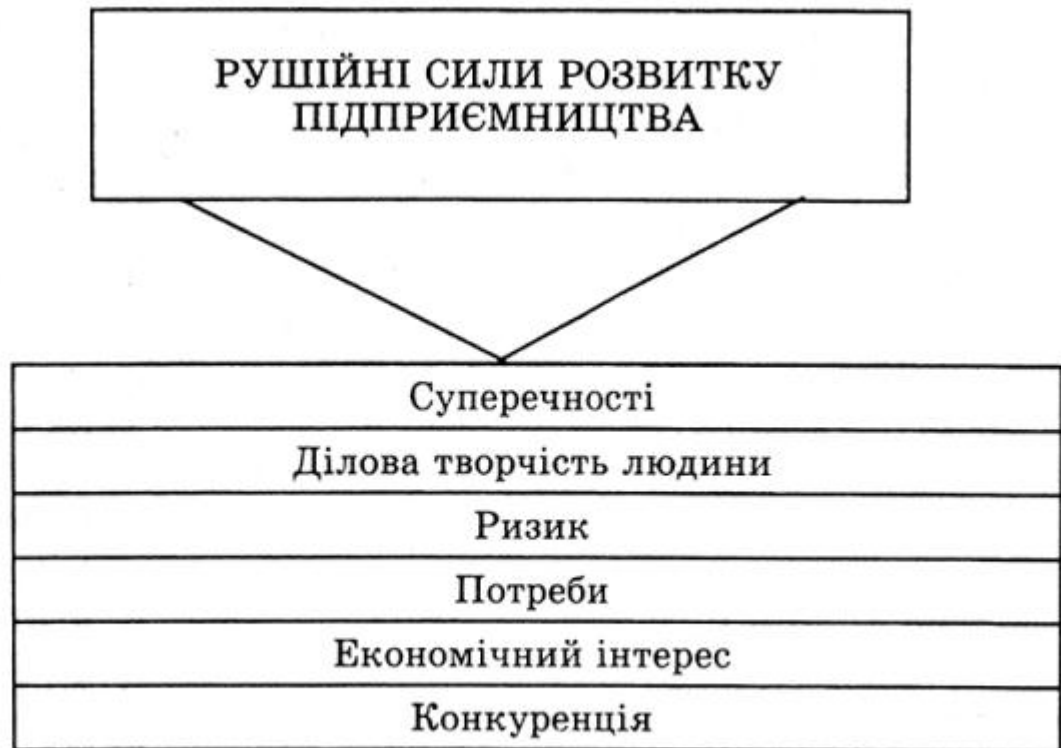


Рис. 4.1. Основні рушійні сили розвитку підприємництва

Экономический интерес — это форма реализации потребности, это польза, выгода, которая достигается в процессе реализации экономических отношений.

Если экономические отношения не реализуют экономических интересов, субъекты ведения хозяйства пытаются достичь своей выгоды вне действующих экономических отношений (нарушают законы, развивают теневую экономику и тому подобное).

Личный экономический интерес исключительно многогранен, вариативен, как и потребности, которые лежат в его основе. Человек является носителем всех экономических интересов — личного, коллективного, общественного, группового, семейного и др. Через личный экономический интерес можно реализовать интерес семьи, коллектива, общества, эффективно решить противоречия между ними. Личный интерес представляет собой осознанное отображение объективных экономических отношений в деятельности субъектов предпринимательства. Игнорирование его является основным тормозом развития предпринимательства. Реализовать свой интерес человек может, лишь включившись в общественное производство.

Целевая направленность деловой деятельности людей заключается в удовлетворении потребностей и интересов. В этих двух категориях перекрещиваются все аспекты предпринимательства, и с этой точки зрения они являются общими, то есть имеются везде, где развивается предпринимательство. Специфика потребностей и интересов, а следовательно, и предпринимательство определяются экономическим и

социальным положением людей. Предпринимательство является в то же время реализацией их интересов и удовлетворением потребностей. Желание повысить свое благосостояние поощряет человека работать более эффективно и более производительно, и это понятно, потому что такой труд, как правило, дает лучшие результаты.

Система стимулов — чрезвычайно важная характеристика системы предпринимательства. Ожидание вознаграждения выступает как движущая сила предпринимательства, что стимулирует предпринимателей производить больше, а работодателей — тратить ресурсы рационально. Стимулы, исполняя свою роль с обслуживанием предпринимательства, имеют разное влияние на отношение людей к труду. Да, материальные стимулы побуждают к труду в надежде на вознаграждение, духовные — на общественное определение, социальные — на лучшие условия. Однако, невзирая на разные способы влияния на субъектов предпринимательства, функция у стимулов одна — активизировать предпринимательскую деятельность. Именно в условиях предпринимательства у человека появляется возможность создать собственное дело, заняться тем трудом, который ему нравится, где он может реализовать собственные идеи, интересы, потребности, где труд становится стимулом ее деятельности.

Экономическая конкуренция — это соперничество, соревнование за достижение наилучших результатов, экономическая борьба между фирмами (предпринимателями) за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров. Экономическая конкуренция — это соперничество между предпринимателями относительно удовлетворения собственных интересов, связанных с продажей произведенной продукции, выполнением работ, предоставлением услуг одним и тем самым потребителям.

В своем стремлении к удовлетворению потребностей потребителей предприниматель реализует собственный экономический интерес, лишь вступая в соревнование за потребителя, пытаясь вытолкнуть своего соперника из сферы производства. Конкуренция является объективной закономерностью становления и развития предпринимательства, важной предпосылкой благоприятных цен, способствует вытеснению из производства неэффективных предприятий, рациональной перегруппировке ресурсов, защищает потребителя от диктата производителей.

3. Принципы предпринимательства

Принципы предпринимательства — это исходные основы, нормы, правила, через которые реализуется свобода предпринимательской деятельности. Предпринимательская деятельность происходит на основе таких принципов:

— свободный выбор видов деятельности, которые не запрещены действующим законодательством (отдельные виды деятельности могут осуществляться только государственными предприятиями и организациями, а некоторые — лишь на основании специального разрешения (лицензии));

- привлечение на добровольных началах к занятию предпринимательской деятельностью имущества и средств юридических лиц и граждан;
- самостоятельное формирование программы деятельности;
- самостоятельный выбор поставщиков и потребителей продукции, которая производится;
- самостоятельное установление цен в соответствии с законодательством;
- свободный найм работников;
- привлечение и использование материально-технических, финансовых, трудовых, естественных и других ресурсов, использование которых не запрещено или не ограничено законодательством;
- свободное распоряжение прибылью, которая остается после внесения платежей, установленных законодательством;
- самостоятельное осуществление предпринимателем — юридическим лицом внешнеэкономической деятельности;
- использование каким-нибудь предпринимателем подлежащей ему частицы валютной выручки на собственное усмотрение.

4. Предусловия развития предпринимательства.

Предпринимательство как явление хозяйственной жизни всегда развивается в определенной, социально-экономической и исторической среде. Именно поэтому для его непрерывного воссоздания необходимы определенные предпосылки. Можно выделить четыре группы этих предпосылок — правовые, экономические, политические, психологические.

Правовые предпосылки предпринимательства основываются на законодательстве, нормативных актах, разработанных в стране. Последние должны создать для всех участников рыночных отношений одинаковые "правила игры", то есть предоставить одинаковые права и полную экономическую свободу, не допускать вмешательства органов государственного управления в хозяйственную деятельность какого-нибудь субъекта за исключением законодательно обусловленных случаев. Следовательно, речь идет о том, что предприниматели могут действовать "самостоятельно", "свободно" в пределах закона. С изменением условий экономической, социальной жизни изменяются законы, "правила игры", а следовательно, понятия "самостоятельно" и "свободно" наполняются новым содержанием.

Экономические предпосылки предпринимательства заключаются в том, что в обществе должны функционировать многосубъектные владельцы. Это будет способствовать свободе предпринимательской деятельности, возможности на свой страх и риск принимать решение об использовании имущества, продукции, прибылей, выборе хозяйственных контрагентов. В связи с этим путем создания экономических предпосылок в нашей стране

происходят приватизация собственности, демонополизация хозяйственной деятельности.

Политические предпосылки предпринимательства заключаются в создании в стране благоприятного политического климата для предпринимательства.

Этого можно достичь на основе разработки и осуществления стабильной политики в стране. Такая политика должна предоставить всем хозяйствующим субъектам гарантии сохранения их собственности, исключения возможностей национализации, экспроприации. Властные структуры должны защищать все виды собственности, в том числе интеллектуальную (изобретения, новаторство, новые методы организации), а также создавать благоприятный предпринимательский климат благодаря соответствующей налоговой, кредитной, таможенной политике и тому подобное.

Следует иметь в виду, что в сфере бизнеса кроме сурово формализованных связей, которые основываются на законодательных актах, существуют неформальные отношения между хозяйственными субъектами: доверие, джентльменство, слово чести и тому подобное.

Психологические предпосылки предпринимательства заключаются в позитивной общественной мысли относительно предпринимательской деятельности, ведь отсутствие ее сдерживает развитие последней. В этом плане существуют многие проблемы, поскольку жизнь нескольких поколений проходила в условиях, которые создавали негативное отношение к предпринимательству. Мышление большинства нашего народа является консервативным и изменить его в один миг не удастся.

Итоги темы

1. Основной предпосылкой развития предпринимательства является экономическая свобода, которая на практике означает право начать или прекратить собственное дело (свой бизнес), покупать какие-нибудь ресурсы, производить какую-нибудь продукцию и предлагать ее к продаже по какой-нибудь цене.

2. Основными составляющими свободы хозяйственной деятельности являются: экономическая самостоятельность, экономическая ответственность, экономическое равноправие.

3. Важными движущими силами предпринимательства являются: внутренние противоречия, деловое творчество человека, экономический (предпринимательский) риск, потребности, экономический интерес, конкуренция.

4. Предпринимательство осуществляется через принципы, которые являются исходными основами, нормами, правилами, через которые реализуется свобода хозяйственной деятельности.

5. Для успешного становления и последующего развития предпринимательства, его непрерывного воссоздания необходимы

определенные правовые, экономические, политические и психологические предпосылки.

Термины и понятия для словаря

Экономическая ответственность Потребности

Экономическая конкуренция

Принципы предпринимательства

Экономическое равноправие

Риск

Экономическая самостоятельность Свобода хозяйственной деятельности

Экономическая свобода

Противоречия

Экономический интерес

Вопрос для самоконтроля

1. Почему **экономическая** свобода является основной предпосылкой развития предпринимательства?
2. Что означает **экономическая** свобода на практике?
3. Какие основные составляющие свободы хозяйственной деятельности?
4. В чем заключается **суть экономической** самостоятельности, **экономической** ответственности и **экономического** равноправия предпринимателей?
5. Какие **главные** движущие силы предпринимательства?
6. Что такое **экономический** интерес?
7. В чем заключается сущность **экономической** конкуренции?
8. Что такое принципы предпринимательства?
9. На основании каких основных принципов осуществляется предпринимательская деятельность?
10. Какие предпосылки необходимы для становления и развития предпринимательства?

Практические задания

1. Объясните, почему без **экономической** свободы не может идти о свободе **лица**?
2. **Докажите** на конкретных **примерах**, как реальная **экономическая** самостоятельность объективно порождает **экономическую** ответственность. Как предоставление вам лично определенной самостоятельности будет влиять на вашу личную ответственность?
3. Обоснуйте, почему **противоречия** являются движущей силой какого-нибудь развития, в том числе и предпринимательства.
4. Почему **экономический** интерес и **экономическая** конкуренция действуют по принципу "**кнута** и **пряника**"? **Докажите** это конкретными **примерами**.
5. Чем отличаются принципы предпринимательства от функций предпринимательской деятельности?
6. Что представляют собой правовые предпосылки развития предпринимательства? Достаточно ли их для **создания** предпринимательских структур в Украине? **Какие** необходимы конкретные меры для формирования современного правового поля развития предпринимательства в Украине?
7. В чем заключается сущность **экономических** предпосылок развития предпринимательства? Проанализируйте, какие существующие **экономические** предпосылки **способствуют** становлению предпринимательства, а **какие** сдерживают (тормозят) его последующее развитие?

Темы рефератов

1. *Экономическая* свобода — предпосылка создания собственного дела.
2. Основные признаки свободы ведения хозяйства.
3. Деловое творчество человека — *главная* движущая сила предпринимательства.
4. Проблемы формирования правовых предпосылок развития предпринимательства в Украине.
5. Создание благоприятных *экономических* предпосылок — залог развития предпринимательства.

Тесты

1. Что такое *экономическая* свобода?

- 1.1. Гарантированность успеха.
- 1.2. Право начать собственное дело.
- 1.3. Право *производить* какую-нибудь продукцию.
- 1.4. *Экономическая* безответственность.
- 1.5. Право вкладывать свои *средства* по собственному усмотрению.

2. Какие основные признаки свободы хозяйственной деятельности?

- 2.1. *Экономическая* самостоятельность.
- 2.2. Самообеспечение.
- 2.3. Право *производить* какую-нибудь продукцию.
- 2.4. *Экономическая* ответственность.
- 2.5. *Экономическая* конкуренция.
- 2.6. *Экономическое* равноправие.

3. Какие *главные* движущие силы предпринимательства?

- 3.1. Прибыль.
- 3.2. *Противоречия*.
- 3.3. Риск.
- 3.4. Деловое творчество человека.
- 3.5. *Экономический* интерес.
- 3.6. Гарантия успеха.
- 3.7. Потребность.
- 3.8. Конкуренция.

4. Отметьте основные принципы предпринимательской деятельности.

- 4.1. Свободный выбор видов деятельности.
- 4.2. Самостоятельное формирование программы деятельности.
- 4.3. Получение прибыли.
- 4.4. Свободный найм работников.
- 4.5. Самостоятельное установление цен.
- 4.6. Свободное распоряжение прибылью.
- 4.7. *Экономическая* ответственность.

5. Каким образом происходит выбор поставщиков и потребителей произведенной продукции?

- 5.1. В зависимости от вида деятельности.
- 5.2. В соответствии с целью деятельности.
- 5.3. Самостоятельно.

6. Как осуществляется предпринимателем — юридическим лицом внешнеэкономическая деятельность?

- 6.1. Совместно с государственным предприятием (учреждением).
- 6.2. Самостоятельно.
- 6.3. По согласованию с местной властью.

7. Что не характеризует экономическую конкуренцию?

- 7.1. Соперничество между предпринимателями за достижение наилучших результатов.
- 7.2. Соперничество между предпринимателями за удовлетворение собственных интересов, связанных с предпринимательской деятельностью.
- 7.3. Экономическая независимость предпринимателей друг от друга.
8. Что не является движущей силой предпринимательства?
 - 8.1. Противоречия.
 - 8.2. Деловое творчество человека.
 - 8.3. Деятельность без черточка.
 - 8.4. Экономический интерес.
 - 8.5. Конкуренция.

Ключ к тестам:

1.2.,1.3.,1.5.;2.1.,2.4.,2.6.;
3.2.,3.3.,3.4.,3.5.,3.7.,3.8.;4.1.,4.2.,4.4.,4.5.,4.6.;5.3.; 6.2.;7.3.; 8.3.

Ключ к тестам по темам 1.6, 1.7:

В И: 1.3; 2.2; 3.2; 4.2; 5.1, 5.2, 5.4, 5.5, 5.6.

В II: 1.3; 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.7, 2.8; 3.3; 4.1, 4.3, 4.4; 5.3.

В III: 1.2; 2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.6; 3.3; 4.2; 5.2.

В IV: 1.1, 1.3, 1.4; 2.3; 3.3; 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.7, 4.8; 5.3.

Вариант И

1. Правовая база предпринимательства — это:

- 1.1. Совокупность Законов Украины и Указов Президента Украины.
- 1.2. Совокупность Законов Украины, Указов Президента Украины и Постановлений Кабинета Министров Украины.
- 1.3. Это совокупность законов, нормативных и инструктивных документов, которые определяют порядок создания и деятельности субъектов предпринимательства.

2. Что не **характеризует** экономические методы **регулирования** **предпринимательства**?

- 2.1. Налогообложение.
- 2.2. Штрафные **санкции**.
- 2.3. Денежно- **кредитная** система.

3. Как осуществляется предпринимателем — юридическим лицом внешнеэкономическая деятельность?

- 3.1. **Совместно** с государственным предприятием (учреждением).
- 3.2. Самостоятельно.
- 3.3. По согласованию с местной властью.

4. Каждый имеет право на предпринимательскую "деятельность, которая не **запрещена** законом". Эта норма закреплена:

- 4.1. Законом Украины "О предпринимательстве".
- 4.2. Конституцией Украины.
- 4.3. Законом Украины "О собственности".
- 4.4. Законом Украины "О предприятиях в Украине".
- 4.5. Законом Украины "О **крестьянском** (фермерском) хозяйстве".

5. Отметьте основные принципы предпринимательской деятельности.

- 5.1. Свободный выбор видов деятельности.
- 5.2. Самостоятельное формирование программы деятельности.
- 5.3. Получение прибыли.
- 5.4. Свободный найм работников.
- 5.5. Самостоятельное установление цен.
- 5.6. Свободное распоряжение прибылью.
- 5.7. **Экономическая** ответственность.

Вариант II

1. Когда вступил в силу Закон Украины "О предпринимательстве"?

- 1.1. 1 ноября 1990 г.
- 1.2. 31 января 1991 г.
- 1.3. 1 марта 1991 г.
- 1.4. 1 ноября 1991 г.
- 1.5. 1 февраля 1992 г.
- 1.6. 1 июня 1993 г.

2. Какие **главные** движущие силы предпринимательства?

- 2.1. Прибыль.
- 2.2. **Противоречия**.
- 2.3. Риск.
- 2.4. Деловое творчество человека.

2.5. **Экономический** интерес.

2.6. Гарантия успеха.

2.7. Потребность.

2.8. Конкуренция.

3. *Что не **характеризует** экономическую конкуренцию?*

3.1. Соперничество **между предпринимателями** за **достижение наилучших результатов**.

3.2. Соперничество **между предпринимателями** за **удовлетворение собственных интересов**, связанных с **предпринимательской деятельностью**.

3.3. Экономическая **независимость предпринимателей** друг от **друга**

4. *Укажите **методы государственного регулирования предпринимательской деятельности**:*

4.1. Административные.

4.2. Региональные.

4.3. Экономические.

4.4. Правовые.

5. *Каким образом происходит выбор поставщиков и потребителей **произведенной продукции**?*

5.1. В зависимости от вида деятельности.

5.2. **В соответствии с** целью деятельности.

5.3. Самостоятельно.

Вариант III

1. *Каждый имеет право на предпринимательскую "деятельность, **которая не запрещена законом**". Эта норма закреплена:*

1.1. Законом Украины "О предпринимательстве".

1.2. Конституцией Украины.

1.3. Законом Украины "О собственности".

1.4. Законом Украины "О предприятиях в Украине".

1.5. Законом Украины "О **крестьянском** (фермерское) хозяйстве".

2. *Отметьте основные принципы предпринимательской деятельности.*

2.1. Свободный выбор видов деятельности.

2.2. Самостоятельное формирование программы деятельности.

2.3. Получение прибыли.

2.4. Свободный найм работников.

2.5. Самостоятельное установление цен.

2.6. Свободное распоряжение прибылью.

2.7. **Экономическая** ответственность.

3. *Что не **является движущей силой предпринимательства**?*

3.1. Противоречия.

- 3.2. Деловое **творчество человека**.
- 3.3. Деятельность без риска.
- 3.4. Экономический **интерес**.
- 3.5. Конкуренция.

4. *Что не **характеризует** экономические методы **регулирования** **предпринимательства**?*

- 4.1. Налогообложение.
- 4.2. Штрафные **санкции**.
- 4.3. Денежно- **кредитная** система.

5. *Как осуществляется предпринимателем — юридическим лицом внешнеэкономическая деятельность?*

- 5.1. **Совместно** с государственным предприятием (учреждением).
- 5.2. Самостоятельно.
- 5.3. По согласованию с местной властью.

Вариант IV

1. *Укажите методы **государственного** **регулирования** **предпринимательской деятельности**:*

- 1.1. Административные.
- 1.2. Региональные.
- 1.3. Экономические.
- 1.4. Правовые.

2. *Каким образом происходит выбор поставщиков и потребителей **произведенной** продукции?*

- 2.1. В зависимости от вида деятельности.
- 2.2. **В соответствии с** целью деятельности.
- 2.3. Самостоятельно.

3. *Правовая база предпринимательства — это:*

- 3.1. Совокупность Законов Украины и Указов Президента Украины.
- 3.2. Совокупность Законов Украины, Указов Президента Украины и Постановлений Кабинета Министров Украины.

3.3. Это совокупность законов, нормативных и инструктивных документов, **которые** определяют порядок создания и деятельности субъектов предпринимательства.

4. *Какие **главные** движущие силы предпринимательства?*

- 4.1. Прибыль.
- 4.2. **Противоречия**.
- 4.3. Риск.

4.4. Деловое творчество человека.

4.5. **Экономический** интерес.

4.6. Гарантия успеха.

4.7. Потребность.

4.8. Конкуренция.

5. *Что не характеризует экономическую конкуренцию?*

5.1. Соперничество **между предпринимателями за достижение наилучших результатов.**

5.2. Соперничество **между предпринимателями за удовлетворение собственных интересов, связанных с предпринимательской деятельностью.**

5.3. Экономическая **независимость предпринимателей друг от друга.**

Презентация

Тема 1.6 « Экономическая свобода и предпринимательства».

План.

1. Экономическая свобода как основа развития предпринимательства.
2. Движущие силы предпринимательства.
3. Принципы предпринимательства.
4. Предусловия развития предпринимательства.

Экономическая свобода как основа развития предпринимательства.

Экономическая свобода на практике означает право начинать или прекращать собственное дело, покупать какие-нибудь ресурсы, использовать какую-нибудь технологию, производить какую-нибудь продукцию и предлагать ее к продаже по какой-нибудь цене, вкладывать свои средства на собственное усмотрение.

Составляющими экономической свободы являются:

экономическая самостоятельность,

экономическая ответственность,

экономическое равноправие.

Экономическая самостоятельность заключается в наличии у предпринимателей
права на собственность,

права на самостоятельный выбор формы собственности и формы ведения хозяйства,
на самостоятельное планирование своей финансово - хозяйственной деятельности,
свободное распоряжение прибылью,
самостоятельный выбор ресурсов, поставщиков и потребителей произведенной продукции, установление разных форм, систем и, главное, размеров оплаты труда.

Экономическая ответственность заключается в ответственности предпринимателя своим имуществом за результаты ведения хозяйства: продукцией (услугами), которые подлежат реализации на рынке, и прибылью, которая остается в распоряжении предпринимателя после внесения платежей, установленных законодательством.

Экономическое равноправие- равные (одинаковые) экономические условия для какой-нибудь хозяйственной деятельности, независимо от формы собственности и формы ведения хозяйства:

ценообразование,
налогообложение,
распределение прибыли,
инвестиционная и кредитная политика,
госконтракт и т. п.

Движущие силы предпринимательства .

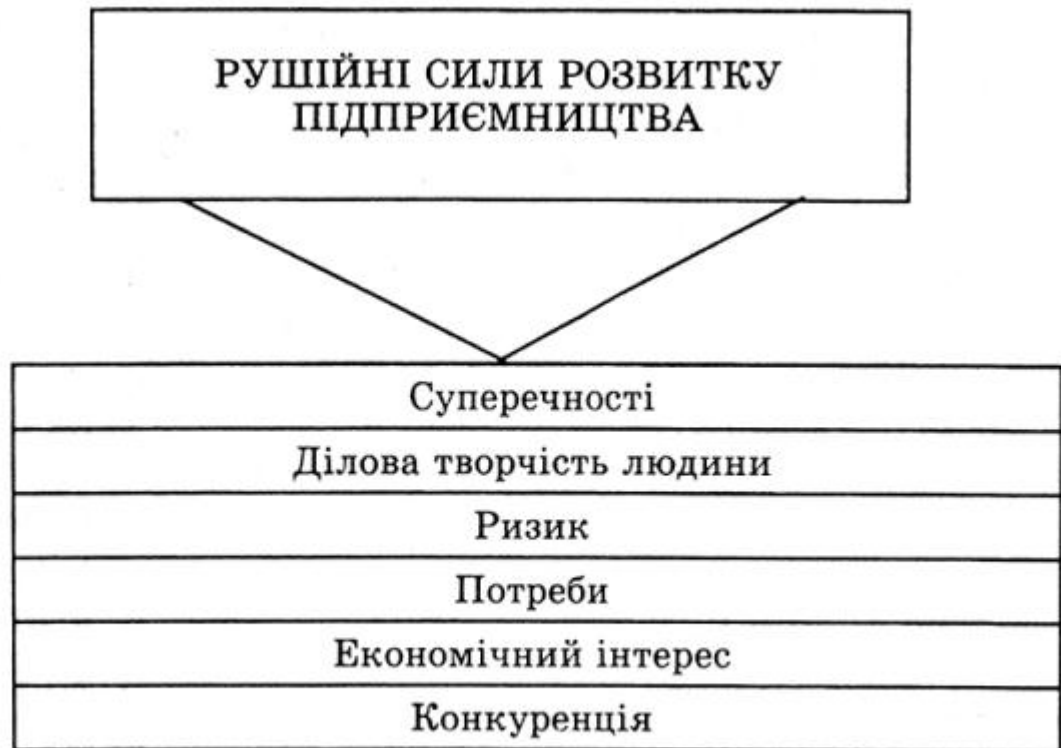


Рис. 4.1. Основні рушійні сили розвитку підприємництва

Економічний інтерес — это форма реализации потребности, это польза, выгода, которая достигается в процессе реализации экономических отношений.

Економическая конкуренция — это соперничество, соревнование за достижение наилучших результатов, экономическая борьба между фирмами (предпринимателями) за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров.

Принципы предпринимательства

Принципы предпринимательства — это исходные основы, нормы, правила, через которые реализуется свобода предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность происходит на основе таких принципов:

— свободный выбор видов деятельности, которые не запрещены действующим законодательством (отдельные виды деятельности могут осуществляться только государственными предприятиями и организациями, а некоторые — лишь на основании специального разрешения (лицензии));

— привлечение на добровольных началах к занятию предпринимательской деятельностью имущества и средств юридических лиц и граждан;

- самостоятельное формирование программы деятельности;
- самостоятельный выбор поставщиков и потребителей продукции, которая производится;
- самостоятельное установление цен в соответствии с законодательством;
- свободный найм работников;
- привлечение и использование материально-технических финансовых, трудовых, естественных и других ресурсов, использование которых не запрещено или не ограничено законодательством;
- свободное распоряжение прибылью, которая остается после внесения платежей, установленных законодательством;
- самостоятельное осуществление предпринимателем — юридическим лицом внешнеэкономической деятельности;
- использование каким-нибудь предпринимателем надлежащей ему частицы валютной выручки на собственное усмотрение.

Предпосылки развития предпринимательства.

Четыре группы этих предпосылок —
правовые,
экономические,
политические,
психологические.

Правовые предпосылки предпринимательства основываются на законодательстве, нормативных актах, разработанных в стране.

Экономические предпосылки предпринимательства заключаются в том, что в обществе должны функционировать многосубъектные владельцы.

Политические предпосылки предпринимательства заключаются в создании в стране благоприятного политического климата для предпринимательства.

Психологические предпосылки предпринимательства заключаются в позитивной общественной мысли относительно предпринимательской деятельности, ведь отсутствие ее сдерживает развитие последней.

Итоги темы

1. Основной предпосылкой развития предпринимательства является экономическая свобода, которая на практике означает право начать или прекратить собственное дело (свой бизнес), покупать какие-нибудь ресурсы,

производить какую-нибудь продукцию и предлагать ее к продаже по какой-нибудь цене.

2. Основными составляющими свободы хозяйственной деятельности являются: экономическая самостоятельность, экономическая ответственность, экономическое равноправие.

3. Важными движущими силами предпринимательства являются: внутренние противоречия, деловое творчество человека, экономический (предпринимательский) риск, потребности, экономический интерес, конкуренция.

4. Предпринимательство осуществляется через принципы, которые являются исходными основами, нормами, правилами, через которые реализуется свобода хозяйственной деятельности.

5. Для успешного становления и последующего развития предпринимательства, его непрерывного воссоздания необходимы определенные правовые, экономические, политические и психологические предпосылки.

Вопрос для самоконтроля

1. Почему экономическая свобода является основной предпосылкой развития предпринимательства?
2. Что означает экономическая свобода на практике?
3. Какие основные составляющие свободы хозяйственной деятельности?
4. В чем заключается суть экономической самостоятельности, экономической ответственности и экономического равноправия предпринимателей?
5. Какие главные движущие силы предпринимательства?
6. Что такое экономический интерес?
7. В чем заключается сущность экономической конкуренции?
8. Что такое принципы предпринимательства?
9. На основании каких основных принципов осуществляется предпринимательская деятельность?
10. Какие предпосылки необходимы для становления и развития предпринимательства?

Практические задания

1. Объясните, почему без экономической свободы не может идти речь о свободе личности?
2. Докажите на конкретных примерах, как реальная экономическая самостоятельность объективно порождает экономическую ответственность. Как предоставление вам лично определенной самостоятельности будет влиять на вашу личную ответственность?
3. Обоснуйте, почему противоречия являются движущей силой какого-нибудь развития, в том числе и предпринимательства.
4. Почему экономический интерес и экономическая конкуренция действуют по принципу "кнута и пряника"? Докажите это конкретными примерами.
5. Чем отличаются принципы предпринимательства от функций предпринимательской деятельности?
6. Что представляют собой правовые предпосылки развития предпринимательства? Достаточно ли их для создания предпринимательских структур в Украине? Какие необходимы конкретные меры для формирования современного правового поля развития предпринимательства в Украине?
7. В чем заключается сущность экономических предпосылок развития предпринимательства? Проанализируйте, какие существующие экономические предпосылки способствуют становлению предпринимательства, а какие сдерживают (тормозят) его последующее развитие?

Тесты

1. Что такое экономическая свобода?

- 1.1. Гарантированность успеха.
- 1.2. Право начать собственное дело.
- 1.3. Право производить какую-нибудь продукцию.
- 1.4. Экономическая безответственность.
- 1.5. Право вкладывать свои средства по собственному усмотрению.

2. Какие основные признаки свободы хозяйственной деятельности?

- 2.1. Экономическая самостоятельность.
- 2.2. Самообеспечение.
- 2.3. Право производить какую-нибудь продукцию.
- 2.4. Экономическая ответственность.
- 2.5. Экономическая конкуренция.
- 2.6. Экономическое равноправие.

3. Какие главные движущие силы предпринимательства?

- 3.1. Прибыль.
- 3.2. Противоречия.
- 3.3. Риск.
- 3.4. Деловое творчество человека.
- 3.5. Экономический интерес.
- 3.6. Гарантия успеха.
- 3.7. Потребность.
- 3.8. Конкуренция.

4. Отметьте основные принципы предпринимательской деятельности.

- 4.1. Свободный выбор видов деятельности.
- 4.2. Самостоятельное формирование программы деятельности.
- 4.3. Получение прибыли.
- 4.4. Свободный найм работников.
- 4.5. Самостоятельное установление цен.
- 4.6. Свободное распоряжение прибылью.
- 4.7. Экономическая ответственность.

5. Каким образом происходит выбор поставщиков и потребителей произведенной продукции?

- 5.1. В зависимости от вида деятельности.
- 5.2. В соответствии с целью деятельности.
- 5.3. Самостоятельно.

6. Как осуществляется предпринимателем — юридическим лицом внешнеэкономическая деятельность?

- 6.1. Совместно с государственным предприятием (учреждением).

- 6.2. Самостоятельно.
- 6.3. По согласованию с местной властью.

7. Что не характеризует экономическую конкуренцию?

- 7.1. Соперничество между предпринимателями за достижение наилучших результатов.
 - 7.2. Соперничество между предпринимателями за удовлетворение собственных интересов, связанных с предпринимательской деятельностью.
 - 7.3. Экономическая независимость предпринимателей друг от друга.
- 8. Что не является движущей силой предпринимательства?*
- 8.1. Противоречия.
 - 8.2. Деловое творчество человека.
 - 8.3. Деятельность без черточка.
 - 8.4. Экономический интерес.
 - 8.5. Конкуренция.

Ключ к тестам:

1.2.,1.3.,1.5.;2.1.,2.4.,2.6.;
3.2.,3.3.,3.4.,3.5.,3.7.,3.8.;4.1.,4.2.,4.4.,4.5.,4.6.;5.3.; 6.2.;7.3.; 8.3.

Ключ к тестам по темам 1.6, 1.7:

В И: 1.3; 2.2; 3.2; 4.2; 5.1, 5.2, 5.4, 5.5, 5.6.
В II: 1.3; 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.7, 2.8; 3.3; 4.1, 4.3, 4.4; 5.3.
В III: 1.2; 2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.6; 3.3; 4.2; 5.2.
В IV: 1.1, 1.3, 1.4; 2.3; 3.3; 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.7, 4.8; 5.3.

Тема 1.7. Виды, сферы и формы предпринимательской деятельности

Цель: усвоение понятий: частное, коллективное и государственное предпринимательство, «физическое лицо», юридическое лицо», производственное, финансово - кредитное, коммерческое предпринимательство, «организационно - правовая форма предпринимательства», форм предпринимательства: единовладеие, партнерство, корпорация, их преимуществ и недостатков осмысление механизма получения прибыли при занятии определенным видом предпринимательской деятельности,развивать мышление, воспитывать культуру речи.

Литература:

- 5. Закон України „Про підприємництво”

6. Закон України „Про підприємства в Україні”
7. Закон України „Про власність”
8. Закон України „Про господарські товариства”
9. Закон України „Про державну підтримку малого та середнього бізнесу”
10. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
11. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

План

1. Частное, коллективное и государственное предпринимательство
2. Виды предпринимательской деятельности
3. Организационные единицы предпринимательства
4. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Сегодня в Украине предпринимательство довольно часто воспринимается как торговая, коммерческая деятельность, как купля-продажа товаров.

Такое представление есть неполным, ограниченным. Предпринимательство - это чрезвычайно разнообразный вид хозяйственной деятельности, распространенный во всех сферах экономики. Вместе с тем, предпринимательство необходимо разделять по видам в зависимости от сфер и областей экономики, где осуществляется предпринимательская деятельность. Предпринимательство в разных областях (сферах) имеет важные свойства по форме и, особенно по смыслу операций и способам их осуществления. На характер предпринимательства значительно влияет вид товаров и услуг, которые предприниматель вырабатывает, приобретает или отыскивает, а также - способ получения им этих товаров и услуг. Отдельные виды предпринимательства различаются также по формам собственности на факторы, которые используются в предпринимательской деятельности. Именно эти вопросы рассмотрены в этой теме.

1. Частное, коллективное и государственное предпринимательство

Предпринимательство может приобретать разнообразные формы в зависимости от того, действует ли предприниматель самостоятельно, лично или в партнерстве с другими предпринимателями, пользуется лишь своим имуществом или вместе с тем и имуществом других лиц, использует свою работу или привлекает наемных работников.

Простейшая форма предпринимательства - это предпринимательская деятельность без создания юридического лица, при условии государственной регистрации как гражданина-предпринимателя.

Каждый гражданин может, например, выращивать овощи на своем огороде и продавать их тем, кто желает купить. Такая деятельность разрешалась и раньше, но с определенными ограничениями, и имела название "индивидуальная трудовая деятельность".

Сейчас в Украине зарегистрированы в установленном порядке физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью без создания юридического лица и являются официальными субъектами предпринимательства. В 2002 г. в Украине было зарегистрировано почти 2,5 млн. граждан - предпринимателей (табл. 1).

Таблица 1. Количество зарегистрированных граждан-предпринимателей в Украине, чел.

1992 р.	200 292
1993 р.	426 594
1994 р.	672 257
1995 р.	859 579
1996 р.	875 677
1997 р.	883 432
1998 р.	1 395 000
1999 р.	1 595 000
2000 р.	1 828 000
2001 р.	2 092 000
2002 р.	2 412 000

Гражданин-предприниматель имеет право на собственное усмотрение пользоваться имуществом, которое ему принадлежит. К работе он может привлекать до 10 лиц, которые находятся в трудовых отношениях с ним, включая членов своей семьи. Надо иметь в виду, что согласно Гражданскому кодексу Украины гражданин-предприниматель отвечает за своими обязательствами всем имуществом, которое ему принадлежит. Он может начать и прекратить деятельность в любое время по собственному желанию.

Частное предпринимательство не ограничивается деятельностью физических лиц (граждан-предпринимателей). Любой дееспособный гражданин, который желает создать собственную хозяйственную организацию, имеет право получить статус официального юридического лица, зарегистрировав субъект предпринимательской деятельности как частное предприятие (частную фирму).

Чтобы основать собственное частное предприятие, необходимо выполнить определенные процедуры, о чем будет идти в следующих темах.

Частное предприятие — это предприятие, которое основано на собственности физического лица, которое получает статус юридического лица. Владельцем частного предприятия, предпринимателем является единое

лицо, единый гражданин — субъект предпринимательской деятельности. Но владелец частного предприятия имеет право найма любого количества работников, которые не являются владельцами (хозяевами) предприятия, а наемными работниками. И несмотря на то, что они принимают участие в предпринимательской деятельности как исполнители "воли хозяина", их нельзя считать предпринимателями. В данном случае предприниматель - владелец и есть основатель частной фирмы.

К частному предпринимательству близкими есть крестьянские (фермерские) хозяйства и семейные предприятия, которые формально принадлежат к коллективным формам предпринимательства, но в действительности является разновидностью частного предпринимательства.

Предприниматель как владелец частного предприятия имеет большое пространство свободы действий и принятие решений. Однако такая "независимость" приобретается ценой полной персональной ответственности. Т.е. из этого следует вывод, один предприниматель — слабый воин в большом поле бизнеса.

Поэтому предприниматели склонны к объединению средств и усилий, к переходу от индивидуального к коллективному предпринимательству. Но не следует думать, что коллективное предпринимательство обязательно требует отказа предпринимателя от частной собственности на имущество при создании коллективной фирмы, зарегистрированной как юридическое лицо.

Индивидуалы могут сохранять имущественные права, создавая общее предприятие, соединять только свои усилия, создавая единую команду. Для этого достаточно закрепить единство своих действий общим соглашением (учредительным договором) о создании производственного кооператива, общества из граждан, среди которых властвует взаимное доверие.

Итак, коллективное предприятие имеет свойство объединяться с частной собственностью на все факторы производства. В обществе, кооперативе каждый участник (основатель) может объединять с другими собственные средства производства, средства, имущество, в конце концов, свою интеллектуальную собственность.

Дальнейшее объединение средств, капиталов, усилий, управления ведет к большим интегративным формам коллективного предпринимательства в виде синдикатов, корпораций и т.п..

Если же к предпринимательству присоединяются государственные структуры, то в нем принимают участие предприятия и организации, основанные на государственной форме собственности, тогда существуют все основания говорить о государственном предпринимательстве. Государственное и особенно коммунальное предпринимательство (как разновидность государственного предпринимательства) может осуществляться в форме, аренды собственности соответствующей территориальной общины (административно-территориальной единицы) и государственной собственности предпринимателями.

2. Виды предпринимательской деятельности

Предпринимательская деятельность - разнообразна, как разнообразны человеческие нужды. Все многочисленные проявления предпринимательской деятельности можно разделить на три основные ее вида: производственное предпринимательство; коммерческое предпринимательство; финансово-кредитное предпринимательство (рис. 2).

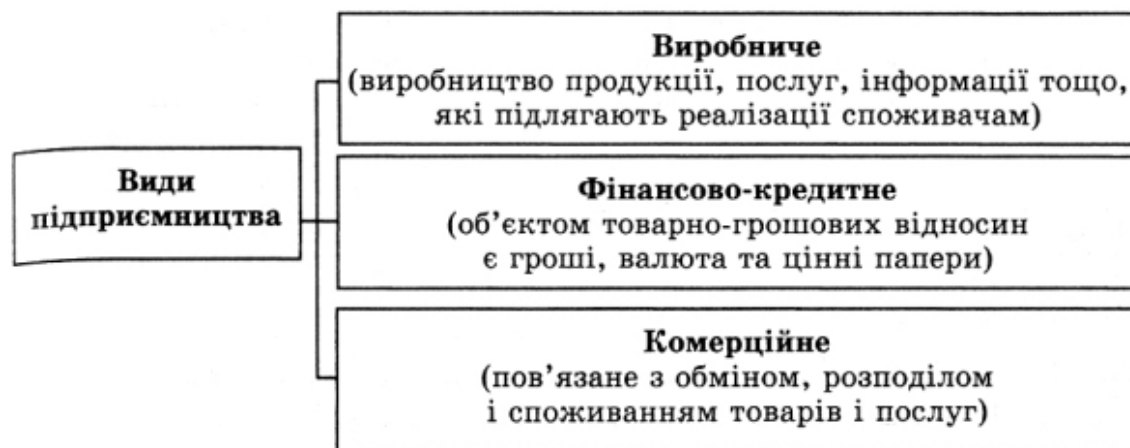


Рис. 5.2. Види підприємницької діяльності

Производственное предпринимательство есть важнейшим, определяющим. ведущим видом предпринимательской деятельности, направленным на производство продукции, услуг, информации и т.п., которые подлежат реализации потребителями. Эта деятельность осуществляется предприятиями, которые изготавливают разнообразную продукцию, выполняют строительные, ремонтные и другие работы, предоставляют бытовые, консультативные, информационные и другие услуги, создают духовные блага и т.п..

Производственное предпринимательство принадлежит к наиболее сложным, серьезным, общественно необходимым и вместе с тем трудным видам бизнеса.

С этим частично связан и тот факт, что к производственному предпринимательству значительно менее тяготеет, чем к другим видам предпринимательской деятельности, которые значительно быстрее и проще приносят прибыли. Так, из общего количества действующих малых предприятий лишь каждое шестое функционирует в промышленности (16,4 % от общего количества действующих малых предприятий), каждое двенадцатое - в строительстве (8,6 %), лишь 4,4 % - на транспорте. Однако в оптовой и розничной торговле, включая торговлю транспортными средствами и услуги по их ремонту действуют 3,5 малых предприятий (40,6 %) (табл. 2).

Для многих производственное предпринимательство не ассоциируется с бизнесом. Для них бизнес - это коммерция, а не производство. И такие люди глубоко ошибаются. Бизнес теснейшим образом связан с производством. Без производственного предпринимательства, торговый бизнес не имел бы

материальной основы, осталась бы лишь возможность торговать импортными товарами.

В центре производственного предпринимательства - изготовление потребительских благ. Таким образом, к производственному предпринимательству принадлежат и заводы, и фабрики, и парикмахерские, и кафетерии, и школы, и лицеи, и агрофирмы. Эти предприятия могут и сами реализовать свою продукцию, но главная их функция - производство.

Производственное предпринимательство тесно связано с бизнесом в сфере обращения, оказывает содействие ему. Товары, которые производятся, необходимо продавать, обменивать на деньги или на другие товары. Из истории развития предпринимательства видно, что бизнес в сфере ремесел породил купеческий бизнес (коммерческое предпринимательство). Эта связь прослеживается на протяжении многих столетий. При этом производство не всегда занимало активную позицию. Коммерческий бизнес, в частности торговля, которая имела спрос и товары, значительно активизировала производственное предпринимательство.

Таблица 2. Количество предприятий и численность работников малых предприятий по областям экономики Украины в 2002 г., (%)

	Кількість підприємств, одиниць	Середня чисельність всіх працівників
Всього	100	100
У тому числі:		
Промисловість	16,4	21,8
Сільське господарство	4,9	7,3
Транспорт	4,4	5,1
Будівництво	8,6	12,4
Оптова та роздрібна торгівля, включаючи торгівлю транспортними засобами та послуги з їх ремонту	40,6	26,9
Операції з нерухомістю, здавання у найм та послуги користувачам	14,8	13,9
Колективні, громадські та особисті послуги	3,8	5,1
Готелі та ресторани	3,4	4,1
Інші види діяльності	3,1	3,4

Принципиальная схема производственного предпринимательства изображена на рис. 5.2.

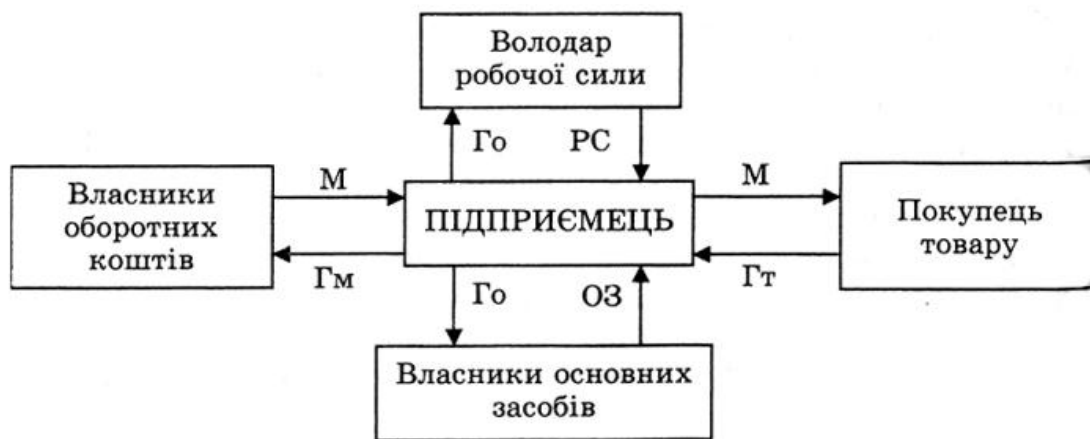


Рис. 5.2. Принципова схема виробничого підприємництва

Осуществление производственного предпринимательства связано с необходимостью получения предпринимателем целого ряда факторов производства, из которых на рис. 5.2. отображены лишь главные, обобщающие. Так, чтобы изготовить продукцию, товары, предпринимателю необходимы оборотные средства производства в виде материалов, из которых изготавливается продукция. Кроме того, в производстве понадобятся полуфабрикаты, т.е. готовые составляющие, которые будут использованы при изготовлении товара (например, пуговицы, гвозди, электродвигатели и т.п.). Все эти ресурсы обозначены на схеме буквой М. Для получения необходимых материалов необходимо приобрести, их у владельцев оборотных средств, уплатив им определенную сумму денег (Дм).

Дальше для производства необходимы основные средства (ОЗ) в виде рабочих помещений, машин, оборудования и т.п.. За это необходимо уплатить владельцам основных средств производства определенную денежную сумму (До). Производство требует привлечения предпринимателем рабочей силы (РС).

Чаще всего это наемные работники, а затраты предпринимателя на оплату труда обозначены в схеме буквами Др. К этой сумме необходимо включить также заработную плату самого предпринимателя.

Производственное предпринимательство завершается выпуском товара (Т), который продается предпринимателем или непосредственно потребителю или торговым организациям. В результате предприниматель получает выручку от продажи товара (Дт).

Коммерческое предпринимательство — это деятельность, связанная с обменом, распределением и потреблением товаров и услуг.

Содержанием коммерческого предпринимательства есть товарно-денежные и торгово-обменные операции. Коммерция в узком понимании слова - это торговля, а коммерсант - это работник торговли. Торгово-обменные операции осуществляются в виде соглашения о купле - продажи или перепродажи товаров и услуг. Представителями коммерческого предпринимательства есть разные торговые организации, которые реализуют (продают) предметы потребления и средства производства.

Принципиальная схема коммерческого предпринимательства есть существенным образом более простой, чем схема производственного предпринимательства в связи с незначительным количеством основных факторов, которые влияют на коммерческий бизнес.

В упрощенном виде схема коммерческого бизнеса представлена на рис. 5.3.

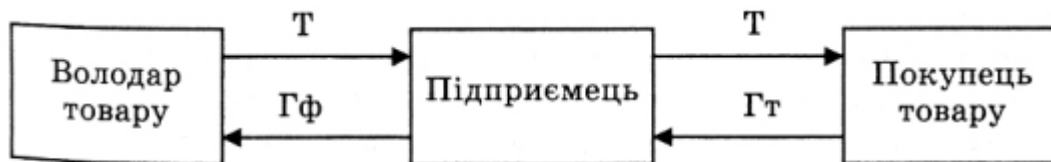


Рис. 5.3. Принципова схема комерційного підприємництва

Предприниматель закупает товар (Т) у владельца товаром. Товар есть для коммерсантов определяющим фактором бизнеса. Предприниматель платит за товар его владельцу денежную сумму (Дф), которая зависит от объема товара и его цены на рынке продажи, как правило, по оптовым ценам, которые значительно меньше, чем на рынке розничных цен, по которым потом реализуются закупленные товары.

Поэтому во время реализации всей партии товара коммерсант получает соответствующую выручку (Дт).

Основной формулой торгового соглашения есть: "товар - деньги" (за товар - деньги) при продаже и "деньги - товар" (за деньги - товар) при покупке. Торговля охватывает и так называемые бартерные, товарообменные операции, которые осуществляются по формуле: "товар - товар" (за товар - другой товар или услуги).

Формула торгового соглашения якобы есть, проста, но реальная картина коммерческого предпринимательства намного более сложная, чем это кажется на первый взгляд. Коммерческое предпринимательство включает поиск, закупку товара любого вида и типа, обеспечивает его сохранение, транспортировку, доставку в торговое предприятие (место), продажу товара, а иногда и после продажное обслуживание покупателя-потребителя, например, доставку домой, установку, отладку, устранение дефектов и т.п.. Торговля включает также и документальное оформление торгового соглашения.

Субъектами коммерческого предпринимательства являются магазины, вещевые и продовольственные рынки, биржи, выставки-продажи, аукционы, торговые дома, ярмарки, торговые базы, другие заведения торговли, в том числе коммерческие (торговые) киоски и палатки.

В условиях многочисленных хозяйственных связей коммерческие организации не в состоянии разрешить весь вопрос обращения собственными усилиями.

Поэтому надежными партнерами здесь выступают посредники. Представителями посреднических структур являются учреждения и отдельные лица, которые находятся между предпринимателем и потребителем. Посреднические фирмы осуществляют не только брокерские

(посреднические) операции, а и могут также осуществлять торговлю на собственное усмотрение. Посреднический бизнес как разновидность коммерческого предпринимательства все больше распространяется в рыночной экономике.

Финансово-кредитное предпринимательство — это деятельность, где объектом купли-продажи является специфический товар — деньги, иностранная валюта, ценные бумаги.

Сущность финансово-кредитного предпринимательства заключается в том, что предприниматель приобретает главный фактор предпринимательства в виде разных денежных средств (денег, валюты, ценных бумаг) за денежную сумму (G_c) у собственников денежных средств. Приобретенные денежные средства (G_c) потом продаются покупателям за плату (G_t), что превышает предыдущую денежную сумму (G_f), в результате чего образовывается предпринимательская прибыль (рис. 5.4).

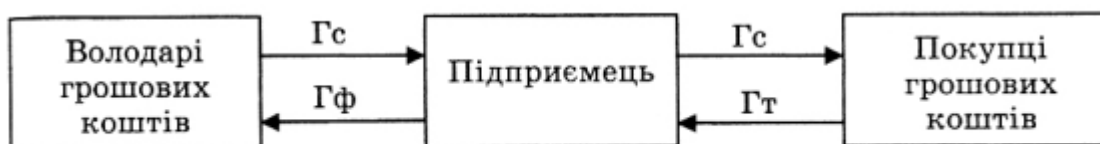


Рис. 5.4. Принципова схема фінансово-кредитного підприємництва

Финансово-кредитное предпринимательство принадлежит к наиболее сложному виду предпринимательской деятельности, оно идет корнями в ростовничество, известное еще во времена Древней Греции.

В Украине финансово-кредитное предпринимательство находится лишь на начальной стадии становления. В связи с широким распространением купли-продажи акций, облигаций, развитием кредитного отношения, расширением круга валютных операций, формированием системы коммерческих банков в Украине предполагается значительный рост активности финансово-кредитного бизнеса.

Финансово-кредитное предпринимательство способно приносить не меньшие доходы, чем коммерческое, но требует более высоких требований к знаниям и опыту предпринимателей, продавцов и покупателей денежных средств. Опыт финансово-кредитного предпринимательства в Украине свидетельствует о значительном риске всех участников этого нового и непривычного пока что для многих украинцев вида предпринимательской деятельности.

Агентами финансово-кредитного предпринимательства есть коммерческие банки, фондовые биржи, отдельные фирмы, даже граждане-предприниматели.

В Украине на начало 2000 г. было зарегистрировано и действовало: 203 коммерческие банка, 340 бирж, в том числе - 4 фондовые биржи, 1330 инвестиционных компаний и фондов, 390 кредитных союзов.

Особой формой финансово-кредитного предпринимательства есть *страховое предпринимательство*. Каждый предприниматель действует на свой страх и риск и не может обойтись без надежного страхования на случай

опасности. Страхование - это формирование денежных фондов и их использование на возмещение убытков в случае непредусмотренных случаев и на помощь гражданам в определенные периоды жизни.

Наиболее известные три вида страхования: страхование жизни и здоровья, имущества, ответственности.

При страховании жизни и здоровья страховщик обязуется выдать страхователю соответствующую сумму средств в зависимости от потери здоровья, обусловленной несчастным случаем. При условии потери жизни сумма средств, указанная в соглашении, предоставляется наследникам страхователя.

При страховании имущества осуществляется его оценка, и в страховом контракте устанавливается часть компенсации стоимости утраченного имущества (например, от пожара, аварии или похищения автомобиля и т.п.), в зависимости от причиненного убытка.

Страхование ответственности - это страхование задолженности, т.е. ответственности должников. Предположим, что банк предоставил заемщику кредит. Существует риск, что заемщик окажется безответственным лицом и не уплатит кредит в определенный срок, не уплатит проценты за кредит. Чтобы подстраховаться на такой случай, банк заключает со страховой компанией соглашение, в котором определяются условия возмещения потерь в связи с неуплатой кредитов.

В Украине на начало 2000 г. были выданы лицензии (специальные разрешения) на осуществление предпринимательской деятельности 262 страховым организациям.

3. Организационные единицы предпринимательства

Любая предпринимательская деятельность происходит в определенных организационных формах. Выбор формы организации предпринимательской деятельности зависит от личных интересов и вкусов, но в основном определяется объективными условиями - сферой деятельности, наличием денежных средств, преимуществами и недостатками соответствующих форм предприятий. Чтобы сделать правильный выбор, надо знать, из чего можно выбрать.

Организационной единицей предпринимательства является фирма или компания.

Фирма — это предприятие, организация, учреждение, которое осуществляет хозяйственную деятельность с целью получения прибыли. Как фирмы могут быть представлены индивидуальные предприниматели и их объединения.

Компания — это ассоциация предприятий, которая функционирует на принципах партнерства, корпорации или других форм организации бизнеса. Это лишь общие названия, которые используются относительно любого предприятия. Они отображают только тот факт, что предприятия или организации имеют право юридического или физического лица (гражданина-предпринимателя). Тем не менее, понятие "фирма" или "компания" не

отображают организационно-правовой статус субъекта предпринимательской деятельности. Поэтому, кроме названия фирмы, любому предпринимателю важно выбрать конкретную организационно-правовую форму своей деятельности, т.е. зафиксированное нормами правовое единство организационных и экономических основ деятельности субъекта предпринимательства.

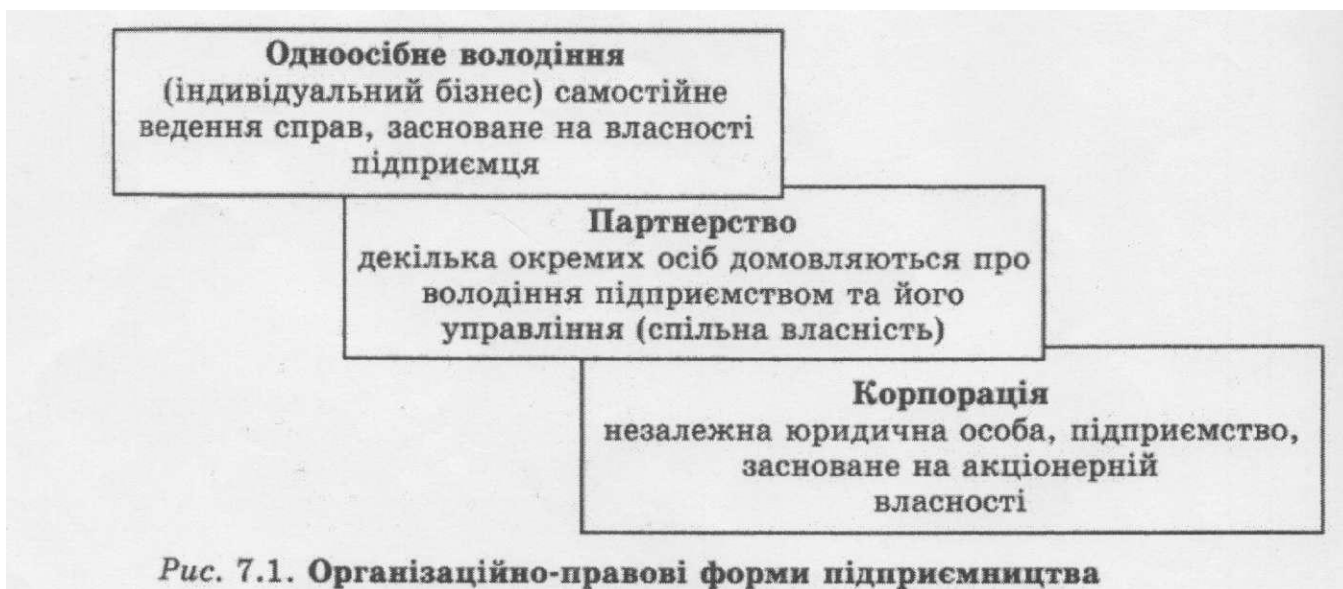
Наиболее значащими признаками, которые отличают какую-то одну организационно-правовую форму от других, целесообразно считать:

- количество участников создаваемого хозяйственного субъекта (объединение);
- кто является владельцем используемого капитала;
- источник имущества как материальной основы хозяйственной деятельности;
- границы имущественной (материальной) ответственности;
- способ распределения прибыли и убытков;
- форму управления субъектом хозяйствования.

4. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Общеизвестны три основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности (см. рис. 7.1):

- 1) единоличные владения;
- 2) партнерства (общества);



Единоличное владение. Суть его заключается в том, что все имущество Фирмы принадлежит одному владельцу, который самостоятельно управляет

3) корпорации. Рассмотрим детальнее эти формы. Фирмой, получает прибыль и несет полную личную ответственность за все 'Обязательства фирмы. Единоличную владения имеют свои преимущества.

Во-первых, поскольку вся прибыль принадлежит предпринимателю, он кровно заинтересован в эффективной работе. Сосредоточение прибыли в одних руках дает возможность непосредственно использовать ее в интересах дела. И вдобавок прибыль предпринимателя в рыночной экономике рассматривается как его индивидуальный доход и облагается лишь индивидуальным подоходным налогом (а не налогом на прибыль, как в других случаях).

Во-вторых, У владельца фирмы затраты на организацию производства являются небольшими. Его управленческие решения немедленно воплощаются в жизнь. Он не подотчетен совладельцам или любым руководящим органам. Небольшие размеры фирмы дают возможность предпринимателю поддерживать прямые контакты со своими работниками и клиентами. Полная независимость очень ценится предпринимателями.

В-третьих, единоличному владению присущи простота в организации фирмы и ее ликвидации. В обоих случаях достаточно лишь решения самого предпринимателя.

Тем не менее, эта форма предпринимательства имеет и значительные недостатки.

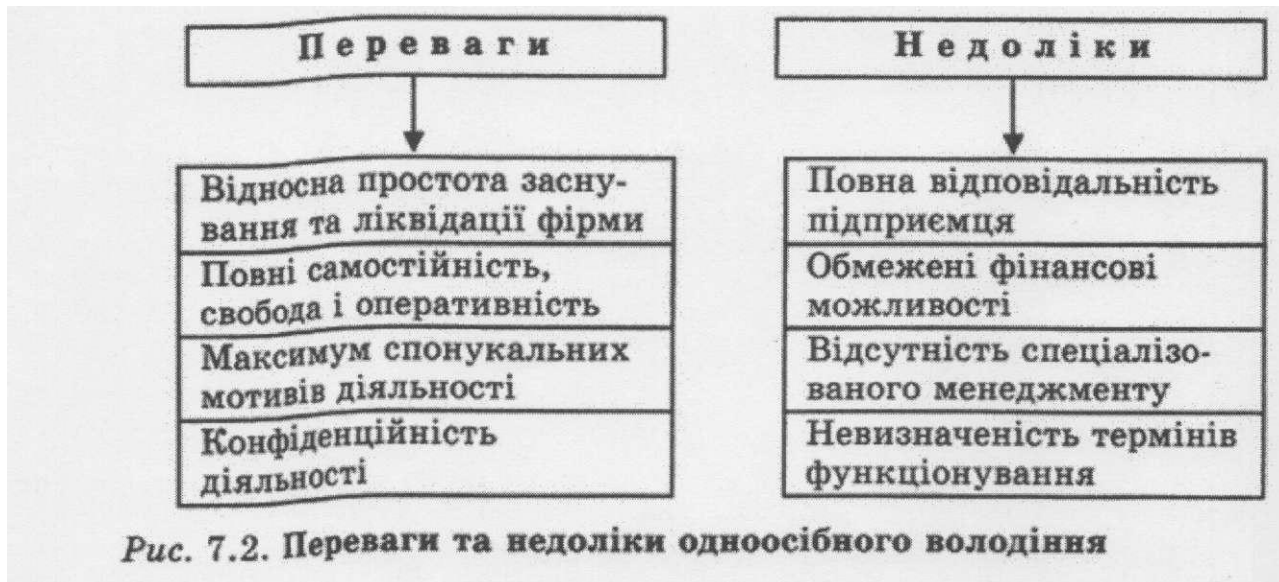
1. Имеют место трудности с привлечением больших капиталов, а собственных финансовых ресурсов единоличного предпринимателя большей частью не хватает для развития своего дела. Через невысокий уровень платежеспособности коммерческие банки неохотно предоставляют таким предпринимателям большие кредиты, требуя более высокую плату за пользование ими.

2. Полная ответственность за долги. Это означает, что в случае неудачного хозяйствования единоличный собственник может потерять не только личные сбережения, а и все имущество, которое пойдет в уплату долгов: кредиторам.

3. Отсутствие^ специализированного менеджмента, который, ясная вещь, отрицательно сказывается на эффективности предпринимательской деятельности. Ведь единоличный собственник сам выполняет все управленческие функции. Тем не более далеко не все люди способные на это.

4. Неопределенность сроков функционирования. Предпринимательская деятельность такой организационной формы юридически прекращается в случае банкротства, лишения свободы за уголовное преступление, психического заболевания или смерти единоличного собственника (рис. 7.2).

Партнерство общество). Эта форма организации предпринимательства является логическим продолжением развития единоличного владения. Такая организационно - правовая форма предпринимательской деятельности предусматривает объединение капиталов двух и более отдельных физических или юридических лиц при условиях распределения риска, прибыли и убытков на основе равенства; общего контроля результатов бизнеса;



По степені участія основателів (партнерів) в діяльності підприємства прийнято различать общества: полные (с полной ответственностью); коммандитные; общества с дополнительной и ограниченной ответственностью.

Рассмотрим, какие преимущества партнерство имеет перед единоличными владениями.

Во-первых, возрастают финансовые возможности фирмы вследствие объединения нескольких капиталов. Банки, более уверенно дают кредиты таким фирмам.

Во-вторых, совершенствуется управление фирмой. Появляется специализация в управлении, т.е. распределение управленческих функций между партнерами. Кроме того, есть возможность нанять профессиональных менеджеров.

В-третьих, большая свобода и оперативность хозяйственных действий.

В-четвертых, как и единоличные владения, партнерства пользуются налоговыми льготами, поскольку прибыль каждого участника облагается налогами как его индивидуальный доход.

Тем не менее, этот тип организации предпринимательской деятельности имеет определенные недостатки, из-за чего он иногда не только не может преодолеть несовершенство единоличной собственности, а и порождает новые проблемы.

1. Неограниченная ответственность любого общества может угрожать всем партнерам так же, как и единоличному собственнику.

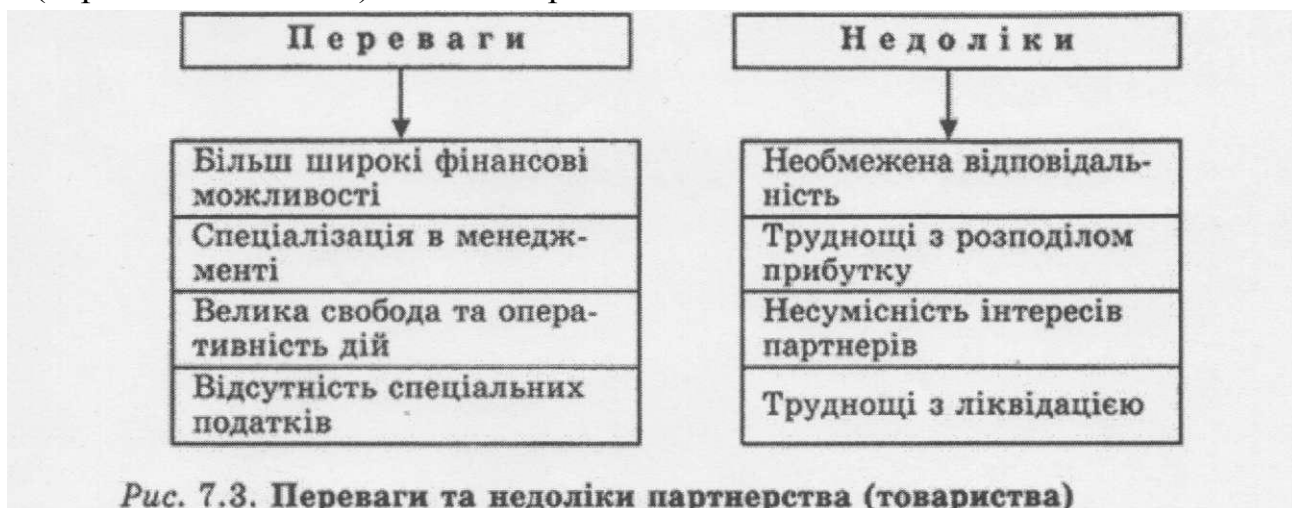
активного участия в его ведении. Основой взаимоотношений между сторонами, которые вступают в партнерство, является договор.

Крах одного из партнеров может вызвать банкротство общества в целом, поскольку в большинстве случаев участники несут солидарную ответственность.

2. Недостаточность опыта хозяйствования и несовместимость интересов партнеров могут провоцировать малоэффективную деятельность, а коллективный менеджмент - негибкое управление обществом.

3. Непредсказуемость процесса и результатов деятельности общества как неустойчивой организационно-правовой формы предпринимательства значительно увеличивают хозяйственный риск и уменьшают уверенность в достижении ожидаемой выгоды (рис. 7.3).

Корпорация (акционерное общество) является сейчас доминирующей формой предпринимательской деятельности. Ее владельцами считаются акционеры, которые имеют ограниченную ответственность в размере своего вклада в акционерный капитал корпорации. Вся прибыль корпорации принадлежит ее акционерам. Выделяют две ее части. Одна часть распределяется среди акционеров в виде дивидендов, вторая - это нераспределенная прибыль, которая используется на реинвестирование. Функции собственности и контроля разделены между акционерами; (держателями акций) и менеджерами.



Преимущества корпорации (акционерного общества) являются достаточно известными.

Во-первых, корпорация является наиболее эффективной формой организации предпринимательской деятельности с точки зрения реальной возможности привлечения необходимых инвестиций. Именно через рынок ценных бумаг (фондовую биржу) она может объединять разные по размерам капиталы большого количества физических и юридических лиц для финансирования современных направлений научно-технического и

организационного прогресса, наращивания производственного потенциала.

Во-вторых, мощной корпорации значительно проще постоянно увеличивать объемы производства или услуг. Это дает хорошую возможность получать прибыль, которая постоянно возрастает.

В-третьих, каждый акционер как совладелец корпорации несет лишь ограниченную ответственность (при банкротстве фирмы он теряет только, стоимость своих акций). Важно и то, что отдельное лицо может уменьшить свой собственный финансовый риск, если будет покупать акции нескольких

корпораций. Кредиторы могут предъявить претензии лишь корпорации как юридическому лицу, а не отдельным акционерам как физическим лицам.

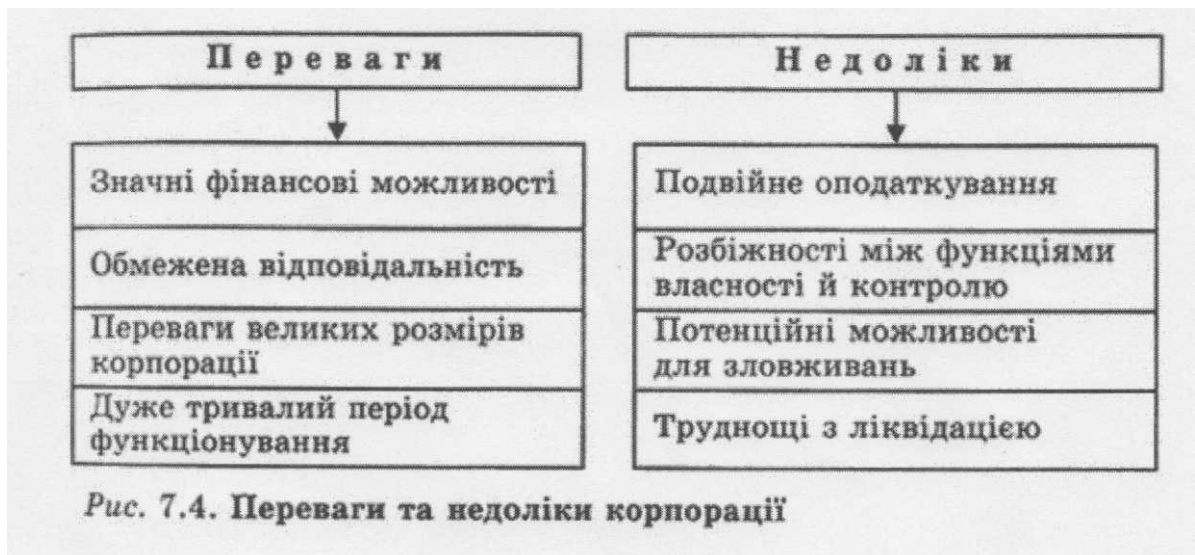
В-четвертых, корпорация — это организационно-правовое образование, которое может функционировать очень продолжительный период (постоянно), что создает неограниченные возможности для перспективного развития.

Корпоративная форма организации предпринимательской деятельности, как и все другие, имеет недостатки.

1. Имеют место определенные расхождения между функциями собственности и контроля, который отрицательно влияет на необходимую гибкость оперативного управления корпорацией. Распределение функций собственности и контроля может привести к возникновению социальных разногласий (конфликтов) между менеджерами и акционерами корпорации

2. Корпорация платит, большие налоги в расчете на единицу получаемой прибыли, чем другие организационные формы бизнеса. Ведь налогообложению подлежит сначала полученная корпорацией прибыль, а потом - дивиденды акционеров, т.е. фактически имеет место проблема двойного налогообложения.

3. В корпоративной форме бизнеса существуют потенциальные возможности для злоупотребления должностных лиц. Например, руководство корпорации может организовать эмиссию акций для покрытия убытков, вызванных бесхозяйственностью определенных структурных звеньев (рис. 7.4).



Итоги темы

1. В зависимости от того, действует ли предприниматель самостоятельно, лично или в партнерстве с другими предпринимателями, пользуется он лишь своим имуществом или вместе с тем и имуществом других лиц, или привлекается государственное имущество, предпринимательство разделяют на *частное, коллективное и государственное*.

2. Все многочисленные проявления предпринимательской деятельности можно сгруппировать по трем основным ее видам: производственное предпринимательство; коммерческое предпринимательство; финансово-кредитное предпринимательство.

3. Производственное предпринимательство - это предпринимательская деятельность, связанная с производством продукции, услуг, информации и т.п., которые подлежат реализации потребителям. Это важнейший вид предпринимательской деятельности, направленный на производство товаров и предоставление услуг.

4. Коммерческое предпринимательство - это деятельность, связанная с обменом, распределением и потреблением товаров и услуг. Содержанием этой формы предпринимательской деятельности есть товарно-денежные и торгово-обменные операции.

5. Разновидностью коммерческой предпринимательской деятельности есть посредническое предпринимательство, представителями которого являются учреждения и отдельные лица, которые находятся между предпринимателем и потребителем.

6. Финансово-кредитное предпринимательство отличается от других видов предпринимательской деятельности тем, что объектом купли-продажи здесь выступает специфический объект - деньги, иностранная валюта, ценные бумаги.

7. Страхование предпринимательство связано с риском, который является неотъемлемой чертой рыночной экономики. Предприниматель действует на

свой страх и риск и потому не может обойтись без надежного страхования жизни, здоровья, имущества на случай опасности.

8. Организационной единицей предпринимательской деятельности является фирма или компания.

9. Основными формами организации предпринимательской деятельности рыночной экономике являются единоличные владения, партнерства (общества) и корпорации.

10. Каждая из трех основных организационно-правовых форм предпринимательства имеет преимущества и недостатки (ограничения), которые учитывает предприниматель, начиная свое дело. Выбор организационной формы предпринимательства зависит от цели и финансовых потребностей конкретного направления предпринимательской деятельности.

Термины и понятия для словаря

Агенты финансово-кредитного предпринимательства

Виды предпринимательства

Производственное предпринимательство

Гражданин-предприниматель

Государственное предпринимательство

Коллективное предпринимательство

Коммерческое предпринимательство

Оборотные средства производства

Основные средства производства

Посредническое предпринимательство

Частное предпринимательство

Страховое предпринимательство

Торговое соглашение

Финансово-кредитное предпринимательство

Вопрос для самоконтроля

1. Охарактеризуйте разновидности предпринимательства в зависимости от количества его участников и формы собственности на ресурсы и факторы предпринимательской деятельности.

2. Какие существуют виды предпринимательства?

3. Раскройте сущность производственного предпринимательства.

4. Что является продуктом (результатом) производственно-предпринимательской деятельности?

5. Дайте определение понятий "торговля", "коммерсант".

6. *Что такое коммерческое предпринимательство?*
7. *В чем заключается связь производственного и коммерческого предпринимательства?*
8. *Что такое посредничество?*
9. *Каким образом посреднический бизнес объединяется с другими видами предпринимательской деятельности?*
10. *В чем сущность финансово-кредитного предпринимательства?*
11. *Чем финансово-кредитное предпринимательство отличается от коммерческого?*
12. *Каковы роль и значение страхования, страховой деятельности?*
13. *Назовите основные объекты страхования.*
14. *Как соотносятся понятие "фирма" и "предприятие"?*
15. *Какие существуют основные организационно - правовые формы предпринимательства?*
16. *Какие основные преимущества и недостатки единоличного владения?*
17. *Определите, что понимается в бизнесе под словом "партнерство".*
18. *Какие основные преимущества партнерства по сравнению с единоличным владением?*
19. *В чем заключаются преимущества и недостатки корпоративной формы организации предпринимательства?*

Практические задачи

1. *Какую организационно-правовую форму предпринимательской деятельности, вы выберете в начале бизнесовой деятельности? Объясните почему.*
2. *Почему банкиры неохотно предоставляют кредиты партнерством (обществам) и особенно единоличным владениям?*
3. *Какой организационно-правовой формой, на ваш взгляд, должно быть предпринимательство, которое производит: а) корабли; б) бытовую технику; в) тетради; г) автомобили; д) одежду; е) пирожки? Объясните.*
4. *Заполните таблицу*
5. *Проведите сравнительный анализ преимуществ и недостатков единоличного владения и партнерства.*

Вопрос	Единоличное владение	Партнерство	Корпорация
Кто является собственником?			
Источник капитала			

Кому принадлежит прибыль?			
Кто несет ответственность?			
Форма управления			
Какие преимущества данной организационно - правовой формы?			
Какие недостатки данной организационно - правовой формы?			

Практические задачи

1. Самостоятельно охарактеризуйте понятие "физическое лицо" и юридическое лицо". Какие, по вашему мнению, формы предпринимательской деятельности наиболее присущие юридическим лицам? Раскройте преимущества и недостатки частного и коллективного предпринимательства.

2. Какое содержание вкладывается в понятие "производственное предпринимательство"? Не видите ли вы разногласия в объединении понятий "производство" и "предпринимательство"?

3. Раскройте принципиальную схему производственного предпринимательства. Назовите основные ресурсы производственного предпринимательства и его факторы. Почему, по вашему мнению, перед Украиной возникла острая потребность в производственном предпринимательстве?

4. Приведите схему осуществления торговой операции. Охарактеризуйте ресурсы и факторы коммерческого предпринимательства. Объясните, каким образом образовывается прибыль от коммерческой деятельности.

5. О посредничестве очень часто говорят как о ненужном и вредном виде предпринимательской деятельности. Можете ли вы согласиться с таким утверждением? Какую роль играют посредники в бизнесе? Считаете ли вы правомерным относить посредничество к бизнесу услуг? Дополните фразу: "Посредник — это лицо, которое стоит между ... и ...".

6. Раскройте принципиальную схему финансово-кредитного предпринимательства. Что дает людям купля и продажа денежных средств? Каким образом финансовый предприниматель получает прибыль, за чей счет эта прибыль возникает?

7. На каком основании страховую деятельность можно назвать предпринимательской? Объясните, каким образом предприниматели, которые осуществляют страховую деятельность, получают прибыль, за какой счет она возникает. Рискует ли страховая компания?

Темы рефератов

1. Проблемы и перспективы развития частного предпринимательства в Украине.
2. Производственное предпринимательство — важнейший вид предпринимательской деятельности.
3. История развития коммерческого предпринимательства.
4. Роль и значение посреднического предпринимательства.
5. Финансово-кредитное предпринимательство в Украине.

Тесты

1. На какие разновидности делится предпринимательство в зависимости от собственности?
 - 1.1. Индивидуальное.
 - 1.2. Частное.
 - 1.3. Личное.
 - 1.4. Коллективное.
 - 1.5. Корпоративное.
 - 1.6. Государственное.

2. Какие существуют виды предпринимательства?
 - 2.1. Производственное.
 - 2.2. Индивидуальное.
 - 2.3. Материальное.
 - 2.4. Коммерческое.
 - 2.5. Финансово-кредитное.
 - 2.6. Корпоративное.

3. Какой вид предпринимательства является важнейшим?
 - 3.1. Коммерческий.
 - 3.2. Производственный.
 - 3.3. Финансово-кредитный.

4. Что является основной функцией производственного предпринимательства?
 - 4.1. Купля товара.
 - 4.2. Продажа товара.
 - 4.3. Производство товара.
 - 4.4. Потребление товара.
 - 4.5. Распределение товара.

5. Что является объектом купли-продажи финансово-кредитного предпринимательства? (Несколько ответов.)
 - 5.1. Продукция.
 - 5.2. Деньги.

- 5.3. Услуги.
- 5.4. Ценные бумаги.
- 5.5. Информация.
- 5.6. Иностранная валюта.

6. Предприятие, основанное на собственности физического лица, это:

- 6.1. Собственное предприятие.
- 6.2. Частное предприятие.
- 6.3. Коллективное предприятие.
- 6.4. Личное предприятие.

7. Владелец частного предприятия:

- 7.1. Имеет право найма работников.
- 7.2. Не имеет права найма работников.

8. В центре производственного предпринимательства:

- 8.1. Финансовые операции.
- 8.2. Торговля.
- 8.3. Изготовление потребительских благ.

9. Деятельность, связанная с обменом, распределением и потреблением товаров и услуг,:

- 9.1. Производственное предпринимательство.
- 9.2. Коммерческое предпринимательство.
- 9.3. Финансово-кредитное предпринимательство.

10. Укажите субъекты коммерческого предпринимательства.

- 10.1. Фабрики.
- 10.2. Магазины.
- 10.3. Ярмарки.
- 10.4. Заводы.
- 10.5. Больницы.

11. Страхование предпринимательства – это особая форма:

- 11.1. Производственного предпринимательства.
- 11.2. Коммерческого предпринимательства.
- 11.3. Финансово-кредитного предпринимательства.

Ключ к тестам:

- 1.** 1.2. 1.4. 1.6. **2.** 2.1. 2.4. 2.5 **3.** 3.2. **4.** 4.3. **5.** 5.2. 5.4 5.6. **6.** 6.2. **7.** 7.1. **8.** 8.3. **9.** 9.2. **10.** 10.2. 10.3 **11.** 11. 3.

Ключ к тестам по вариантам:

В I: 1.2; 2.2, 2.4, 2.6; 3.2; 4.2; 5.1.

В II: 1.1, 1.4, 1.5; 2.2; 3.2, 3.3; 4.1; 5.3.

В III: 1.2; 2.1; 3.3; 4.2, 4.4, 4.6; 5.2.

В IV: 1.1; 2.3; 3.2, 3.4, 3.6; 4.2; 5.2, 5.3.

Вариант I

1. На какие разновидности делится предпринимательство в зависимости от собственности?

1.1. Индивидуальное.

1.2. Частное.

1.3. Личное.

1.4. Коллективное.

1.5. Корпоративное.

1.6. Государственное.

2. Что является объектом купли-продажи финансово-кредитного предпринимательства? (Несколько ответов.)

2.1. Продукция.

2.2. Деньги.

2.3. Услуги.

2.4. Ценные бумаги.

2.5. Информация.

2.6. Иностранная валюта.

3. Деятельность, связанная с обменом, распределением и потреблением товаров и услуг,:

3.1. Производственное предпринимательство.

3.2. Коммерческое предпринимательство.

3.3. Финансово-кредитное предпринимательство.

4. Какой вид предпринимательства является важнейшим?

4.1. Коммерческий.

4.2. Производственный.

4.3. Финансово-кредитный.

5. Владелец частного предприятия:

5.1. Имеет право найма работников.

5.2. Не имеет права найма работников.

Вариант II

1. Какие существуют виды предпринимательства?

- 1.1. Производственное.
- 1.2. Индивидуальное.
- 1.3. Материальное.
- 1.4. Коммерческое.
- 1.5. Финансово-кредитное.
- 1.6. Корпоративное.

2. Предприятие, основанное на собственности физического лица, это:
- 2.1. Собственное предприятие.
 - 2.2. Частное предприятие.
 - 2.3. Коллективное предприятие.
 - 2.4. Личное предприятие.

3. Укажите субъекты коммерческого предпринимательства.
- 3.1. Фабрики.
 - 3.2. Магазины.
 - 3.3. Ярмарки.
 - 3.4. Заводы.
 - 3.5. Больницы.

4. Что является основной функцией производственного предпринимательства?

- 4.1. Купля товара.
- 4.2. Продажа товара.
- 4.3. Производство товара.
- 4.4. Потребление товара.
- 4.5. Распределение товара.

5. В центре производственного предпринимательства:
- 5.1. Финансовые операции.
 - 5.2. Торговля.
 - 5.3. Изготовление потребительских благ.

Вариант III

1. Какой вид предпринимательства является важнейшим?
- 1.1. Коммерческий.
 - 1.2. Производственный.
 - 1.3. Финансово-кредитный.
2. Владелец частного предприятия:
- 2.1. Имеет право найма работников.
 - 2.2. Не имеет права найма работников.

3. Страхование предпринимательство – это особая форма:

3.1. Производственного предпринимательства.

3.2. Коммерческого предпринимательства.

3.3. Финансово-кредитного предпринимательства.

4. Что является объектом купли-продажи финансово-кредитного предпринимательства? (Несколько ответов.)

4.1. Продукция.

4.2. Деньги.

4.3. Услуги.

4.4. Ценные бумаги.

4.5. Информация.

4.6. Иностранная валюта.

5. Деятельность, связанная с обменом, распределением и потреблением товаров и услуг,:

5.1. Производственное предпринимательство.

5.2. Коммерческое предпринимательство.

5.3. Финансово-кредитное предпринимательство.

Вариант IV

1. Что является основной функцией производственного предпринимательства?

1.1. Купля товара.

1.2. Продажа товара.

1.3. Производство товара.

1.4. Потребление товара.

1.5. Распределение товара.

2. В центре производственного предпринимательства:

2.1. Финансовые операции.

2.2. Торговля.

2.3. Изготовление потребительских благ.

3. На какие разновидности делится предпринимательство в зависимости от собственности?

3.1. Индивидуальное.

3.2. Частное.

3.3. Личное.

3.4. Коллективное.

3.5. Корпоративное.

3.6. Государственное.

4. Предприятие, основанное на собственности физического лица, это:

- 4.1. Собственное предприятие.
- 4.2. Частное предприятие.
- 4.3. Коллективное предприятие.
- 4.4. Личное предприятие.

5. Укажите субъекты коммерческого предпринимательства.

- 5.1. Фабрики.
- 5.2. Магазины.
- 5.3. Ярмарки.
- 5.4. Заводы.
- 5.5. Больницы.

Термины и понятия для словаря

Хозяйствующие субъекты
Единоличное владение
Компания

Корпорация

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

Партнерство (общество)

Фирма

Вопрос для самоконтроля:

Темы рефератов

- i. Роль и место фирмы в рыночной экономике.
- ii. Единоличное владение как начальная форма предпринимательской деятельности.
- iii. Основные преимущества и недостатки организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.

Тесты

Какие есть основные организационные единицы предпринимательской деятельности?

- 1.1. Фирма.
- 1.2. Общество.
- 1.3. Компания.
- 1.4. Партнерство.
- 1.5. Бизнес.

2. Какие существуют на практике основные организационно-правовые формы предпринимательства?

- 2.1. Коллективное.
- 2.2. Единоличное владение.
- 2.3. Партнерство (общество).
- 2.4. Общее предприятие.
- 2.5. Компания.
- 2.6. Корпорация.

3. Какие преимущества имеет единоличное владение?

- 3.1. Относительная простота учреждения и ликвидации фирмы.
- 3.2. Специализация в менеджменте.
- 3.3. Полная самостоятельность, свобода и оперативность.
- 3.4. Максимум побудительных мотивов деятельности.
- 3.5. Ограниченная ответственность.
- 3.6. Значительные финансовые возможности.
- 3.7. Конфиденциальность деятельности.

4. Партнерство (общество) - это:

- 4.1. Самостоятельное ведение дел, основанное на собственности предпринимателя.
- 4.2. Объединение капиталов двух и больше отдельных физических или юридических лиц при условиях распределения прибыли и риска.
- 4.3. Независимое юридическое лицо, предприятие, основанное на акционерной собственности.

5. Собственник единоличного владения:

- 5.1. Не несет ответственность за обязательства фирмы.
- 5.2. Несет полную личную ответственность за обязательства фирмы.

6. Какие из положений не характеризуют единоличное владение?

- 6.1. Простота в организации фирмы и ее ликвидации.
- 6.2. Трудности с привлечением больших капиталов.
- 6.3. Полная ответственность за долги.
- 6.4. Наличие специализированных менеджеров.

7. Какие из положений не характеризуют партнерство?

- 7.1. Специализация в управлении.

7.2. Оперативность хозяйственных решений.

7.3. Отсутствие налоговых льгот.

7.4. Ограниченная ответственность.

8. Какие из положений не характеризуют корпорации? 8.1.

Специализация в управлении.

8.2 Оперативность хозяйственных решений.

8.3. Отсутствие налоговых льгот.

8.4 Неограниченная ответственность владельцев.

9. Акционер, как совладелец предприятия,:

9.1. Несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.

9.2. Не несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.

9.3. Несет ограниченную ответственность за обязательства предприятия.

10. Наиболее устойчивая организационно-правовая форма предпринимательства:

10.1. Единоличное владение.

10.2. Партнерство.

10.3. Корпорация.

Ключ к тестам:

1. 1.1, 1.3 2.2, 2.3. 2.6; 3.1, 3.3, 3.4, 3.7; 4.2. 5.2. 6.4. 7.3, 7.4. 8.4. 9.3. 10.3

Вопрос для самоконтроля:

2. Как соотносятся понятие "фирма" и "предприятие"?
3. Какие существуют основные организационно - правовые формы предпринимательства?
4. Какие основные преимущества и недостатки единоличного владения?
5. Определите, что понимается в бизнесе под словом "партнерство".
6. Какие основные преимущества партнерства по сравнению с единоличным владением?
7. В чем заключаются преимущества и недостатки корпоративной формы организации предпринимательства?

Презентация

Тема: ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

План

1. Организационные единицы предпринимательства.
2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

1. Организационные единицы предпринимательства

Организационной единицей предпринимательства является фирма или компания.

Фирма — это предприятие, организация, учреждение, которое осуществляет хозяйственную деятельность с целью получения прибыли. Как фирмы могут быть представлены индивидуальные предприниматели и их объединения.

Компания — это ассоциация предприятий, которая функционирует на принципах партнерства, корпорации или других форм организации бизнеса.

Наиболее значащими признаками, которые отличают какую-то одну организационно-правовую форму от других, целесообразно считать:

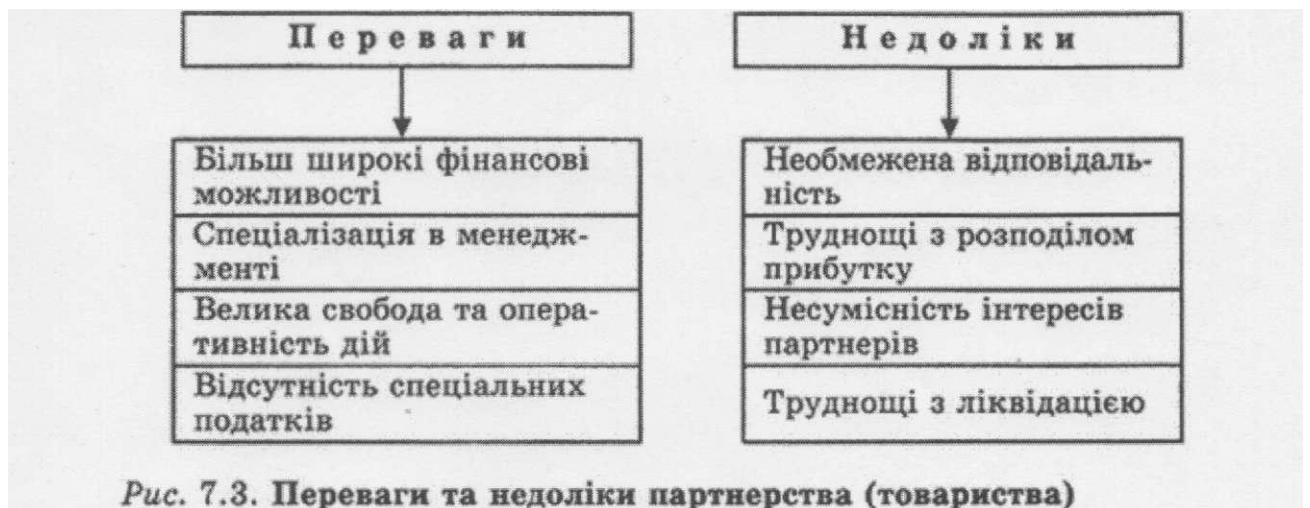
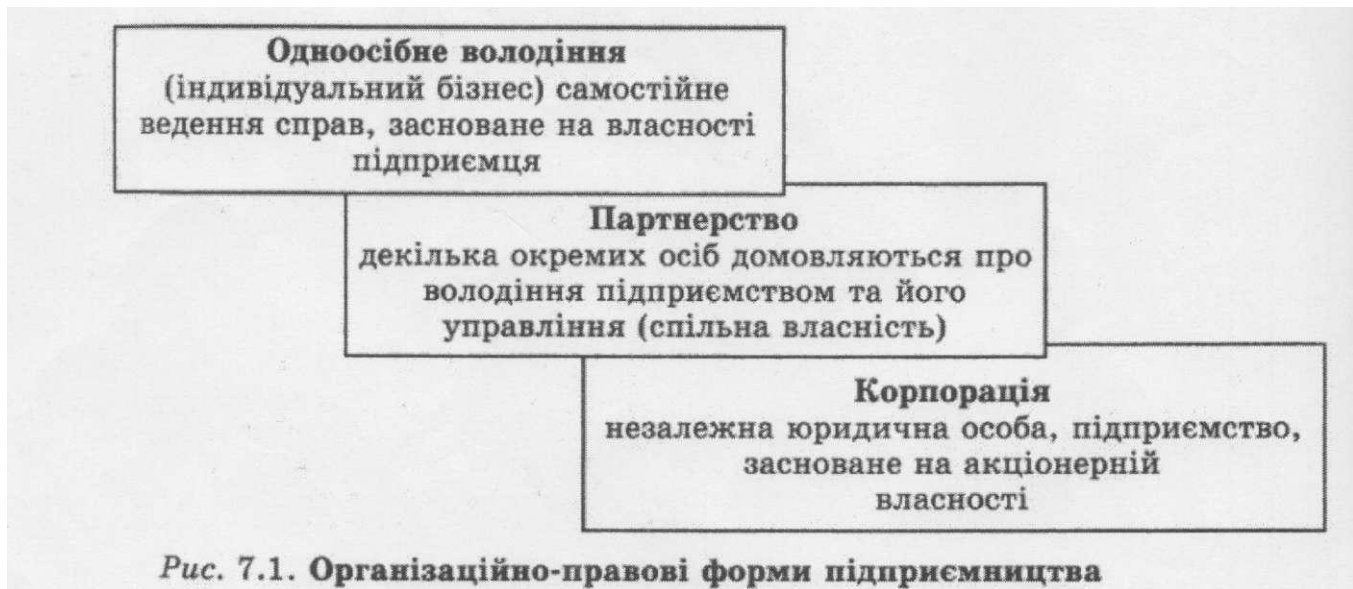
- 11 количество участников создаваемого хозяйственного субъекта (объединение);
- 12 кто является владельцем используемого капитала;
- 13 источник имущества как материальной основы хозяйственной деятельности;
- 14 границы имущественной (материальной) ответственности;
- 15 способ распределения прибыли и убытков;
- 16 форму управления субъектом хозяйствования.

2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

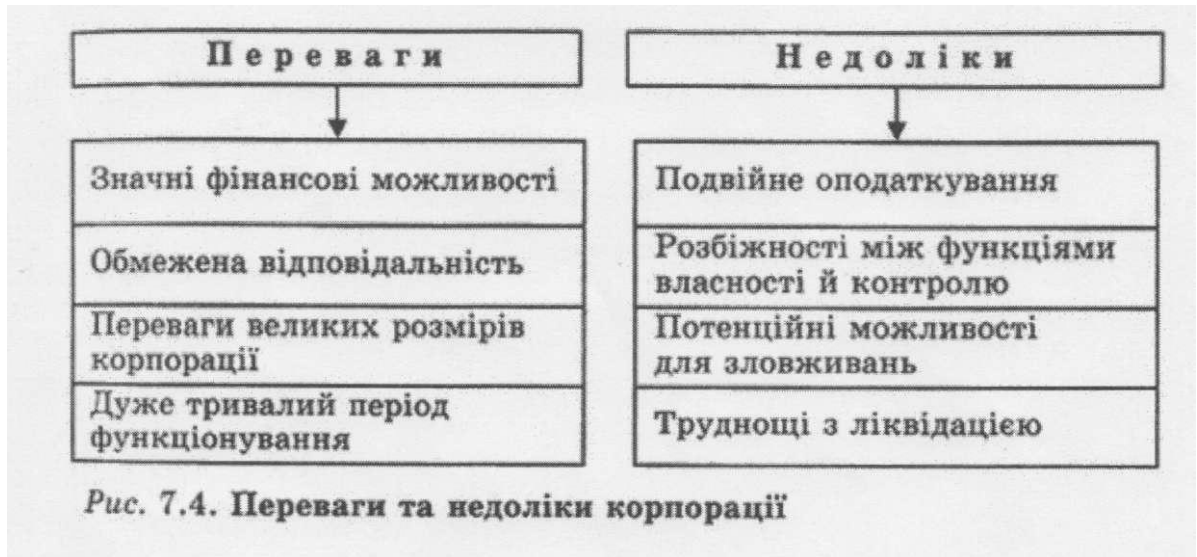
Общеизвестны три основные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности :

- a. единоличные владения;
- b. партнерства (общества);
- c. корпорации.

d.



a.



Итоги темы:

1. Организационной единицей предпринимательской деятельности является фирма или компания.

- i. Основными формами организации предпринимательской деятельности в рыночной экономике являются единоличные владения, партнерства (общества) и корпорации.
- ii. Каждая из трех основных организационно-правовых форм предпринимательства имеет преимущества и недостатки (ограничения), которые учитывает предприниматель, начиная свое дело. Выбор организационной формы предпринимательства зависит от цели и финансовых потребностей конкретного направления предпринимательской деятельности.

Вопрос для самоконтроля:

1. Как соотносятся понятия "фирма" и "предприятие"?
2. Какие существуют основные организационно - правовые формы предпринимательства?

3. Какие основные преимущества и недостатки единоличного владения?
4. Определите, что понимается в бизнесе под словом "партнерство".
5. Какие основные преимущества партнерства по сравнению с единоличным владением?
6. В чем заключаются преимущества и недостатки корпоративной формы организации предпринимательства?

Практические задачи

- a. Какую организационно-правовую форму предпринимательской деятельности, вы выберете в начале бизнесовой деятельности? Объясните почему.
- b. Почему банкиры неохотно предоставляют кредиты партнерством (обществам) и особенно единоличным владениям?
- c. Какой организационно-правовой формой, на ваш взгляд, должно быть предпринимательство, которое производит: а) корабли; б) бытовую технику; в) тетради; г) автомобили; д) одежду; е) пирожки? Объясните.

4. Заполните таблицу

- ii. Проведите сравнительный анализ преимуществ и недостатков единоличного владения и партнерства.

Вопрос	Единообразие	Партнерство	Корпорация
Кто является собственником?			
Источник капитала			
Кому принадлежит прибыль?			
Кто несет ответственность?			
Форма управления			
Какие преимущества данной организационно - правовой формы?			
Какие недостатки данной организационно - правовой формы?			

Темы рефератов

- i. Роль и место фирмы в рыночной экономике.
- ii. Единоличное владение как начальная форма предпринимательской деятельности.
- iii. Основные преимущества и недостатки организационно-правовых форм предпринимательской деятельности.

Тесты

Какие есть основные организационные единицы предпринимательской деятельности?

- 1.6. Фирма.
- 1.7. Общество.
- 1.8. Компания.
- 1.9. Партнерство.
- 1.10. Бизнес.

2. Какие существуют на практике основные организационно-правовые формы предпринимательства?

- 2.1. Коллективное.

- 2.2. Единоличное владение.
- 2.3. Партнерство (общество).
- 2.4. Общее предприятие.
- 2.5. Компания.
- 2.6. Корпорация.

3. Какие преимущества имеет единоличное владение?

- 3.1. Относительная простота учреждения и ликвидации фирмы.
- 3.2. Специализация в менеджменте.
- 3.3. Полная самостоятельность, свобода и оперативность.
- 3.4. Максимум побудительных мотивов деятельности.
- 3.5. Ограниченная ответственность.
- 3.6. Значительные финансовые возможности.
- 3.7. Конфиденциальность деятельности.

4. Партнерство (общество) - это:

- 4.1. Самостоятельное ведение дел, основанное на собственности предпринимателя.
- 4.2. Объединение капиталов двух и больше отдельных физических или юридических лиц при условиях распределения прибыли и риска.
- 4.3. Независимое юридическое лицо, предприятие, основанное на акционерной собственности.

5. Собственник единоличного владения:

- 5.1. Не несет ответственность за обязательства фирмы.
- 5.2. Несет полную личную ответственность за обязательства фирмы.

6. Какие из положений не характеризуют единоличное владение?

- 6.1. Простота в организации фирмы и ее ликвидации.
- 6.2. Трудности с привлечением больших капиталов.
- 6.3. Полная ответственность за долги.
- 6.4. Наличие специализированных менеджеров.

7. Какие из положений не характеризуют партнерство?

- 7.1. Специализация в управлении.
- 7.2. Оперативность хозяйственных решений.
- 7.3. Отсутствие налоговых льгот.
- 7.4. Ограниченная ответственность.

8. Какие из положений не характеризуют корпорации? 8.1.

- 8.1. Специализация в управлении.
- 8.2 Оперативность хозяйственных решений.
- 8.3. Отсутствие налоговых льгот.
- 8.4 Неограниченная ответственность владельцев.

9. Акционер, как совладелец предприятия,:

9.1. Несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.

9.2. Не несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.

9.3. Несет ограниченную ответственность за обязательства предприятия.

10. Наиболее устойчивая организационно-правовая форма предпринимательства:

10.4. Единоличное владение.

10.5. Партнерство.

10.6. Корпорация.

Ключ к тестам:

1. 1.1, 1.3 2.2, 2.3. 2.6; 3.1, 3.3, 3.4, 3.7; 4.2. 5.2. 6.4. 7.3, 7.4. 8.4. 9.3. 10.3

Ключ к тестам по вариантам:

В I: Ш, 1.3; "2.2; 3.1,3.3,3.4,3.7; 4.3,4.4; 5.3. **В II:** 1.2, 1.3, 1.6; 2.4; 3.2; 4.4; 5.3. **В III:** 1.1, 1.3, 1.4, 1.7; 2.3,2.4; 3.2; 4.1,4.3; 5.3. **В IV:** 1.2; 2.4; 3.4; 4.2,4.3,4.6; 5.3.

Вариант I

1. Какие есть основные организационные единицы предпринимательской деятельности?

1.1. Фирма.

1.2. Общество.

1.3. Компания.

1.4. Партнерство.

1.5. Бизнес.

2. Собственник единоличного владения:

2.1. Не несет ответственность за обязательства фирмы.

2.2. Несет полную личную ответственность за обязательства фирмы.

3. Какие преимущества имеет единоличное владение?

3.1. Относительная простота учреждения и ликвидации фирмы.

3.2. Специализация в менеджменте.

3.3. Полная самостоятельность, свобода и оперативность.

3.4. Максимум побудительных мотивов деятельности.

3.5. Ограниченная ответственность.

3.6. Значительные финансовые возможности.

3.7. Конфиденциальность деятельности.

4. Какие из положений не характеризуют партнерство?

- 4.1. Специализация в управлении.
- 4.2. Оперативность хозяйственных решений.
- 4.3. Отсутствие налоговых льгот.
- 4.4. Ограниченная ответственность.

5. Акционер, как совладелец предприятия,:

- 5.1. Несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.
- 5.2. Не несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.
- 5.3. Несет ограниченную ответственность за обязательства предприятия.

Вариант II

1. Какие существуют на практике основные организационно-правовые формы предпринимательства?

- 1.1. Коллективное.
- 1.2. Единоличное владение.
- 1.3. Партнерство (общество).
- 1.4. Общее предприятие.
- 1.5. Компания.
- 1.6. Корпорация.

2. Какие из положений не характеризуют единоличное владение?

- 2.1. Простота в организации фирмы и ее ликвидации.
- 2.2. Трудности с привлечением больших капиталов.
- 2.3. Полная ответственность за долги.
- 2.4. Наличие специализированных менеджеров.

3. Партнерство (общество) - это:

- 3.1. Самостоятельное ведение дел, основанное на собственности предпринимателя.
- 3.2. Объединение капиталов двух и больше отдельных физических или юридических лиц при условиях распределения прибыли и риска.
- 3.3. Независимое юридическое лицо, предприятие, основанное на акционерной собственности.

4. Какие из положений не характеризуют корпорации? 4.1.

- Специализация в управлении.
- 4.2 Оперативность хозяйственных решений.
- 4.3. Отсутствие налоговых льгот.
- 4.4 Неограниченная ответственность владельцев.

5. Наиболее устойчивая организационно-правовая форма предпринимательства:

- 1.1. Единоличное владение.

- 1.2. Партнерство.
- 1.3. Корпорация.

Вариант III

1. Какие преимущества имеет единоличное владение?

- 1.1. Относительная простота учреждения и ликвидации фирмы.
- 1.2. Специализация в менеджменте.
- 1.3. Полная самостоятельность, свобода и оперативность.
- 1.4. Максимум побудительных мотивов деятельности.
- 1.5. Ограниченная ответственность.
- 1.6. Значительные финансовые возможности.
- 1.7. Конфиденциальность деятельности.

2. Какие из положений не характеризуют партнерство?

- 2.1. Специализация в управлении.
- 2.2. Оперативность хозяйственных решений.
- 2.3. Отсутствие налоговых льгот.
- 2.4. Ограниченная ответственность.

3. Собственник единоличного владения:

- 3.1. Не несет ответственность за обязательства фирмы.
- 3.2. Несет полную личную ответственность за обязательства фирмы.

4. Какие есть основные организационные единицы предпринимательской деятельности?

- 4.1. Фирма.
- 4.2. Общество.
- 4.3. Компания.
- 4.4. Партнерство.
- 4.5. Бизнес.

5. Наиболее устойчивая организационно-правовая форма предпринимательства:

- 5.1. Единоличное владение.
- 5.2. Партнерство.
- 5.3. Корпорация.

Вариант IV

1. Партнерство (общество) - это:

1.1. Самостоятельное ведение дел, основанное на собственности предпринимателя.

1.2. Объединение капиталов двух и больше отдельных физических или юридических лиц при условиях распределения прибыли и риска.

1.3. Независимое юридическое лицо, предприятие, основанное на акционерной собственности.

2. Какие из положений не характеризуют корпорации? 2.1.

Специализация в управлении.

2.2 Оперативность хозяйственных решений.

2.3. Отсутствие налоговых льгот.

2.4 Неограниченная ответственность владельцев.

3. Какие из положений не характеризуют единоличное владение?

3.1. Простота в организации фирмы и ее ликвидации.

3.2. Трудности с привлечением больших капиталов.

3.3. Полная ответственность за долги.

3.4. Наличие специализированных менеджеров.

4. Какие существуют на практике основные организационно-правовые формы предпринимательства?

4.1. Коллективное.

4.2. Единоличное владение.

4.3. Партнерство (общество).

4.4. Общее предприятие.

4.5. Компания.

4.6. Корпорация.

5. Акционер, как совладелец предприятия,:

5.1. Несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.

5.2. Не несет полную личную ответственность за обязательства предприятия.

5.3. Несет ограниченную ответственность за обязательства предприятия.

Тема 1.8 Малое предпринимательство.

Цель: сформировать знания об экономической сущности малого предпринимательства, его функций и особенностей развития в Украине и за рубежом, развивать экономическое мышление, воспитывать культуру общения.

План.

1. Экономическая сущность малого предпринимательства.

2. Функции малого предпринимательства.

3. Особенности развития малого предпринимательства в Украине и за рубежом.

Литература:

12. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
13. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

Одним из перспективных направлений создания конкурентно-рыночной среды является развитие малого предпринимательства. Сегодня вполне очевидно, что успех рыночных превращений в большой мере будет определяться тем, как удастся реализовать потенциал малого предпринимательства, этого динамического и мобильного сектора экономики. Что же такое малое предпринимательство? Каковы его роль и место в рыночной экономике? Какие основные функции малого предпринимательства, особенности его развития в Украине? Именно на эти вопросы вы и найдете ответ в этой теме.

1. Экономическая сущность малого предпринимательства.

В соответствии с размерами предприятий, масштабов их деятельности предпринимательство разделяют на малое, среднее и большое. В мире существуют фирмы-гиганты с многомиллиардными оборотами, на которых работают десятки и сотни тысяч работников. Существуют и развиваются крошечные фирмы, на которых заняты две, три лица. Размер предприятий зависит от производственной функции предприятия, технологического типа производственного процесса, способности быстро реагировать на изменения рыночной ситуации, на движение спроса, появление новых потребностей в обществе и тому подобное.

Мировой опыт и практика ведения хозяйства показывают, что важнейшим признаком рыночной экономики является существование и взаимодействие многих больших, средних и малых предприятий, их оптимальное соотношение. Наиболее динамическим элементом структуры народного хозяйства, которое постоянно изменяется, есть малое предпринимательство.

Приобретенный собственный опыт, позитивные результаты развития малого предпринимательства в странах, которые прошли этап реформирования экономических систем, показывают, что оно является одним из средств устранения диспропорций на отдельных товарных рынках, создание дополнительных рабочих мест и сокращение безработицы, активизации инновационных процессов, развития конкуренции, быстрого насыщения рынка товарами и услугами. А малые предприятия, при

определенных условиях и при поддержке со стороны государства, — потенциально инновационные, гибкие и затратноэффективные, имеют предпринимательский опыт и достаточный профессиональный уровень.

Свойством современного этапа экономического развития является становление (для постсоциалистических стран) и последующее совершенствование (для развитых стран) смешанной экономики рыночного типа. Именно рыночный тип экономической организации общества, конкурентно-рыночный способ координации экономических процессов и принятия решений в пределах национальных экономических систем является наиболее перспективным. Он становится исторически оправданным для стран, которые решают проблему выбора способа социально-экономического развития.

Объективными преимуществами современной рыночной экономики является эффективное и преимущественно рациональное использование производственных ресурсов, динамизм, конкурентность, высокие адаптационные свойства научно - технического прогресса и тому подобное. Рыночный механизм ведения хозяйства обеспечивает свободу экономического выбора, реализацию собственного экономического интереса и взаимосогласованность интересов рыночных субъектов.

Не менее важными признаками рыночной экономики являются реализация предпринимательского потенциала, мобилизация самостоятельной инициативы хозяйственного субъекта. Следовательно, малое предпринимательство выступает движущей силой социально-экономического развития.

Малое предпринимательство является органическим структурным элементом рыночной экономики. Этот сектор экономики исторически и логически играл роль необходимой предпосылки создания рыночной среды. Он был первичной исходной формой рыночного ведения хозяйства в виде мелкотоварного производства. Именно поэтому мелкотоварное предпринимательство сыграло структурирующую роль в истории становления экономики конкурентно-рыночного типа. Эта специфика и своеобразное функциональное назначение малого предпринимательства приобретают особое значение для стран, которые идут путем воспроизводства рыночной системы ведения хозяйства. Способность малого предпринимательства к структурообразованию рынка выдвигает задание его возрождения и направляет в число первоочередных мер реформирования экономики Украины на ее переходном этапе.

В структуре современной смешанной экономики сосуществуют и органически взаимодополняются малое, среднее и большое предпринимательство. Но в отличие от двух последних, малое предпринимательство является выходным, наиболее многочисленным, а поэтому и наиболее распространенным сектором экономики. Отличия между этими тремя видами предпринимательства обусловлены разным уровнем общественного разделения труда, характером специализации и

обобществления производства, а также выбором технологического типа производственного процесса.

Малое предпринимательство — это самостоятельная, систематическая, инициативная хозяйственная деятельность малых предприятий и граждан-предпринимателей (физических лиц), которая проводится на собственный риск с целью получения прибыли. Практически, это какая-нибудь деятельность (производственная, коммерческая, финансовая, страховая и тому подобное) отмеченных субъектов; ведение хозяйства, направленная на реализацию собственного экономического интереса.

Малое предпринимательство осуществляется созданием разветвленной системы малых предприятий.

Малые предприятия — это организационно-экономический вид предприятий, которые согласно со ст. 2 Закона Украины "О предприятиях в Украине" квалифицируются по показателю численности занятых работников с градацией по сферам деятельности.

В частности, к малым предприятиям принадлежат предприятия с количеством занятых от 15 до 200 лиц в зависимости от отрасли или вида деятельности.

Так, в промышленности и строительстве малыми считаются предприятия, на которых работает до 200 лиц, в других отраслях производственной сферы — до 50 лиц, в науке и научном обслуживании — до 100 лиц, в отраслях непромышленной сферы — до 25 лиц, а в розничной торговле — до 15 лиц.

Верховной Радой Украины 19 октября 2000 г. был принят Закон Украины "О государственной поддержке малого предпринимательства".

В соответствии с этим Законом субъектами малого предпринимательства являются:

— физические лица, зарегистрированные в установленном законом порядке как субъекты предпринимательской деятельности (граждане-предприниматели);

— юридические лица — субъекты предпринимательской деятельности любой организационно-правовой формы и формы собственности, в которых среднеучетная численность работающих за отчетный период (календарный год) не превышает 50 лиц и объем годового валового дохода не превышает 500 000 евро.

Среднеучетная численность работающих определяется с учетом всех работников, в том числе тех, что работают по договорам и по совместительству, а также работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделений.

Справочно

По оценкам экспертов Мирового банка, только в странах, которые развиваются, существует около 50 определений малого предприятия. В разных странах используют разные классификационные признаки (критерии) отнесения предприятия к разряду малых. Так, в Японии такими критериями

является размер капитала, численность работающих и отраслевая принадлежность. Согласно с действующим законодательством к малым и средним относят юридически самостоятельные предприятия, которые имеют до 300 рабочих, в отраслях промышленности, строительства, транспорта, связи, кредита, коммунального хозяйства; до 100 — в оптовой торговле; до 50 — в розничной торговле и сфере услуг. На практике малые и средние предприятия разделяют на семь групп в зависимости от численности занятых: 1—4, 5—9, 10—29, 30—49, 50—99, 100—299, 300—499 рабочих. В Великобритании в производственной сфере фирма официально считается малой, если в ней занято до 200 лиц. В большинстве других секторов экономики основным критерием определения малого предпринимательства является показатель годового оборота, который не должен превышать 250 тыс. фунтов стерлингов. Количество занятых и объем основного капитала — такие критерии отнесения предприятия к разряду мелких в Италии, в Индии — численность занятых и объем инвестиций, а во многих отраслях — еще и уровень использования энергии.

Суть и значение малого бизнеса заключаются в том, что он является ведущим сектором рыночной экономики; *составляет* основу мелкотоварного производства; *определяет* темпы экономического развития, структуру и качественную характеристику ВВП; *осуществляет* структурную перестройку экономики, быструю окупаемость расходов, свободу рыночного выбора; *обеспечивает* насыщение рынка потребительскими товарами и услугами повседневного спроса, реализацию инноваций, дополнительные рабочие места; имеет высокую мобильность, рациональные формы управления; *формирует* новую социальную прослойку предпринимателей-владельцев; *способствует* послаблению монополизма, развития конкуренции (рис. 1)

МАЛОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
это: - ведущий сектор рыночной экономики; - основа мелкотоварного производства
определяет: - темпы экономического развития; - структуру и качественную характеристику внутреннего валового продукта; - степень демократизации общества
осуществляет структурную перестройку экономики
характеризуется: - быстрой окупаемостью затрат; - свободой рыночного опыта
обеспечивает: - насыщение рынка товарами и услугами; - реализацию инноваций; - дополнительные рабочие места
характеризуется: - высокой мобильностью;

- рациональными формами управления
формирует: - социальная прослойка предпринимателей-владельцев; - основу среднего класса
оказывает содействие: - послаблению монополизма; - развития конкуренции

2. Функции малого предпринимательства.

Роль и место малого предпринимательства в национальной экономике лучше всего проявляются в присущих ему функциях.

Во-первых, малое предпринимательство формирует конкурентную среду. Известно, что в условиях свободной рыночной экономики конкуренция является отображением отношений соревнования между хозяйственными элементами, когда их самостоятельная деятельность эффективно ограничивает возможности каждого из них повлиять на общие условия обращения товаров на данном рынке, а также стимулирует производство тех товаров, в которых нуждается потребитель. Тогда деятельность участников рыночных отношений приобретает динамический характер, она связана с экономической ответственностью и риском предпринимателя, что превращает его в своеобразный социальный двигатель экономического развития. Малое предпринимательство помогает утверждению конкурентных отношений, потому что оно является антимонопольным по своей природе, что сказывается в разнообразных аспектах его функционирования. С одной стороны, малый бизнес, в результате многочисленности элементов, которые его составляют, и их высокого динамизма значительно в меньшей мере поддается монополизации, чем большие предприятия. С другой стороны, при условиях узкой специализации и использования новейшей техники он выступает как действенный конкурент, что подрывает монопольные позиции больших корпораций. Именно эта черта малого бизнеса сыграла существенную роль в послаблении, а иногда и в преодолении развитыми странами присущей большому капиталу тенденции к монополизации и задержке технического прогресса.

Во-вторых, малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, предоставляет рыночной экономике необходимую гибкость.

Эта его черта получила в современных условиях особенное значение в результате быстрой индивидуализации и дифференциации потребительского **спроса, ускорения научно-технического прогресса (НТП), роста номенклатуры** промышленных товаров и услуг.

В-третьих, огромным является вклад малого предпринимательства в осуществление прорыва по ряду важных направлений НТП, прежде всего в отрасли электроники, кибернетики, информатики. Способствуя ускорению реализации новейших технических и коммерческих идей, выпуска

наукоемкой продукции, малый бизнес, тем самым, выступает проводником НТП. Например, большинство мелких фирм, которые появились в конце 80-х годов в Великобритании, является наиболее технически оснащенными. А в США на сектор малого бизнеса приходится около 50 % научно-технических разработок.

В-четвертых, малое предпринимательство делает весомый взнос в решение проблемы занятости. Эта функция проявляется в способности малого предпринимательства создавать новые рабочие места и поглощать избыточную рабочую силу во время циклических спадов и структурных сдвигов экономики. В развитых странах на малый бизнес приходится в среднем 50 % всех занятых и до 70—80 % новых рабочих мест. Если в период кризисов 70—80-х годов в развитых странах шел процесс сокращения рабочих мест на больших предприятиях, то мелкие фирмы их не только сберегли, но и даже создавали новые.

В-пятых, важная функция малого предпринимательства заключается в смягчении социального напряжения и демократизации рыночных отношений, потому что именно оно является фундаментальной основой формирования среднего класса. Следовательно, оно выполняет функцию послабления присущей рыночной экономике тенденции к социальной дифференциации и расширению социальной базы реформ, которые осуществляются на данном этапе.

Без ориентации на такую социальную базу рыночной среды, которой является средний класс, внедренные реформы обречены на провал.

Таким образом, роль и функции малого предпринимательства заключаются не только в том, что оно является одним из важнейших действенных факторов экономического развития общества, которое опирается на рыночные методы ведения хозяйства. Его важной функцией является содействие социально-политической стабильности общества, то есть оно открывает пространство свободному выбору путей и методов работы в интересах общества и обеспечения собственного благосостояния.

При условиях дестабилизации экономики, ограничения финансовых ресурсов именно субъекты малого предпринимательства не требуют больших стартовых инвестиций, имеют быстрое вращение ресурсов, способные при определенной поддержке наиболее быстро и экономически целесообразно решать проблемы демонополизации, стимулировать развитие экономической конкуренции.

Таким образом, малое предпринимательство является неотъемлемой чертой любой рыночной хозяйственной системы, без чего такая экономика и общество в целом не могут не только развиваться, но и даже существовать. Большой капитал, безусловно, определяет уровень научно-технического и производственного потенциала, но основой развития стран с рыночной системой ведения хозяйства является малое предпринимательство как наиболее массовая, динамическая и гибкая форма деловой жизни. Именно в секторе малого предпринимательства создается и функционирует немалая

масса национальных ресурсов, которая является питательной средой для среднего и большого предпринимательства.

3. Особенности развития малого предпринимательства в Украине и за рубежом.

О значении малого предпринимательства свидетельствуют интегрированные показатели, что характеризуют состояние сектора малого предпринимательства в развитых странах и подчеркивают фундаментальную роль малого предпринимательства в социально-экономической и политической жизни каждой страны (табл. 1). Показателями весомой роли малого предпринимательства как интегрирующего структурного элемента системы современной рыночной экономики являются прежде всего данные о его количественных параметрах.

Таблица 1. Состояние развития малого и среднего предпринимательства (МСП), 1999 г.

Страна	Количество МСП, тыс.	Количество МСП на 1000 чел. население	Занято в МСП, млн чел	Частица МСП в общем количестве занятых, %	Частица МСП во ВВП, %
Великобритания	2 630,0	46,0	13,6	49,0	50—53
Германия	2 290,0	37,0	18,5	46,0	50—54
Италия	3 920,0	68,0	16,8	73,0	57—60
Франция	1 980,0	35,0	15,2	54,0	55—62
США	19 300,0	74,2	70,2	54,0	50—52
Япония	6 450,0	49,6	39,5	78,0	52-5
Российская Федерация	836,2	5,7	8,1	9,6	10—11
Украина	233,6	4,8	1,8	9,0	10—11

Количество действующих малых предприятий в Украине за последние семь лет увеличилось в 10 раз (с 19 598 в 1991 г. до 197 127 в 1999 г.). О месте и значении малого и среднего предпринимательства свидетельствуют показатели его роли в рыночной экономике, в частности частица МСП в общем количестве занятых и его часть в ВВП.

Так, часть МСП в общем количестве занятых составляет в США и Франции — 54 %, в Италии — 73, в Японии — 78 %.

В Украине состоянием на 1 января 2002 г. среднеучетное количество работников, занятых на малых предприятиях, составляло 1808 тыс. человек, то есть 9,0 % занятого населения. Более половины ВВП в развитых странах приходится на сектор малого и среднего предпринимательства. Часть малых предприятий в валовом внутреннем продукте Украины в 5 раз меньше, чем в развитых странах и составляет лишь около 11 % (табл. 8.2).

Таблица 8.2. Количество малых предприятий и занятых на них в Украине 1991-2002 гг.

Год	Малые предприятия, единиц	Количество занятых, тыс. лиц
1991	19 598	637,0
1992	50 496	910,9
1993	75 003	1038,2
1994	79 827	986,4
1995	91 601	1042,4
1996	93 091	1159,7
1997	136 238	1395,5
1998	173 404	1560,0
1999	197 127	1677,5
2000	217 900	1709,8
2001	233 600	1808,0
2002	249 200	1899,0

Малое предпринимательство имеет экономико-производственные и социально-экономические преимущества, а именно: гибкость, динамизм, приспособление к изменчивости технологии, способность оперативно создавать и внедрять новую технику и технологию, обеспечение социальной стабильности, насыщение рынка труда новыми рабочими местами, открытость доступа и легкость входа к этому сектору экономики. Кроме того, малое предпринимательство имеет и значительные социально-психологические преимущества, в основе которых лежит специфическая мотивация к труду, который предусматривает преодоление элементов отчуждения и привлечения элементов экономического и неэкономического поощрения.

Малому предпринимательству присущи социальные источники активизации коллективного труда, чего нет на больших фирмах. Свойственный небольшим предприятиям дух инициативы, предприимчивости и динамизма выражается в особенных человеческих отношениях и специфическом социально-психологическом климате. В небольших трудовых коллективах, связанных единственным стремлением к самостоятельности и выживанию, возрождается чувство хозяина, сокращаются до минимума элементы бюрократизма. Незначительный численный состав малых предприятий дает возможность сближать интересы руководства и подчиненных; между сотрудниками здесь, как правило, отсутствует борьба за престиж; которая поглощает значительную часть творческой энергии работающих в больших корпорациях. На малых фирмах отношения в трудовом коллективе характеризуются простотой, отсутствием отчужденности, что порождает особенную атмосферу совместного труда, который помогает быстрому решению трудовых конфликтов между администрацией и рабочими.

Решение существующих проблем развития малого предпринимательства в Украине, создания соответствующей среды нуждаются в коренной перестройке государственной политики относительно содействия этому сектору экономики. В частности, речь идет о создании соответствующей правовой базы развития малого предпринимательства, финансово-кредитной и материально-технической поддержке, научно-методическом, информационно-консультативное и кадровое обеспечении малого предпринимательства.

Итоги темы

1. Одним из критериев классификации предприятий является их размер, который зависит от производственной функции предпринимательства, характера технологического процесса, способности предпринимательства реагировать на изменения рыночной ситуации.

2. В структуре современной смешанной экономики сосуществуют и органически взаимодействуют друг с другом малое, среднее и большое предпринимательство.

3. Малое предпринимательство — самостоятельная, систематическая, инициативная хозяйственная деятельность малых предприятий и граждан-предпринимателей (физических лиц), которая проводится на собственный риск с целью получения прибыли.

4. Малое предпринимательство является органическим структурным элементом рыночной экономики, исторически и логически играло роль необходимой предпосылки создания рыночной среды.

5. Малые предприятия — это организационно-экономический вид предприятий, которые квалифицируются по показателю численности работников и объемом хозяйственного оборота.

6. Малое предпринимательство выполняет присущие ему функции: формирует конкурентную среду; предоставляет рыночной экономике необходимую гибкость; способствует внедрению научно-технических разработок; решает проблему занятости; способствует формированию среднего класса.

7. Малое предпринимательство имеет не только экономико-производственные и социально-экономические преимущества, но и значительные социально-психологические.

8. Решение существующих проблем развития малого предпринимательства в Украине, создания соответствующей среды нуждаются в коренной переориентации государственной политики относительно содействия этому сектору экономики.

Термины и понятия для словаря

Большое предпринимательство

Среднее предпринимательство

Граждане-предприниматели

Средний класс

Малое предпринимательство
 Субъекты малого предпринимательства
 Малые предприятия
 Функции малого предпринимательства

Вопрос для самоконтроля

1. Как влияет размер предприятий на их классификацию?
2. Что такое малое предпринимательство?
3. В чем заключаются роль и значение малого предпринимательства в рыночной экономике?
4. Что такое малые предприятия?
5. Какие существуют в мировой практике критерии определения малых предприятий?
6. Как определяется малое предпринимательство в Украине?
7. В чем заключаются основные функции малого предпринимательства?
8. Какая роль малого предпринимательства в деле формирования конкурентной среды?
9. Как малое предпринимательство предоставляет рыночной экономике необходимую гибкость?
10. Какие особенности развития малого предпринимательства в Украине?
11. В чем заключаются экономико-производственные и социально-экономические преимущества малого предпринимательства?
12. Какие социально-психологические преимущества имеет малое предпринимательство?

Практические задания

1. Руководствуясь схемой на рис. 8.1, охарактеризуйте роль и значение малых предприятий. Чем, по вашему мнению, вызвано существование малых предприятий?
2. Обоснуйте, почему малое предпринимательство исторически и логически играло роль необходимой предпосылки создания рыночной среды.
3. Используя данные табл. 8.1, обоснуйте положение о том, что малое предпринимательство является ведущим сектором рыночной экономики.
4. Какого размера, на ваш взгляд, должно быть предприятие, которое производит автомобили, мебель, тетради, компьютеры, обувь, бытовую технику, и почему?
5. По данным табл. 8.2 рассчитайте динамику изменений количества малых предприятий и занятых на них лиц в Украине за 1991—1999 гг.
 Постройте график этих изменений и объясните причины таких колебаний.
6. Рассчитайте, используя данные табл. 8.2, сколько человек в среднем приходилось на одно малое предприятие в 1991 — 1999 гг. , проанализируйте тенденцию изменений этого показателя.

Темы рефератов

1. Место и роль малого предпринимательства в рыночной экономике.
2. Малое предпринимательство — начало вашего бизнеса.
3. Преимущества и недостатки малого предпринимательства.
4. Проблемы становления и развития малого предпринимательства в вашем регионе.
5. Поддержка малого предпринимательства ~ дело государственное.
6. Проблемы и перспективы подготовки кадров для малого предпринимательства.
7. Проблемы финансового обеспечения развития малого предпринимательства в Украине.

Тесты

1. По каким, критериям предприятия разделяются на малые, средние, большие?
 - 1.1. По форме собственности.
 - 1.2. По форме организации.
 - 1.3. По размеру.
 - 1.4. По сфере деятельности.
 - 1.5. По виду деятельности.
 - 1.6. По типу деятельности.

2. Какие вновь созданные и действующие предприятия в Украине принадлежат к малым предприятиям в промышленности и строительстве (согласно с Законом Украины "О предприятиях в Украине")?
 - 2.1. Численность работающих до 300 чел.
 - 2.2. Численность работающих до 200 чел.
 - 2.3. Численность работающих до 100 чел.
 - 2.4. Численность работающих до 50 чел.
 - 2.5. Численность работающих до 25 чел.
 - 2.6. Численность работающих до 15 чел.

3. Какие вновь созданные и действующие предприятия в Украине принадлежат к малым предприятиям в розничной торговле (согласно с Законом Украины "О предприятиях в Украине")?
 - 3.1. Численность работающих до 300 чел.
 - 3.2. Численность работающих до 200 чел.
 - 3.3. Численность работающих до 100 чел.
 - 3.4. Численность работающих до 50 чел.
 - 3.5. Численность работающих до 25 чел.
 - 3.6. Численность работающих до 15 чел.

4. Какие основные функции присущие малому предпринимательству?
 - 4.1. Формирование конкурентной среды.
 - 4.2. Целесообразность массового выпуска продукции.
 - 4.3. Предоставление рыночной экономике необходимой гибкости.

- 4.4. Решение проблем занятости.
- 4.5. Смягчение социального напряжения.
- 4.6. Необходимость сочетания всех стадий технологического процесса

5. Что такое малые предприятия?

- 5.1. Вид деятельности предприятия.
- 5.2. Сфера деятельности предприятия.
- 5.3. Форма собственности.
- 5.4. Организационно-экономический вид предприятия.

6. Субъектами малого предпринимательства (в соответствии с Законом Украины "О государственной поддержке малого предпринимательства") являются юридические лица, в которых;

6.1. Среднеуčetная численность не превышает 50 лиц и объем годового валового дохода не превышает 100 тыс. евро.

6.1 Среднеуčetная численность не превышает 50 лиц и объем годового валового дохода не превышает 500 тыс. евро.

6.1. Среднеуčetная численность не превышает 100 лиц и объем годового валового дохода не превышает 500 тыс. евро.

7. Среднеуčetная численность работающих на малых предприятиях определяется с учетом:

7.1. Всех работников.

7.2. Всех работников, в том числе тех, которые работают по договорам и по совместительству, а также работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделов.

7.3. Всех работников, в том числе работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделов.

7.4. Всех работников, на основании годовой отчетности.

7.5. Работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделений.

Презентация

Тема 1.10 Малое предпринимательство.

План.

- 1.Экономическая сущность малого предпринимательства.
- 2.Функции малого предпринимательства.
- 3.Особенности развития малого предпринимательства в Украине и за рубежом.

1.Экономическая сущность малого предпринимательства.

Малое предпринимательство — это самостоятельная, систематическая, инициативная хозяйственная деятельность малых предприятий и граждан-предпринимателей (физических лиц), которая проводится на собственный риск с целью получения прибыли.

Малые предприятия — это организационно-экономический вид предприятий, которые согласно со ст. 2 Закона Украины "О предприятиях в Украине" квалифицируются по показателю численности занятых работников с градацией по сферам деятельности.

В промышленности и строительстве малыми считаются предприятия, на которых работает до 200 лиц, в других отраслях производственной сферы — до 50 лиц, в науке и научном обслуживании — до 100 лиц, в отраслях непромышленной сферы — до 25 лиц, а в розничной торговле — до 15 лиц.

Верховной Радой Украины 19 октября 2000 г. был принят Закон Украины "О государственной поддержке малого предпринимательства".

В соответствии с этим Законом субъектами малого предпринимательства являются:

— физические лица, зарегистрированные в установленном законом порядке как субъекты предпринимательской деятельности (граждане-предприниматели);

— юридические лица — субъекты предпринимательской деятельности любой организационно-правовой формы и формы собственности, в которых среднеучетная численность работающих за отчетный период (календарный год) не превышает 50 лиц и объем годового валового дохода не превышает 500 000 евро.

МАЛОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ
это: - ведущий сектор рыночной экономики; - основа мелкотоварного производства
определяет: - темпы экономического развития; - структуру и качественную характеристику внутреннего валового продукта; - степень демократизации общества
осуществляет структурную перестройку экономики
характеризуется: - быстрой окупаемостью затрат; - свободой рыночного опыта
обеспечивает: - насыщение рынка товарами и услугами;

- реализацию инноваций; - дополнительные рабочие места
характеризуется: - высокой мобильностью; - рациональными формами управления
формирует: - социальная прослойка предпринимателей-владельцев; - основу среднего класса
оказывает содействие: - послаблению монополизма; - развития конкуренции

2. Функции малого предпринимательства.

1) малое предпринимательство формирует конкурентную среду;

2) малое предпринимательство, оперативно реагируя на изменения конъюнктуры рынка, предоставляет рыночной экономике необходимую гибкость;

3) огромным является вклад малого предпринимательства в осуществление прорыва по ряду важных направлений НТП, прежде всего в отрасли электроники, кибернетики, информатики;

4) малое предпринимательство делает весомый внос в решение проблемы занятости;

5) смягчение социального напряжения и демократизации рыночных отношений, является фундаментальной основой формирования среднего класса.

3. Особенности развития малого предпринимательства в Украине и за рубежом.

Таблица 1. Состояние развития малого и среднего предпринимательства (МСП), 1999 г.

Страна	Количество МСП, тыс.	Количество МСП на 1000 чел. население	Занято в МСП, млн чел	Частица МСП в общем количестве занятых, %	Частица МСП во ВВП, %
Великобритания	2 630,0	46,0	13,6	49,0	50—53
Германия	2 290,0	37,0	18,5	46,0	50—54
Италия	3 920,0	68,0	16,8	73,0	57—60
Франция	1 980,0	35,0	15,2	54,0	55—62
США	19 300,0	74,2	70,2	54,0	50—52
Япония	6 450,0	49,6	39,5	78,0	52-5
Российская Федерация	836,2	5,7	8,1	9,6	10—11

Украина	233,6	4,8	1,8	9,0	10—11
---------	-------	-----	-----	-----	-------

Таблица 8.2. Количество малых предприятий и занятых на них в Украине 1991-2002 гг.

Год	Малые предприятия, единиц	Количество занятых, тыс. лиц
1991	19 598	637,0
1992	50 496	910,9
1993	75 003	1038,2
1994	79 827	986,4
1995	91 601	1042,4
1996	93 091	1159,7
1997	136 238	1395,5
1998	173 404	1560,0
1999	197 127	1677,5
2000	217 900	1709,8
2001	233 600	1808,0
2002	249 200	1899,0

Итоги темы

1. Одним из критериев классификации предприятий является их размер, который зависит от производственной функции предпринимательства, характера технологического процесса, способности предпринимательства реагировать на изменения рыночной ситуации.

2. В структуре современной смешанной экономики сосуществуют и органически взаимодействуют друг с другом малое, среднее и большое предпринимательство.

3. Малое предпринимательство — самостоятельная, систематическая, инициативная хозяйственная деятельность малых предприятий и граждан-предпринимателей (физических лиц), которая проводится на собственный риск с целью получения прибыли.

4. Малое предпринимательство является органическим структурным элементом рыночной экономики, исторически и логически играло роль необходимой предпосылки создания рыночной среды.

5. Малые предприятия — это организационно-экономический вид предприятий, которые квалифицируются по показателю численности работников и объемом хозяйственного оборота.

6. Малое предпринимательство выполняет присущие ему функции: формирует конкурентную среду; предоставляет рыночной экономике необходимую гибкость; способствует внедрению научно-технических разработок; решает проблему занятости; способствует формированию среднего класса.

7. Малое предпринимательство имеет не только экономико-производственные и социально-экономические преимущества, но и значительные социально-психологические.

8. Решение существующих проблем развития малого предпринимательства в Украине, создания соответствующей среды нуждаются в коренной переориентации государственной политики относительно содействия этому сектору экономики.

Вопрос для самоконтроля

1. Как влияет размер предприятий на их классификацию?
2. Что такое малое предпринимательство?
3. В чем заключаются роль и значение малого предпринимательства в рыночной экономике?
4. Что такое малые предприятия?
5. Какие существуют в мировой практике критерии определения малых предприятий?
6. Как определяется малое предпринимательство в Украине?
7. В чем заключаются основные функции малого предпринимательства?
8. Какова роль малого предпринимательства в деле формирования конкурентной среды?
9. Как малое предпринимательство предоставляет рыночной экономике необходимую гибкость?
10. Какие особенности развития малого предпринимательства в Украине?
11. В чем заключаются экономико-производственные и социально-экономические преимущества малого предпринимательства?
12. Какие социально-психологические преимущества имеет малое предпринимательство?

Практические задания

1. Руководствуясь схемой на рис. 8.1, охарактеризуйте роль и значение малых предприятий. Чем, по вашему мнению, вызвано существование малых предприятий?
2. Обоснуйте, почему малое предпринимательство исторически и логически играло роль необходимой предпосылки создания рыночной среды.
3. Используя данные табл. 8.1, обоснуйте положение о том, что малое предпринимательство является ведущим сектором рыночной экономики.
4. Какого размера, на ваш взгляд, должно быть предприятие, которое производит автомобили, мебель, тетради, компьютеры, обувь, бытовую технику, и почему?
5. По данным табл. 8.2 рассчитайте динамику изменений количества малых предприятий и занятых на них лиц в Украине за 1991—1999 гг.

Постройте график этих изменений и объясните причины таких колебаний.

6. Рассчитайте, используя данные табл. 8.2, сколько человек в среднем приходилось на одно малое предприятие в 1991 — 1999 гг. , проанализируйте тенденцию изменений этого показателя.

Тесты

1. По каким, критериям предприятия разделяются на малые, средние, большие?

- 1.1. По форме собственности.
- 1.2. По форме организации.
- 1.3. По размеру.
- 1.4. По сфере деятельности.
- 1.5. По виду деятельности.
- 1.6. По типу деятельности.

2. Какие вновь созданные и действующие предприятия в Украине принадлежат к малым предприятиям в промышленности и строительстве (согласно с Законом Украины "О предприятиях в Украине")?

- 2.1. Численность работающих до 300 чел.
- 2.2. Численность работающих до 200 чел.
- 2.3. Численность работающих до 100 чел.
- 2.4. Численность работающих до 50 чел.
- 2.5. Численность работающих до 25 чел.
- 2.6. Численность работающих до 15 чел.

3. Какие вновь созданные и действующие предприятия в Украине принадлежат к малым предприятиям в розничной торговле (согласно с Законом Украины "О предприятиях в Украине")?

- 3.1. Численность работающих до 300 чел.
- 3.2. Численность работающих до 200 чел.
- 3.3. Численность работающих до 100 чел.
- 3.4. Численность работающих до 50 чел.
- 3.5. Численность работающих до 25 чел.
- 3.6. Численность работающих до 15 чел.

4. Какие основные функции присущие малому предпринимательству?

- 4.1. Формирование конкурентной среды.
- 4.2. Целесообразность массового выпуска продукции.
- 4.3. Предоставление рыночной экономике необходимой гибкости.
- 4.4. Решение проблем занятости.
- 4.5. Смягчение социального напряжения.
- 4.6. Необходимость сочетания всех стадий технологического процесса

5. Что такое малые предприятия?

- 5.1. Вид деятельности предприятия.
- 5.2. Сфера деятельности предприятия.

5.3. Форма собственности.

5.4. Организационно-экономический вид предприятия.

6. Субъектами малого предпринимательства (в соответствии с Законом Украины "О государственной поддержке малого предпринимательства") являются юридические лица, в которых;

6.1. Среднеуčetная численность не превышает 50 лиц и объем годового валового дохода не превышает 100 тыс. евро.

6.1 Среднеуčetная численность не превышает 50 лиц и объем годового валового дохода не превышает 500 тыс. евро.

6.1. Среднеуčetная численность не превышает 100 лиц и объем годового валового дохода не превышает 500 тыс. евро.

7. Среднеуčetная численность работающих на малых предприятиях определяется с учетом:

7.1. Всех работников.

7.2. Всех работников, в том числе тех, которые работают по договорам и по совместительству, а также работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделов.

7.3. Всех работников, в том числе работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделов.

7.4. Всех работников, на основании годовой отчетности.

7.5. Работников представительств, филиалов, отделений и других отделенных подразделений.

Тема 1.9 ФИНАНСЫ И НАЛОГИ

Цель: сформировать систему знаний об организации финансов предприятия и финансовой деятельности, понятиях финансового механизма предприятия, кредита, лизинга, налога и его видов, развивать мышление, воспитывать культуру речи.

План

1. Организация финансов предприятий
2. Финансовая деятельность в предпринимательском управлении
3. Финансово-кредитная поддержка предпринимательства.
4. Система налогообложения предпринимательской деятельности.

Литература:

14. Варналий З.С. Основы підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.

15. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності
Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

Успех предпринимательской деятельности в значительной мере определяется умениями и знаниями по многим вопросам управления производственной, сбытовой, маркетинговой деятельностью с помощью финансов. Термин **финансы** (от лат. *finantia* — платеж, *fino* — плачу) означает совокупность всех денежных средств, которые находятся в распоряжении предприятия. Вместе с тем это система формирования, распределения и использования денежных средств для воплощения в жизнь предпринимательских замыслов, управленческих решений.

Важной составляющей государственного регулирования предпринимательства, содействия развития инициативной, самостоятельной деятельности является использование финансовых рычагов влияния на деловую активность бизнеса. К составу финансовых рычагов относятся налоги, политика ценообразования, бюджетные расходы, кредитно-денежное регулирование.

Выяснение основ организации финансов предприятий, форм финансового обеспечения, финансово-кредитной поддержки предпринимательской деятельности и системы ее налогообложения и представляет ведущую идею темы.

1. Организация финансов предприятий

Переход к рыночной экономике предопределяет усиление роли финансов предприятий в системе предпринимательского управления. Конкурентоспособность и платежеспособность предприятий определяются хорошо налаженной организацией финансов. Организация финансовой деятельности предприятия должна оказывать содействие повышению эффективности принятых предприятием управленческих решений. Функционирование финансов предприятий осуществляется не автоматически, а с помощью целенаправленной их организации.

Организация финансов предприятий — это совокупность форм, методов, способов формирования и использования ресурсов, контроля за их кругооборотом для достижения экономических целей согласно действующим законодательным актам.

В основу организации финансов предприятия положены коммерческий расчет, который базируется на принципах саморегулирования, самокупаемости и самофинансирования. Сущность коммерческого расчета состоит в постоянном сравнении (в денежном выражении) расходов и результатов деятельности. Его целью является получение максимальной прибыли при минимальных расходах капитала и минимально возможном риске. Вопрос о том, что производить, как производить, для кого

производить, в рыночных условиях для предпринимателя определяются основным ориентиром - прибылью.

Коммерческий расчет в рыночных условиях имеет значительное влияние на организацию финансов предприятий. Он предусматривает изменение взаимоотношений государства и предпринимателя. Финансовые отношения предприятий регламентируются государством в основном экономическими методами - с помощью рычагов соответствующей налоговой, амортизационной, валютной, протекционистской политики. Убытки, которые испытало предприятие вследствие выполнения указаний государственных органов и должностных лиц, противоречащие действующему законодательству, должны быть возмещены соответствующими органами.

Каждый субъект предпринимательской деятельности имеет настоящую финансовую независимость, т.е. право самостоятельно решать, как и что производить, кому реализовать продукцию, как распределить выручку от реализации продукции, как распорядиться прибылью, какие финансовые ресурсы формировать и как их использовать. Полная самостоятельность предприятий не означает, однако, отсутствия любых правил их поведения. Эти правила разработаны и законодательно закреплены в соответствующих нормативных актах. Ясная вещь, что предприятия могут принимать решение самостоятельно только в рамках действующих законов.

Субъекты предпринимательской деятельности несут реальную экономическую ответственность за результаты деятельности и своевременное выполнение своих обязательств перед поставщиками, потребителями, государством, банками. По своим обязательствам предприятие отвечает собственным имуществом и доходами. За невыполнение обязательств предприятием к нему применяется система финансовых санкций.

В самом деле самостоятельное предприятие покрывает свои потери и убытки за счет финансовых резервов, системы страхования и за счет собственной прибыли.

Источником формирования финансовых ресурсов предприятий являются реально заработанные доходы от реализации продукции, выполненных работ и предоставленных услуг. Экономическая ответственность предприятий настолько большая, что его могут объявить банкротом в случае больших убытков и невозможности выполнить обязательство перед кредиторами.

У предприятий формируются партнерские взаимоотношения с банками, финансовыми посредниками, страховыми компаниями. Предприятия и банки являются равноправными партнерами, которые налаживают финансовые взаимоотношения с целью получения прибыли. Банки не предоставляют предприятиям бесплатных и бессрочных кредитов. Предприятия, в свою очередь, за хранение средств на банковских счетах получают определенные проценты. Финансовые посредники помогают лучше привлекать и использовать денежные средства предприятий.

Страховые компании страхуют многочисленные риски, связанные с предпринимательской деятельностью субъектов хозяйствования, создавая определенные гарантии стабильности производственной деятельности.

У предприятий формируются взаимоотношения с бюджетом и государственными целевыми фондами, созданными для поддержания коммерческих основ в организации предпринимательства. Государство устанавливает налоговые платежи, обязательные сборы и взносы на таком уровне, чтобы не подорвать заинтересованности предприятий в развитии производства и повышении его эффективности. В случае необходимости предприятиям выделяют бюджетные ассигнования в виде целевых субсидий и субвенций, который исключает возможность паразитирования за счет государственных средств.

На организацию финансов влияют организационно-правовые формы, сфера и характер предпринимательской деятельности. Это проявляется в процессе формирования капитала (уставного фонда), распределении прибыли, образовании денежных фондов, а также внутриведомственном распределении средств, во взаимоотношениях с бюджетом и т.п.. Рыночная экономика совсем не исключает наличия рядом с другими и государственной собственности. К государственному сектору принадлежат те учреждения и организации, которые полностью или частично финансируются из государственного бюджета. Создаются также предприятия со смешанной формой собственности, в уставном фонде которых государство является основным владельцем. Так, на малых предприятиях управление финансами чаще всего осуществляет предприниматель - владелец (владельцы) фирмы. Бухгалтерия осуществляет сбор и первичную обработку информации, но управленческие решения принимает владелец.

2. Финансовая деятельность в предпринимательском управлении

В управленческой работе предпринимателя финансовая деятельность занимает особое место. От нее во многом зависит своевременность и полнота финансового обеспечения производственно-хозяйственной деятельности и развития предприятия, выполнение финансовых обязательств перед государством и другими субъектами хозяйствования.

Финансовая деятельность — это система использования разных форм и методов финансового обеспечения относительно функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей, т.е. это и практическая финансовая работа, которая обеспечивает жизнедеятельность предприятия, улучшает ее результаты.

Финансовое обеспечение управления осуществляется по таким основным направлениям:

- финансовое прогнозирование и планирование;
- анализ и контроль предпринимательской деятельности;
- текущая финансово-экономическая работа.

Финансовое прогнозирование и планирование является одним из важнейших звеньев финансовой работы предприятия. На этой стадии финансовой работы определяется общая потребность в денежных средствах для обеспечения нормальной производственно-хозяйственной деятельности и возможность получения таких средств.

При рыночных условиях предприятие самостоятельно определяет направление использования, и размер прибыли, которая остается в его распоряжении после уплаты налогов. Целью составления финансового плана является определение финансовых ресурсов, капитала и резервов на основании прогнозирования величины финансовых показателей: собственных оборотных средств, амортизационных отчислений, прибыли, суммы налога.

Планирование выручки необходимо для разработки плана прибыли от реализации продукции или выполненных работ, предоставленных услуг, определения суммы плановых платежей в бюджет. От обоснованности и правильности расчета выручки в значительной мере зависит также реальность основного источника поступления средств и размер запланированной прибыли.

Цель планирования расходов - определение возможности наиболее экономного расходования материальных, трудовых и денежных ресурсов на единицу продукции. Уменьшение расходов производства и обращения - важный фактор увеличения эффективности производства. Снижение себестоимости за счет экономии сырья, материалов, топлива, энергии и живой работы дает возможность выработать значительное количество дополнительной продукции, увеличить прибыль и рентабельность предприятий, создает реальные возможности для самофинансирования, приведения в действие конкурентных преимуществ. Сокращение расходов на производство единицы продукции является материальной основой для снижения цен на нее, а затем - ускорения обращения оборотных средств, рост возможностей расширения предпринимательской деятельности.

Предприниматели и менеджеры, ориентируясь на обработанные финансовые показатели, составляют перспективные, текущие и оперативные финансовые планы. Так, *текущий финансовый план* составляется в форме баланса доходов и расходов денежных средств. Анализ и контроль финансовой деятельности предприятия - это диагноз его финансового состояния, который делает возможным определение недостатков и просчетов, выявление и мобилизацию внутривозможных резервов, увеличение доходов и прибылей, уменьшение расходов производства, повышение рентабельности, улучшение финансово-хозяйственной деятельности в целом. Материалы анализа используются в процессе финансового планирования и прогнозирования, определения нужд привлечения внешних источников финансирования.

В условиях перехода к рыночной системе хозяйствования, как было выяснено в предыдущих темах, зарождается конкуренция - важный механизм регулирования экономических процессов. Однако в переходной период она

еще незначительна, не охватывает все сферы экономической жизни. Это дает возможность продавцам устанавливать и поддерживать более высокие цены, чем они могли бы разрешить себе при условии развитой конкуренции, которая приводит к уменьшению спроса, застою в производстве, безработице, а в конечном итоге - к социально-экономической и политической нестабильности, блокированию развития предпринимательства.

Конкурентоспособность предприятия можно обеспечить правильной организацией управления финансами: движением финансовых ресурсов и финансовыми отношениями. Суть финансового менеджмента заключается в эффективном использовании финансового механизма для достижения стратегических и тактических целей предприятия.

Финансовый механизм предприятия — это система управления финансами, предназначенная для организации взаимодействия финансовых отношений и денежных фондов с целью оптимизации их влияния на конечные результаты деятельности предприятия. Взаимодействие финансовых отношений достигается благодаря использованию всех финансовых категорий (выручки, прибыли, амортизации, оборотных средств, кредита, бюджета, налогов), нормативов, разного рода стимулов, льгот, санкций и других финансовых рычагов.

Как нам уже известно, на основании маркетингового исследования предприятие решает такие три проблемы: какие товары, работы, услуги следует вырабатывать и в каком количестве? Как должны быть произведены эти товары? Кто получит, приобретет или сможет использовать эти товары и услуги?

Предприниматели обязаны определить объем и источники финансовых ресурсов, необходимых для производства и реализации продукции, выполнения финансовых обязательств перед бюджетом, банками, партнерами по бизнесу.

Процесс производства происходит в определенной технологической последовательности, когда непрерывно повторяются стадия приобретения сырья, материалов и подготовки их к производству, стадия преобразования сырья на полуфабрикаты, незавершенное производство, готовую продукцию, т.е. происходит оборот, движение ресурсов. Потребность в средствах у предприятия возникает на каждой из этих стадий еще к возмещению производственных расходов из выручки от реализации продукции. Именно поэтому каждый предприниматель, формируя свой капитал (уставный фонд), должен предусмотреть необходимую сумму оборотных средств. Вложенные оборотные средства на каждой стадии производственного процесса, переходя с одной функциональной формы в другую, возмещаются после реализации продукции.

Очень важным в процессе управления финансами предприятий является определение такой потребности в оборотных средствах, которая бы обеспечивала минимально необходимые размеры производственных запасов, незавершенного производства, остатков готовой продукции для выполнения производственной программы. При недостатке собственных

производственных средств для текущего инвестирования необходимо определить потребность в ссудных средствах.

Недостаток оборотных средств у отдельных предприятий возникает именно из-за того, что поступление и использование денег не совпадают во времени и осуществляются в разных объемах. Вследствие этого на одних предприятиях в определенный момент появляются временно свободные средства, а у других - возникает временная потребность в них. Это разногласие процесса воспроизведения решается коммерческими банками путем кредитования предприятий. При временном дефиците собственных оборотных средств предприятие обращается в банк с целью получения кредитов.

Итак, ценовая деятельность обеспечивает воплощение управленческих решений в жизнь. Финансы связаны и с другими направлениями предпринимательского управления - производственным менеджментом, сбытом, маркетингом.

Непосредственными задачами управления финансами предприятий являются обеспечение формирования и правильного распределения выручки от реализации продукции для восстановления оборотных средств, формирование амортизационного фонда, валового и чистого дохода. Каждое предприятие стремится обеспечить ликвидность оборотных активов для своевременной уплаты краткосрочной кредиторской задолженности.

Поэтому своевременное и полное поступление выручки от реализации продукции постоянно контролируется финансовыми менеджерами.

Амортизационные отчисления ныне являются важнейшим элементом расходов на производство и основным источником воспроизведения основных фондов. Управление формированием и использованием амортизационных отчислений, особенно в случае применения ускоренной амортизации, является важной стороной финансового менеджмента. Первоочередной задачей является также своевременное выполнение финансовых обязательств перед бюджетом, государственными целевыми фондами, банками, страховыми компаниями и другими субъектами хозяйствования.

Действующим законодательством и нормативными актами установлены конкретные сроки платежей по каждому виду налогов и других обязательных взносов. Несвоевременное и неполное перечисление таких платежей в бюджет приводит к применению финансовых санкций к предприятиям-неплательщикам. Эти санкции могут стать причиной значительных дополнительных расходов, чего ни в коем случае не должен допускать финансовый менеджер, а предприниматель должен осуществлять своевременный контроль.

Управление финансами предприятий включает также сферу формирования, распределения и использования прибыли, которая остается в распоряжении предприятия. Распределение прибыли - одна из форм реализации экономических интересов участников процесса воспроизведения.

Так, в результате финансово-хозяйственной деятельности предприятий государство получает свою долю в виде налогов, предприятие - в виде чистой прибыли, а работник - от распределения и использования части прибыли. От регулирования распределения чистого дохода зависит мотивация предпринимательской деятельности, возможность дальнейшего увеличения прибыли.

3. Финансово-кредитная поддержка предпринимательства.

Изучая этапы развития предпринимательской деятельности - от учреждения дела к получению прибыли, - мы установили, что на процесс формирования, развития и стабильной деятельности влияют факторы финансового обеспечения бизнеса.

Уже из первых шагов своей деятельности предприниматель встречается с проблемой формирования стартового капитала, страхования предпринимательских операций, привлечения кредитов для развития собственного дела.

В дальнейшем во время анализа внешней среды предпринимателю приходится учитывать общее состояние системы финансирования, валютный курс, внешнеэкономическую политику регулирования экспортно-импортных операций, уметь пользоваться кредитами.

Кредит — это предоставление фирме денежных средств на условиях возвращения, определенных сроков пользования, платности, материального обеспечения или другого гарантийного покрытия.

Кредит укрепляет инвестиционные ресурсы, оказывает содействие более эффективному использованию предпринимательского потенциала.

Особую роль в развитии предпринимательства играет система налогообложения, уровень налогов, налоговые льготы, формы финансового содействия становлению и развитию предпринимательского сектора. Это объясняется тем, что предпринимательство является сектором экономики, наиболее уязвимым относительно неблагоприятных, неустранимых внешних факторов влияния. К последним следует отнести ограниченность собственных ресурсов, отсутствие резервных капиталов, чрезмерные налоги, нестабильность рыночной конъюнктуры.

Вместе с тем государство заинтересовано в развитии предпринимательского сектора, особенно тех видов деятельности, в которых есть острая потребность. Это могут быть те виды предпринимательства, благодаря которым достигается решение серьезных проблем экономического и социального развития общества - сохранение и приумножение интеллектуального потенциала, занятость населения, удовлетворение конкретных нужд в определенных видах продукции и услуг. В состав финансовых рычагов регулирования предпринимательства относят:

- налоговую и финансово-кредитную политику, в том числе установление ставок налогов и процентов из государственных кредитов, налоговых льгот;

- цены и правила ценообразования;
- целевые дотации;
- валютный курс;
- размер экономических санкций.

Использование финансовых рычагов имеет разные цели, среди которых основными выступают такие:

- предотвращение роста цен;
- сдерживание или стимулирование производства определенных товаров;
- изъятие дополнительных средств для государственного бюджета;
- предотвращение значительной дифференциации доходов.

Лизинг является формой долгосрочного кредита, который предоставляется в натуральной форме и погашается предпринимателем-арендатором в рассрочку.

Лизинг выступает формой финансовой поддержки предпринимательства и объединяет элементы аренды и кредитных обязательств.

Предприниматель имеет возможность взять в долгосрочную аренду технологическое оборудование, транспортные средства, оборудование. Стоимость объекта аренды погашается частями с отнесением расходов на счет себестоимости продукции, которую производит предприниматель.

Как правило, лизинг значительно выгоднее использования ссудных средств.

Плата за кредит осуществляется из прибыли предприятия. В случае отсутствия прибыли предприниматель вынужден искать другие источники погашения ссудных средств, а в случае их отсутствия может даже обанкротиться, потерять собственное дело. Поэтому получить значительный кредит на приобретение дорогого оборудования для большинства малых и средних предприятий довольно сложно: ведь в них нет надежных гарантий его возвращения. Лизинг же предоставляет возможности эффективной поддержки предпринимательства, разрешает мобилизовать больше финансовых ресурсов для развития бизнеса.

4. Система налогообложения предпринимательской деятельности.

Среди финансовых рычагов развития предпринимательства особое место занимает система налогообложения. Она используется как инструмент влияния на бизнес, стимулирует и ограничивает определенные виды предпринимательской деятельности, обеспечивает поступления в государственный бюджет.

В мировой практике развития предпринимательства система налогообложения рядом с бюджетным финансированием приоритетных направлений экономической деятельности оказывает наибольшее влияние на финансово-кредитную политику, денежное обращение и хозяйственную конъюнктуру в целом.

Система налогообложения - продукт закономерного результата экономического развития общества. Она воплощает довольно сложное образование законодательных и нормативных актов, которые регулируют взаимоотношения между государством и предпринимателем. Эта система находится в постоянном движении, которое находит отображение в появлении новых официальных документов, в изменениях и дополнениях к действующим законам. Каким же образом законодательство определяет суть этой системы?

Система налогообложения — это совокупность налогов, сборов, других обязательных платежей в бюджет, взносов в государственные целевые фонды, которые взимаются в установленном порядке.

Законодательная база определяет принципы построения системы налогообложения, дифференцирует налоги. Соответственно построению бюджета налоги могут быть общегосударственными и местными. Кроме того, налоги делятся на прямые и косвенные. Для лучшего усвоения системы налогообложения рассмотрим табл. 14.1.

Из приведенной таблицы вытекает, что прямые налоги устанавливаются непосредственно на доход и имущество, а косвенные - входят в цену товара или в тариф.

Система налогообложения строится по таким принципам:

- обязательности;
- экономической целесообразности;
- социальной справедливости;
- объединения интересов государства, регионов, предприятий и граждан.

Реализация этих принципов обеспечивает поступление средств в бюджеты соответствующих уровней и государственных целевых фондов. Это так называемая оптимальная точка, в которой объединяются интересы государства и предпринимательского сектора. Высокие налоговые ставки создают для государства и предпринимателей ряд проблем (ведь они способны подорвать заинтересованность предпринимателей в развитии своего дела).

Одновременно может произойти так, что государство при условиях применения более высоких ставок налогов получит меньше налоговых поступлений в бюджет.

Таблиця 14.1. Система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності

Непрямі податки	Прямі податки	Внески до державних цільових фондів	Інші податки, збори, платежі
Податок на додану вартість	Податок на прибуток підприємств	Пенсійний фонд	Плата з компенсування витрат на геолого-розвідувальні роботи
Акцизний збір	Плата за землю	Фонд соціального страхування	Плата за спеціальне використання природних ресурсів
Мито	Податок з власників транспортних засобів	Фонд зайнятості	Державне мито
Митний збір	Плата за майно підприємств	На будівництво, ремонт і експлуатацію автошляхів	Місцеві податки і збори

Американський економіст Лаффер доказав графічно, що до однієї певної межі підвищення податкової ставки збільшує суму доходів бюджету, а потім вони поступово зменшуються до рівня, вказаного на рис. 14.1.

Лаффер доказав, що однаковий дохід може бути отриманий і при достатньо низкій і при високій податковій ставці. Насправді, рівність бюджетних надходжень ($v1 = v2$) досягається при умові різних рівнів податкових ставок ($x2$ значно більше ніж x). Справа в тому, що нижча податкова ставка збільшує кількість об'єктів оподаткування, приваляючи все більше підприємців. І навпаки: зростання податків викликає скорочення діяльності частини підприємців внаслідок збитковості їх справ.

Податковий тиск змушує підприємця шукати прогалини в податковому законодавстві або використовувати різні схеми ухилення від податків. Це може статися шляхом створення фіктивних фірм, свідомого зниження цін і використання товарообмінних операцій, використання фіктивної документації.

Усе це негативно впливає на ділову активність, особливо в малих і середніх підприємствах. Тому для зменшення податкового тиску на розвиток підприємництва держава застосовує різні заходи, які сприяють підвищенню ділової активності.

Зокрема, для суб'єктів малого підприємництва в порядку передбаченого законодавством України, застосовується пільгове оподаткування. Замість декількох податків, які платили

предприниматели, предусмотрен переход к единому налогу, т.е. упрощенная система налогообложения, учета и отчетности.

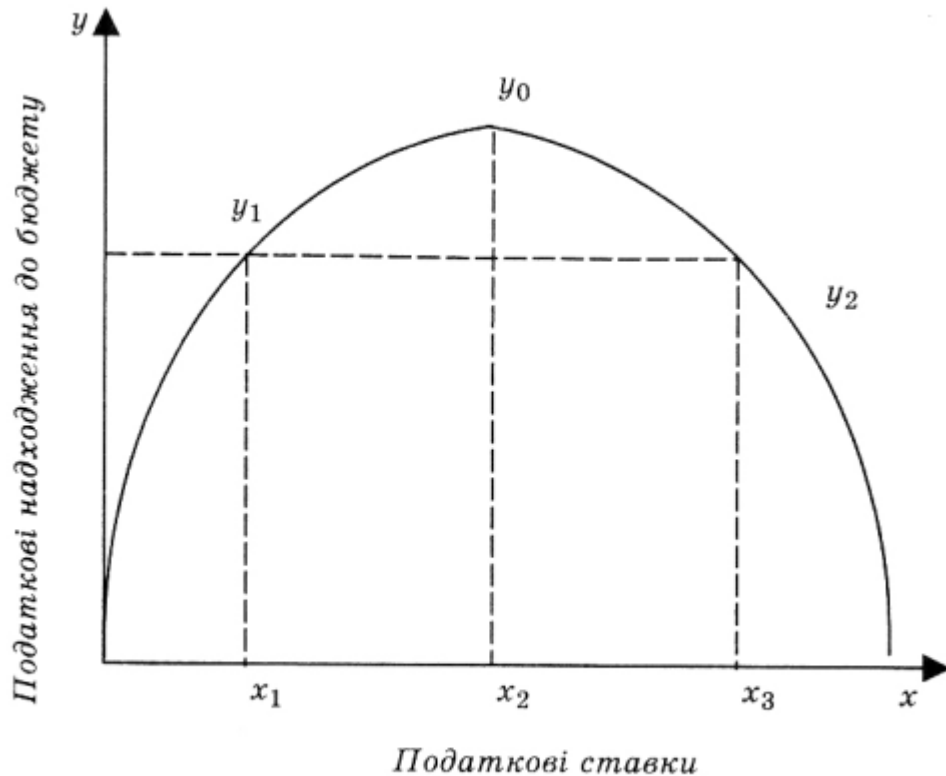


Рис. 14.1. Крива Лаффера

На единый налог могут перейти предприятия, на которых количество работников не превышает 50 лиц. Малые предприятия имеют право самостоятельно избрать для себя ставку единого налога - 6 % или 10 %. При таких условиях при ставке единого налога в 10 % никакие другие налоги не платятся. База налогообложения для субъектов малого предпринимательства - выручка от реализации продукции или предоставление услуг не должна превышать 1 млн. грн.

Конечно, такая мера финансовой поддержки предпринимательства имеет положительный эффект. Она не только уменьшает ставку налога, а и освобождает предпринимателя от ведения форм учета и отчетности.

Особенностями налогообложения физических лиц - субъектов предпринимательской деятельности без создания юридического лица выступает, во-первых, право избирать способ налогообложения; во-вторых, сумма налога определяется местными советами по месту государственной регистрации предпринимателя. Она колеблется от 20 до 200 грн. за календарный месяц. Такой подход к налогообложению создает стимулы для предпринимателя (ведь после уплаты налога вся выручка от реализации продукции или предоставленных услуг остается ему), улучшает условия регионального регулирования предпринимательства. Снижение налоговой ставки оказывает содействие тем видам предпринимательской деятельности, которые способны решать актуальные для определенной местности экономические и социальные проблемы.

Изучение всей цепочки платежей и сборов свидетельствует о том, что в конечном итоге реальными плательщиками выступают не субъекты предпринимательской деятельности, а конечный потребитель товаров, продукции, услуг. Это означает, что рост цены товаров под давлением налогов предопределяет сужение спроса, который отрицательно сказывается на предпринимательстве. Именно поэтому необходимо кардинальное снижение всех видов налогов с целью активизации предпринимательской деятельности.

Каким же образом происходит налогообложение бизнеса на практике? Конструкция налога содержит такие элементы:

- субъект;
- объект и источник налогообложения;
- единица обложения;
- налоговая ставка;
- налоговый оклад;
- налоговые льготы.

Налоговые льготы - это полное или частичное освобождение от налогов субъекта предпринимательской деятельности соответственно действующему законодательству. Важнейшей налоговой льготой выступает необлагаемый минимум - наименьшая доля объекта налогообложения, которая полностью освобождается от налогов.

В своей деятельности предприниматель чаще всего сталкивается с некоторыми из них, но есть налоги, которые имеют универсальный характер. К таким налогам следует отнести:

- налог на добавленную стоимость;
- акцизный сбор;
- налог на прибыль предприятий;
- целевые (специальные) налоги.

Так, особое место среди источников формирования государственного бюджета занимает *налог на добавленную стоимость* (НДС). Ведь механизм уплаты НДС предусматривает, что этот налог включается во все виды цен: в государственные регулируемые (фиксированные) и рыночные (свободные) цены товаров, работ, услуг. Это означает, что реализация всей продукции происходит по ценам и тарифам, увеличенным на сумму НДС.

Другой вид налогов — *акцизный сбор* — начисляется в процентах к стоимости товаров в отпускных ценах. Следует отметить, что ставка акцизного сбора определяется для каждой товарной группы отдельно.

Согласно законодательству существует *прибыль предприятия*. Она определяется как разность между валовым доходом и валовыми расходами.

Целевые (специальные) налоги поступают для финансирования четко определенных мероприятий, т.е. имеют целевое назначение. К основным целевым налогам в Украине следует отнести такие:

— платежи в Пенсионный фонд и Фонд социального страхования. За счет последнего, в частности, выплачивается помощь по временной нетрудоспособности, связанной с болезнью или другой причиной;

- платежи в Фонд содействия занятости населения. За счет средств этого фонда выплачивается помощь по безработице, финансируются расходы на подготовку и переподготовку кадров. Следует помнить, что законодательство предусматривает ответственность за уклонение от уплаты налогов. Например, несвоевременное предоставление декларации о доходах физических лиц или внесение в нее неправильных данных влечет наложение штрафа размером от шести до восьми необлагаемых минимумов доходов граждан.

Итоги темы

1. Конкурентоспособность предпринимательской деятельности определяется финансовым обеспечением управленческих решений, умением предпринимателя формировать, распределять и использовать денежные средства для воплощения предпринимательских замыслов. Основой ориентации финансов предприятий есть коммерческий расчет.

2. Субъекты предпринимательской деятельности самостоятельно решают, что и как делать, кому реализовать продукцию, как распределить выручку от реализации продукции, как распорядиться прибылью.

3. Предприниматели несут реальную экономическую ответственность за своевременное выполнение своих обязательств перед поставщиками, потребителями, государством, банками. На организацию финансов влияют организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

4. Финансовое обеспечение управленческих решений состоит из финансового прогнозирования и планирования, анализа и контроля предпринимательской деятельности, текущей финансовой работы. Текущий финансовый план составляется в форме баланса доходов и расходов денежных средств.

5. Предприниматели определяют объем и источники финансовых обязательств перед бюджетом, банками, партнерами по бизнесу. Оборотные средства нужны предпринимателю для финансового обеспечения непрерывной деятельности.

6. Распределение прибыли есть одной из форм реализации экономических интересов участников предпринимательской деятельности и государства.

7. Предприятие выступает сектором экономики, наиболее уязвимым относительно неблагоприятных, неустранимых внешних факторов влияния.

Поэтому предпринимательская деятельность нуждается в финансово-кредитной поддержке.

8. Государство заинтересовано в предоставлении финансово-кредитной поддержки тем видам предпринимательской деятельности, благодаря которым достигается решение важных проблем социального и экономического развития общества. Финансовая поддержка предпринимательства может осуществляться в конкретных формах, для развития которых государство обеспечивает соответствующие правовые и организационные условия.

9. Система налогообложения используется как инструмент влияния на бизнес. Она представлена совокупностью налогов, сборов, других обязательных платежей в бюджет, взносов в государственные целевые фонды, которые взимаются в установленном порядке.

10. Соответственно построению бюджета налоги могут быть общегосударственными и местными, делиться на прямые и косвенные.

11. Рост цены товаров и услуг под давлением высокого уровня налогообложения предопределяет сужение спроса, который отрицательно сказывается на предпринимательстве. Именно поэтому необходимо снижение всех видов налогов с целью активизации предпринимательской деятельности.

Термины и понятия для словаря

Акцизный сбор
Валовой доход
Валовые расходы
Доходы предприятия
Кредит
Кривая Лаффера
Коммерческий расчет
Имущество предприятия
Необлагаемый минимум
Косвенные налоги
Оборотные средства
Организация финансов
Налог на добавленную стоимость
Налог на прибыль
предприятия
Текущая финансовая работа
Прямые налоги
Саморегулирование
Самофинансирование
Система налогообложения
Управление прибылью
Финансы
Финансовые санкции
Цена

Вопрос для самоконтроля

1. *Что положено в основу организации финансов предприятия?*
2. *Какие принципы коммерческого расчета определяют организацию финансовой работы на предприятии?*
3. *В чем заключается финансовая независимость предприятия?*

А. В каких случаях предприниматели несут экономическую ответственность за результаты своей деятельности?

5. *По каким направлениям осуществляется финансовое обеспечение управленческих решений?*
6. *Какая цель составления финансового плана?*
7. *Каким образом достигается взаимодействие финансовых отношений?*
8. *Для чего нужны предприятию оборотные средства?*
9. *В каких случаях предприниматели привлекают к финансовому обеспечению своей деятельности кредит?*
10. *Между кем происходит распределение прибыли?*
11. *Каким образом достигается использование финансово-кредитных методов для поддержки и регулирования предпринимательства?*
12. *В чем заключается сущность системы налогообложения? Какое место она занимает среди финансовых рычагов содействия развития предпринимательства?*
13. *Какие виды налогов выделяют в системе налогообложения субъектов предпринимательской деятельности?*
14. *Каким образом определяется зависимость между уровнем налоговых поступлений в бюджет и налоговой ставкой?*
15. *Какие элементы включает в себя структура любого налога?*
16. *Что такое необлагаемый минимум и какое место он занимает в структуре налоговых льгот?*
17. *Какие принципы построения системы налогообложения в Украине?*

Практические задачи

1. *Выручка от реализации продукции составляет 560 тыс. грн., совокупные расходы — 290 тыс. грн. Определите размер прибыли.*
2. *Оборотные средства предприятия - 120 тыс. грн. Срок одного оборота - 90 дней. Определите годовую сумму оборотных средств. Для расчетов используйте величину — 360 дней.*
3. *Общая сумма прибылей предприятия — 240 тыс. грн. Величина налогов на прибыль составляет 80 тыс. грн., чистая прибыль — 48 тыс. грн. Рассчитайте величину части прибыли, которая может быть использована.*
4. *Определите цену продажи одного изделия, если известно, что расход на производство составляют 70 грн., прибыль — 10 грн., а пруда НДС — 20 %.*
5. *Валовые расходы предприятия составляют 200 тыс. грн. Сумма амортизационных отчислений ~ 120 тыс. грн. Валовой доход - 400 тыс. грн. Определите размер налога на прибыль предприятия.*

Темы рефератов

1. *Роль финансов в предпринимательском управлении.*
2. *Самофинансирование в предпринимательской деятельности.*

3. Прибыль - обобщающий показатель финансовой деятельности.
4. Финансовые показатели предпринимательской деятельности.
5. Кредитование как форма финансовой поддержки предпринимательства.
6. Особенности налогообложения инновационного предпринимательства.
7. Развитие системы налогообложения: мировой опыт и реалии Украины.

Ключ к тестам:

1.3; 2.3; 3.5; 4.3; 5.1; 6.2, 6.3; 7.3; 8.1; 9.2, 9.3; 10.2; 11.1.

Ключ к тестам по вариантам:

В I: 1.3; 2.1; 3.2; 4.5; 5.3.

В II: 1.3; 2.2, 2.3; 3.2; 4.3; 5.1.

В III: 1.5; 2.3; 3.1; 4.1; 5.2, 5.3.

В IV: 1.3; 2.1; 3.3; 4.2, 4.3; 5.2.

Тесты

1. Что положено в основу организации финансов?

- 1.1. Денежные фонды.
- 1.2. Оборотные средства.
- 1.3. Коммерческий расчет.
- 1.4. Прибыль.

2. По своим финансовым обязательствам предприятие отвечает:

- 2.1. Собственным имуществом.
- 2.2. Доходами.
- 2.3. Собственным имуществом и доходами.
- 2.4. Собственной прибылью.

3. На какой стадии у предприятия возникает потребность в средствах?

- 3.1. Приобретения сырья и материалов.
- 3.2. Найму рабочей силы.
- 3.3. Производства продукции.
- 3.4. Реализации продукции.
- 3.5. На каждой из перечисленных стадий.

4. Амортизационные отчисления это:

- 4.1. Источник воспроизведения основных доходов.
- 4.2. Элемент расходов на производство.
- 4.3. Одновременно и элемент расходов, и источник воспроизведения.
- 4.4. Финансовый инструмент.

5. Что остается в распоряжении предприятия?

- 5.1. Чистая прибыль.
- 5.2. Налоги.
- 5.3. Плата за кредиты.
- 5.4. Страховые взносы.

6. Что относят к прямым налогам?

- 6.1. Налог на добавленную стоимость.
- 6.2. Налог с рекламы.
- 6.3. Налог на прибыль.
- 6.4. Акцизный сбор.

7. Прибыль предприятия, которая подлежит налогообложению, это:

- 7.1. Сумма валового дохода.
- 7.2. Разница между суммой валового дохода и суммой амортизационных отчислений.
- 7.3. Разница между суммой валового дохода и валовых расходов плюс амортизационные отчисления.

8. Что характеризует кривая Лаффера?

- 8.1. Зависимость между уровнем налоговых поступлений в бюджет и налоговой ставкой.
- 8.2. Зависимость между разными видами налогообложений и суммой поступлений в бюджет.
- 8.3. Взаимозависимость между суммой налогов и величиной доходной части бюджета.
- 8.4. Правильного ответа нет.

9. Чему содействует высокий уровень налогообложения?

- 9.1. Активизации предпринимательской деятельности.
- 9.2. Повышению уровня цен.
- 9.3. Уменьшению спроса.
- 9.4. Росту спроса.

10. В какой сфере снижение налоговых ставок наиболее целесообразно?

- 10.1. Торгового посредничества.
- 10.2. Инновационного предпринимательства.
- 10.3. Финансового посредничества.
- 10.4. Международного предпринимательства.

11. На что направлена финансово-кредитная поддержка предпринимательства?

- 11.1. На стимулирование производства определенных товаров.
- 11.2. На сдерживание производства определенных товаров.

11.3. На стимулирование и сдерживание производства определенных товаров.

11.4. Правильного ответа нет.

Вариант I

1. Что положено в основу организации финансов?

- 1.1. Денежные фонды.
- 1.2. Оборотные средства.
- 1.3. Коммерческий расчет.
- 1.4. Прибыль.

2. Что остается в распоряжении предприятия?

- 2.1. Чистая прибыль.
- 2.2. Налоги.
- 2.3. Плата за кредиты.
- 2.4. Страховые взносы.

3. Чему содействует высокий уровень налогообложения?

- 3.1. Активизации предпринимательской деятельности.
- 3.2. Повышению уровня цен.
- 3.3. Уменьшению спроса.
- 3.4. Росту спроса.

4. На какой стадии у предприятия возникает потребность в средствах?

- 4.1. Приобретения сырья и материалов.
- 4.2. Найму рабочей силы.
- 4.3. Производства продукции.
- 4.4. Реализации продукции.
- 4.5. На каждой из перечисленных стадий.

5. Прибыль предприятия, которая подлежит налогообложению, это:

- 5.1. Сумма валового дохода.
- 5.2. Разница между суммой валового дохода и суммой амортизационных отчислений.
- 5.3. Разница между суммой валового дохода и валовых расходов плюс амортизационные отчисления.

Вариант II

1. По своим финансовым обязательствам предприятие отвечает:

- 1.1. Собственным имуществом.

- 1.2. Доходами.
- 1.3. Собственным имуществом и доходами.
- 1.4. Собственной прибылью.

2. *Что относят к прямым налогам?*

- 2.1. Налог на добавленную стоимость.
- 2.2. Налог с рекламы.
- 2.3. Налог на прибыль.
- 2.4. Акцизный сбор.

3. *В какой сфере снижение налоговых ставок наиболее целесообразно?*

- 3.1. Торгового посредничества.
- 3.2. Инновационного предпринимательства.
- 3.3. Финансового посредничества.
- 3.4. Международного предпринимательства.

4. *Амортизационные отчисления это:*

- 4.1. Источник воспроизведения основных доходов.
- 4.2. Элемент расходов на производство.
- 4.3. Одновременно и элемент расходов, и источник воспроизведения.
- 4.4. Финансовый инструмент.

5. *Что характеризует кривая Лаффера?*

- 5.1. Зависимость между уровнем налоговых поступлений в бюджет и налоговой ставкой.
- 5.2. Зависимость между разными видами налогообложения и суммой поступлений в бюджет.
- 5.3. Взаимозависимость между суммой налогов и величиной доходной части бюджета.
- 5.4. Правильного ответа нет.

Вариант III

1. *На какой стадии у предприятия возникает потребность в средствах?*

- 1.1. Приобретения сырья и материалов.
- 1.2. Найму рабочей силы.
- 1.3. Производства продукции.
- 1.4. Реализации продукции.
- 1.5. На каждой из перечисленных стадий.

2. *Прибыль предприятия, которая подлежит налогообложению, это:*

- 2.1. Сумма валового дохода.
- 2.2. Разница между суммой валового дохода и суммой амортизационных отчислений.

2.3. Разница между суммой валового дохода и валовых расходов плюс амортизационные отчисления.

3. На что направлена финансово-кредитная поддержка предпринимательства?

- 3.1. На стимулирование производства определенных товаров.
- 3.2. На сдерживание производства определенных товаров.
- 3.3. На стимулирование и сдерживание производства определенных товаров.
- 3.4. Правильного ответа нет.

4. Что остается в распоряжении предприятия?

- 4.1. Чистая прибыль.
- 4.2. Налоги.
- 4.3. Плата за кредиты.
- 4.4. Страховые взносы.

5. Чему содействует высокий уровень налогообложения?

- 5.1. Активизации предпринимательской деятельности.
- 5.2. Повышению уровня цен.
- 5.3. Уменьшению спроса.
- 5.4. Росту спроса.

Вариант IV

1. Амортизационные отчисления это:

- 1.1. Источник воспроизведения основных доходов.
- 1.2. Элемент расходов на производство.
- 1.3. Одновременно и элемент расходов, и источник воспроизведения.
- 1.4. Финансовый инструмент.

2. Что характеризует кривая Лаффера?

- 2.1. Зависимость между уровнем налоговых поступлений в бюджет и налоговой ставкой.
- 2.2. Зависимость между разными видами налогообложения и суммой поступлений в бюджет.
- 2.3. Взаимозависимость между суммой налогов и величиной доходной части бюджета.
- 2.4. Правильного ответа нет.

3. Что положено в основу организации финансов?

- 3.1. Денежные фонды.
- 3.2. Оборотные средства.
- 3.3. Коммерческий расчет.

3.4. Прибыль.

4. Что относят к прямым налогам?

4.1. Налог на добавленную стоимость.

4.2. Налог с рекламы.

4.3. Налог на прибыль.

4.4. Акцизный сбор.

5. В какой сфере снижение налоговых ставок наиболее целесообразно?

5.1. Торгового посредничества.

5.2. Инновационного предпринимательства.

5.3. Финансового посредничества.

5.4. Международного предпринимательства.

Тема 1.11 ФИНАНСЫ И НАЛОГИ

План

1. Организация финансов предприятий

2. Финансовая деятельность в предпринимательском управлении

3. Финансово-кредитная поддержка предпринимательства.

4. Система налогообложения предпринимательской деятельности.

Термин **финансы** (от лат. *finantia* — платеж, *fino* — плачу) означает совокупность всех денежных средств, которые находятся в распоряжении предприятия.

Организация финансов предприятий

Организация финансов предприятий — это совокупность форм, методов, способов формирования и использования ресурсов, контроля за их кругооборотом для достижения экономических целей согласно действующим законодательным актам.

Сущность коммерческого расчета состоит в постоянном сравнении (в денежном выражении) расходов и результатов деятельности.

Его целью является получение максимальной прибыли при минимальных расходах капитала и минимально возможном риске.

Источником формирования финансовых ресурсов предприятий являются реально заработанные доходы от реализации продукции, выполненных работ и предоставленных услуг.

Финансовая деятельность в предпринимательском управлении

Финансовая деятельность — это система использования разных форм и методов финансового обеспечения относительно функционирования предприятий и достижения ими поставленных целей, т.е. это и практическая финансовая работа, которая обеспечивает жизнедеятельность предприятия, улучшает ее результаты.

Финансовое обеспечение управления осуществляется по таким основным направлениям:

- финансовое прогнозирование и планирование;
- анализ и контроль предпринимательской деятельности;
- текущая финансово-экономическая работа.

Финансовое прогнозирование и планирование является одним из важнейших звеньев финансовой работы предприятия.

На этой стадии финансовой работы определяется общая потребность в денежных средствах для обеспечения нормальной производственно-хозяйственной деятельности и возможность получения таких средств.

Планирование выручки необходимо для разработки плана прибыли от реализации продукции или выполненных работ, предоставленных услуг, определения суммы плановых платежей в бюджет

Цель планирования расходов - определение возможности наиболее экономного расходования материальных, трудовых и денежных ресурсов на единицу продукции.

Предприниматели и менеджеры, ориентируясь на обработанные финансовые показатели, составляют перспективные, текущие и оперативные финансовые планы.

Текущий финансовый план составляется в форме баланса доходов и расходов денежных средств.

Финансовый механизм предприятия — это система управления финансами, предназначенная для организации взаимодействия финансовых отношений и денежных фондов с целью оптимизации их влияния на конечные результаты деятельности предприятия.

Непосредственными задачами управления финансами предприятий являются обеспечение формирования и правильного распределения выручки от реализации продукции для восстановления оборотных средств, формирование амортизационного фонда, валового и чистого дохода.

Амортизационные отчисления ныне являются важнейшим элементом расходов на производство и основным источником воспроизведения основных фондов.

Управление финансами предприятий включает также сферу формирования, распределения и использования прибыли, которая остается в распоряжении предприятия.

Финансово-кредитная поддержка предпринимательства.

Кредит — это предоставление фирме денежных средств на условиях возвращения, определенных сроков пользования, платности, материального обеспечения или другого гарантийного покрытия.

Особую роль в развитии предпринимательства играет система налогообложения, уровень налогов, налоговые льготы, формы финансового содействия становлению и развитию предпринимательского сектора.

В состав финансовых рычагов регулирования предпринимательства относят:

- налоговую и финансово-кредитную политику, в том числе установление ставок налогов и процентов из государственных кредитов, налоговых льгот;
- цены и правила ценообразования;
- целевые дотации;
- валютный курс;
- размер экономических санкций.

Лизинг является формой долгосрочного кредита, который предоставляется в натуральной форме и погашается предпринимателем-арендатором в рассрочку.

Система налогообложения предпринимательской деятельности.

Система налогообложения — это совокупность налогов, сборов, других обязательных платежей в бюджет, взносов в государственные целевые фонды, которые взимаются в установленном порядке.

Таблиця 14.1. Система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності

Непрямі податки	Прямі податки	Внески до державних цільових фондів	Інші податки, збори, платежі
Податок на додану вартість	Податок на прибуток підприємств	Пенсійний фонд	Плата з компенсування витрат на геолого-розвідувальні роботи
Акцизний збір	Плата за землю	Фонд соціального страхування	Плата за спеціальне використання природних ресурсів
Мито	Податок з власників транспортних засобів	Фонд зайнятості	Державне мито
Митний збір	Плата за майно підприємств	На будівництво, ремонт і експлуатацію автошляхів	Місцеві податки і збори

Американський економіст Лаффер доказав графічно, що до однієї певної межі підвищення податкової ставки збільшує суму доходів бюджету, а потім вони поступово зменшуються до рівня, вказаного на рис.

Лаффер доказал, что одинаковый доход может быть получен и при достаточно низкой и при высокой налоговой ставке.

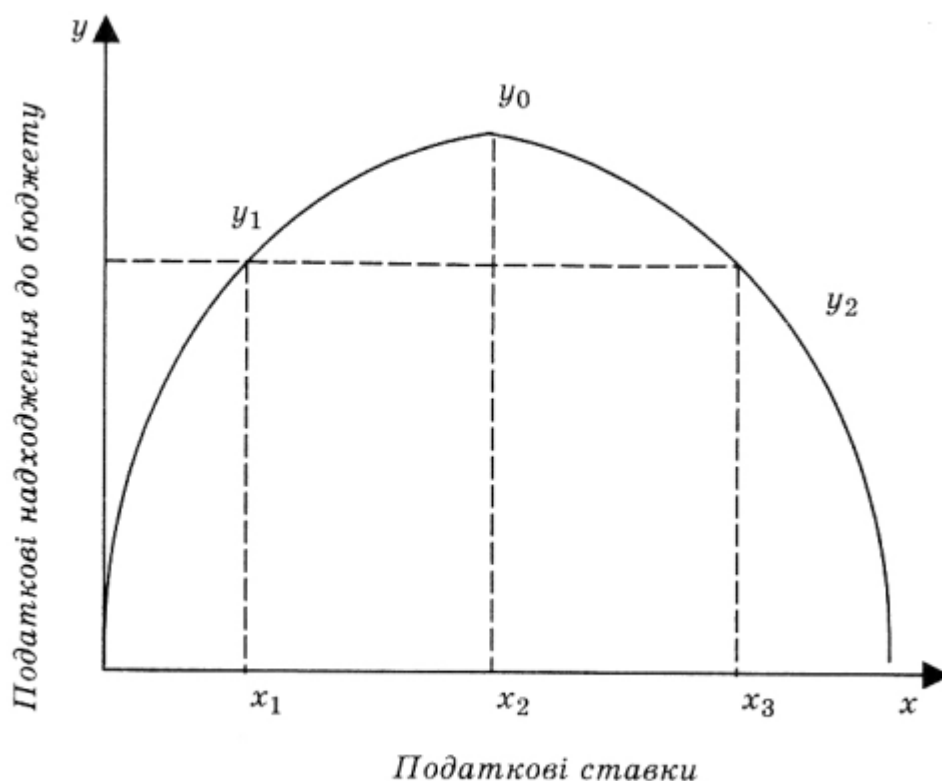


Рис. 14.1. Крива Лаффера

Конструкция налога содержит такие элементы:

- субъект;
- объект и источник налогообложения;
- единица обложения;
- налоговая ставка;
- налоговый оклад;
- налоговые льготы.

Налоговые льготы - это полное или частичное освобождение от налогов субъекта предпринимательской деятельности соответственно действующему законодательству.

Особое место среди источников формирования государственного бюджета занимает налог на добавленную стоимость (НДС).

Акцизный сбор — начисляется в процентах к стоимости товаров в отпускных ценах.

Согласно законодательству существует *прибыль предприятия*. Она определяется как разность между валовым доходом и валовыми расходами.

Основным целевым налогом Украине :

- платежи в Пенсионный фонд и Фонд социального страхования;
- платежи в Фонд содействия занятости населения.

Итоги темы

1. Конкурентоспособность предпринимательской деятельности определяется финансовым обеспечением управленческих решений, умением предпринимателя формировать, распределять и использовать денежные средства для воплощения предпринимательских замыслов. Основой ориентации финансов предприятий есть коммерческий расчет.

2. Субъекты предпринимательской деятельности самостоятельно решают, что и как делать, кому реализовать продукцию, как распределить выручку от реализации продукции, как распорядиться прибылью.

3. Предприниматели несут реальную экономическую ответственность за своевременное выполнение своих обязательств перед поставщиками, потребителями, государством, банками. На организацию финансов влияют организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

4. Финансовое обеспечение управленческих решений состоит из финансового прогнозирования и планирования, анализа и контроля предпринимательской деятельности, текущей финансовой работы. Текущий финансовый план составляется в форме баланса доходов и расходов денежных средств.

5. Предприниматели определяют объем и источники финансовых обязательств перед бюджетом, банками, партнерами по бизнесу. Оборотные средства нужны предпринимателю для финансового обеспечения непрерывной деятельности.

6. Распределение прибыли есть одной из форм реализации экономических интересов участников предпринимательской деятельности и государства.

7. Финансовая поддержка предпринимательства может осуществляться в конкретных формах, для развития которых государство обеспечивает соответствующие правовые и организационные условия.

8. Система налогообложения используется как инструмент влияния на бизнес. Она представлена совокупностью налогов, сборов, других обязательных платежей в бюджет, взносов в государственные целевые фонды, которые взимаются в установленном порядке.

9. Соответственно построению бюджета налоги могут быть общегосударственными и местными, делиться на прямые и косвенные.

Вопрос для самоконтроля

1. *Что положено в основу организации финансов предприятия?*
2. *Какие принципы коммерческого расчета определяют организацию финансовой работы на предприятии?*
3. *В чем заключается финансовая независимость предприятия?*
4. *В каких случаях предприниматели несут экономическую ответственность за результаты своей деятельности?*
5. *По каким направлениям осуществляется финансовое обеспечение управленческих решений?*
6. *Какая цель составления финансового плана?*
7. *Каким образом достигается взаимодействие финансовых отношений?*
8. *Для чего нужны предприятию оборотные средства?*
9. *В каких случаях предприниматели привлекают к финансовому обеспечению своей деятельности кредит?*
10. *Между кем происходит распределение прибыли?*
11. *Каким образом достигается использование финансово-кредитных методов для поддержки и регулирования предпринимательства?*
12. *В чем заключается сущность системы налогообложения? Какое место она занимает среди финансовых рычагов содействия развития предпринимательства?*
13. *Какие виды налогов выделяют в системе налогообложения субъектов предпринимательской деятельности?*
14. *Каким образом определяется зависимость между уровнем налоговых поступлений в бюджет и налоговой ставкой?*
15. *Какие элементы включает в себя структура любого налога?*
16. *Что такое необлагаемый минимум и какое место он занимает в структуре налоговых льгот?*
17. *Какие принципы построения системы налогообложения в Украине?*

Практические задачи

1. *Выручка от реализации продукции составляет 560 тыс. грн., совокупные расходы — 290 тыс. грн. Определите размер прибыли.*
2. *Оборотные средства предприятия - 120 тыс. грн. Срок одного оборота - 90 дней. Определите годовую сумму оборотных средств. Для расчетов используйте величину — 360 дней.*
3. *Общая сумма прибылей предприятия — 240 тыс. грн. Величина налогов на прибыль составляет 80 тыс. грн., чистая прибыль — 48 тыс. грн. Рассчитайте величину части прибыли, которая может быть использована.*

Ключ к тестам:

1.3; 2.3; 3.5; 4.3; 5.1; 6.2, 6.3; 7.3; 8.1; 9.2, 9.3; 10.2; 11.1.

Ключ к тестам по вариантам:**В I:** 1.3; 2.1; 3.2; 4.5; 5.3.**В II:** 1.3; 2.2, 2.3; 3.2; 4.3; 5.1.**В III:** 1.5; 2.3; 3.1; 4.1; 5.2, 5.3.**В IV:** 1.3; 2.1; 3.3; 4.2, 4.3; 5.2.**Тема 1.10. Финансово-кредитные институты.**

Цель: сформировать знание понятий «финансы», «финансовые ресурсы», основных видов средств предприятий, акционированного финансирования и финансирования при помощи облигаций, кредитного финансирования и видов кредитов, финансово-кредитных институтов, развивать экономическое мышление, воспитывать культуру общения.

План.

1. Финансовое обеспечение предпринимательства. Источники финансирования.
2. Основные виды финансовых средств предприятия. Внешнее и внутреннее обеспечение фирмы финансами.
3. Акционерное финансирование, виды акций.
4. Финансирование при помощи облигаций.
5. Кредитное финансирование. Основные виды кредитов.
6. Финансово-кредитные институты. Коммерческие банки. Инвестиционные банки. Фондовая биржа. Страховые банки.

Литература:

16. Варналії З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
17. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності
Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

1. Финансовое обеспечение предпринимательства. Источники финансирования.

В экономических отношениях субъектов предпринимательской деятельности особое место занимают финансы. Поэтому при организации предпринимательства необходимо особое внимание уделять финансовой деятельности, формированию и использованию финансовых ресурсов, соблюдению финансовой дисциплины.

Финансы субъектов предпринимательской деятельности – это особые экономические отношения, которые связаны с формированием,

распределением и использованием финансовых ресурсов на микроуровне в процессе производства.

Финансы предпринимательских структур осуществляют первичное распределение ВВП на фонды накопления, потребления, обновления материальных элементов процесса производства.

Финансовые ресурсы – это аккумулированные предприятием денежные средства с разных источников, которые предназначены для формирования основных и оборотных средств производства и осуществления производственно-хозяйственной деятельности с целью получения соответствующего дохода.

2. Основные виды финансовых средств предприятия. Внешнее и внутреннее обеспечение фирмы финансами.

Финансовые ресурсы предприятий в зависимости от **источников формирования** разделяют на такие:

- сформированные во время создания предприятия (взносы учреждений в уставные фонды);

- сформированные за счет собственных и приравненных к собственным средств (прибыль от основной деятельности, финансовых операций, других видов деятельности, амортизационных отчислений, выручки от реализации лишних товарно-материальных ценностей);

- мобилизованные на финансовом рынке (средства от выпуска ценных бумаг, кредитные инвестиции);

- полученные в порядке перераспределения (страховые отчисления, бюджетное финансирование, средства внебюджетных фондов, поступления от руководящей организации, дивиденды от процентов ценных бумаг других эмитентов).

По праву собственности финансовые ресурсы бывают:

- **собственные** – внутренние (уставной капитал, дополнительный капитал, резервный капитал, нераспределенный капитал, целевое финансирование);

- **привлеченные** – внешние (кредиторская задолженность за товары, работы, услуги; текущие обязательства по счетам);

- **заемные средства** – внешние (долгосрочные и краткосрочные кредиты банков, другие долгосрочные обязательства).

3. Акционерное финансирование, виды акций.

Акция – вид ценной бумаги без установленного срока оборота, которая свидетельствует о паевом участии в уставном фонде акций акционерного общества.

Акция дает право на участие в управлении предприятием, на получение части прибыли в виде дивидендов и участие в распределении имущества в случае ликвидации акций акционерного общества.

Акции, как предмет постоянной продажи и покупки, имеют свою цену.

Сумма, обозначенная в акции, - ее номинальная стоимость. Фактическая цена, по которой продается акция, называется ее курсом.

Дивиденд – доход, который приносит акция собственнику.

Этот доход – не фиксированный, так как меняется в зависимости от размеров прибыли предприятия.

Различают четыре вида акций:

- именные;
- на предъявителя;
- привилегированные;
- простые.

Именные акции – вносятся в книги регистрации ведомости про каждую такую акцию (в т.ч. про собственника и время приобретения акций), а также об их количестве у каждого акционера.

Акции на предъявителя – при регистрации сведения предоставляют только про их количество.

Привилегированные акции – дивиденды выплачиваются в форме стабильного, заранее фиксированного процента, независимо от текущей прибыли компании.

На простые акции выплачивают дивиденды независимо от общества в текущем периоде.

Формально каждый собственник акции есть совладельцем акционерного общества.

4. Финансирование при помощи облигаций.

Облигации (лат. – обязательство) – ценная бумага, которая свидетельствует, что ее собственник внес на приобретение этой ценной бумаги денежные средства и имеет право подать ее к оплате как долговое обязательство юридическим лицам, которые выпустили облигацию на определенный период (от 1 до 25 лет).

Облигации выпускает государство, акционеры, частные компании преобладающе большими партиями.

Собственник (держатель) облигации при этой ситуации выступает кредитором, а организация, которая ее выпускает (эмитент) – должником. Вследствие этого облигация является одной из форм кредита.

Основными видами государственных ценных бумаг в развитых странах мира есть казначейские векселя со сроком погашения до 91 дня,

казначейские векселя со сроком погашения до 10 лет и казначейскими облигациями от 10 до 30 лет.

Основную целью выпуска государственных ценных бумаг есть покрытие дефицита государственного бюджета.

5.Кредитное финансирование. Основные виды кредитов.

Кредит – это экономические отношения, которые возникают между экономическими субъектами в связи с передачей один другому во временное пользование свободных средств на основе добровольности, возврата и платности.

Банковский кредит – экономические отношения между банком и заемщиком по поводу предоставления средств во временное пользование на условиях возврата и платности.

Кредиты, которые предоставляются банками, классифицируют по разным признакам.

По срокам предоставления банковские кредиты разделяются на **краткосрочные** (до 1 года), **среднесрочные** (до 3 лет), **долгосрочные** (свыше 3лет).

По срокам погашения кредиты бывают:

- **срочные, просроченные** (кредиты, срок которых, установленный в кредитном договоре, закончился, а долг еще не возвращен кредитору),
- **продолгованные** (кредиты, в отношении которых по просьбе заемщика банк принял решение о переносе на более поздний срок возвращения долга),
- **до востребования** (кредиты, которые даются на неопределенный срок),
- **онкольные** (погашаются по первому требованию банка).

По валюте кредиты различают в национальной валюте и в иностранной валюте.

По характеру оплаты процента разделяют кредиты с фиксированным, плавающим и смешанным процентом

По обеспеченности кредиты бывают: обеспеченные заставой (имуществом, ценными бумагами), с **нерентинтным** обеспечением, с другим обеспечением (ипотека, страховка, поручительство), необеспеченные.

В зависимости от количества кредиторов различают: кредиты, которые предоставлены одним банком, консорциальные кредиты (предоставляется **консорциальными банками**), параллельные кредиты (предоставляется одному клиенту несколькими банками на одинаковых условиях).

По степени риска кредиты делятся на такие:

- **стандартные** – с минимальной степенью риска,
- **нестандартные**, к которым принадлежат кредиты под ??????????????

По форме различают лизинговые (долгосрочные кредиты в имущественной, товарной форме по поводу ??????), ипотечные (под залог недвижимого имущества), бланковые (необеспеченные кредиты предоставляются финансово устойчивым предприятиям сроком на 1-10 дней).

Зависимо от цели использования кредиты разделяют на кредиты на формирование оборотных средств и кредиты на финансирование основных фондов, приватизацию государственного имущества.

По методу предоставления кредиты, предоставленные в разовом поручении, в соответствии с кредитной ?????? (в пределах определенного времени в пределах определенной суммы), гарантийные (с заранее определенной датой предоставления или по мере возникновения необходимости).

По способу погашения кредиты делят на те, которые погашаются постепенно или частями; такие, которые погашаются одним платежом по окончании срока; такие которые погашают в соответствии с условиями кредитного договора.

6. Финансово-кредитные институты. Коммерческие банки. Инвестиционные банки. Фондовая биржа. Страховые банки.

Банк – финансовый институт, который обеспечивает финансирование и развитие заемного капитала, в частности кредита.

Банк – финансово-кредитный институт, который аккумулирует денежные ресурсы (ценные бумаги и выпускает их, предоставляет в кредит ресурсы, контролирует денежный оборот и оказывает платежно- расчетные услуги.

Коммерческие банки, как правило, не являются государственной собственностью. Самые мощные из них открытые акционерные общества. Основные функции: кредитные, фондовые (выпуск ценных бумаг), комиссионные (платежно-расчетные).

Инвестиционные банки осуществляют операции по выпуску и размещению акций, облигаций. При этом они приобретают капитал путем выпуска и продажи собственных акций, или привлекают к этому коммерческие банки.

Страховые компании с целью приобретения финансовых средств продают страховые пакеты, вкладывают их в ценные бумаги компаний и государства, предоставляют этим субъектам кредиты.

Фондовая биржа – учреждение, организованный рынок, на котором собственники осуществляют процесс купли-продажи ценных бумаг через посредников.

Купля - продажи акций на фондовой бирже осуществляются при помощи посредников.

Вопросы для контроля:

1. Что называют финансами субъектов предпринимательской деятельности?
2. Что называют финансовыми ресурсами предпринимательства?
3. По каким признакам классифицируют финансовые ресурсы?
4. Что такое акционированное финансирование?
5. В чем заключается сущность финансирования при помощи облигаций?
6. Что называют кредитом, какие существуют виды кредитов?
7. Перечислите финансово-кредитные институты.

Тесты

1. Вид ценной бумаги без установленного срока оборота, которая свидетельствует о паевом участии в уставном фонде акций акционерного общества:

- а) акция;
- б) кредит;
- в) облигации;
- г) банковский кредит;
- д) дивиденд.

2. Доход, который приносит акция собственнику:

- а) акция;
- б) кредит;
- в) облигации;
- г) банковский кредит;
- д) дивиденд.

3. Ценная бумага, которая свидетельствует, что ее собственник внес на приобретение этой ценной бумаги денежные средства и имеет право подать ее к оплате как долговое обязательство юридическим лицам, которые выпустили ее на определенный период:

- а) акция;
- б) кредит;
- в) облигации;
- г) банковский кредит;
- д) дивиденд.

4. Экономические отношения, которые возникают между экономическими субъектами в связи с передачей один другому во временное пользование свободных средств на основе добровольности, возврата и платности:

- а) фондовая биржа;

- б) банковский кредит;
- в) банк;
- г) кредит;
- в) облигации.

5. Экономические отношения между банком и заемщиком по поводу предоставления средств во временное пользование на условиях возврата и платности:

- а) фондовая биржа;
- б) банковский кредит;
- в) банк;
- г) кредит;
- в) облигации.

6. Учреждение, организованный рынок, на котором собственники осуществляют процесс купли-продажи ценных бумаг через посредников:

- а) фондовая биржа;
- б) банковский кредит;
- в) банк;
- г) кредит;
- в) облигации.

7. Финансовый институт, который обеспечивает финансирование и развитие заемного капитала, в частности кредита:

- а) фондовая биржа;
- б) банковский кредит;
- в) банк;
- г) кредит;
- в) облигации.

8. Продадут страховые пакеты, вкладывают их в ценные бумаги компаний и государства, предоставляют этим субъектам кредиты:

- а) фондовая биржа;
- б) банковский кредит;
- в) страховые компании;
- г) инвестиционные банки.

9. Аккумулированные предприятием денежные средства с разных источников, которые предназначены для формирования основных и оборотных средств производства и осуществления производственно-хозяйственной деятельности с целью получения соответствующего дохода:

- а) акция;
- б) банковский кредит;
- в) банк;
- г) кредит;
- д) облигации;

е) финансовые ресурсы.

10. Осуществляют операции по выпуску и размещению акций, облигаций, при этом приобретают капитал путем выпуска и продажи собственных акций, или привлекают к этому коммерческие банки:

- а) фондовые биржи;
- б) инвестиционные банки;
- в) банки;
- г) кредит;
- д) страховые компании.

Ключ к тестам: 1а; 2д; 3в; 4г; 5б; 6а; 7б; 8в; 9е; 10б.

Презентация

Тема 1.12. Финансово-кредитное обеспечение предпринимательства.

План.

1. Финансовое обеспечение предпринимательства. Источники финансирования.
2. Основные виды финансовых средств предприятия. Внешнее и внутреннее обеспечение фирмы финансами.
3. Акционерное финансирование, виды акций.
4. Финансирование при помощи облигаций.
5. Кредитное финансирование. Основные виды кредитов.
6. Финансово-кредитные институты. Коммерческие банки. Инвестиционные банки. Фондовая биржа. Страховые банки.

1. Финансовое обеспечение предпринимательства. Источники финансирования.

Финансы субъектов предпринимательской деятельности – это особые экономические отношения, которые связаны с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов на микроуровне в процессе производства.

Финансовые ресурсы – это аккумулированные предприятием денежные средства с разных источников, которые предназначены для формирования основных и оборотных средств производства и осуществления производственно-хозяйственной деятельности с целью получения соответствующего дохода.

2. Основные виды финансовых средств предприятия. Внешнее и внутреннее обеспечение фирмы финансами.

Финансовые ресурсы предприятий в зависимости от **источников формирования** разделяют на такие:

- сформированные во время создания предприятия (вносы учреждений в уставные фонды);
- сформированные за счет собственных и приравненных к собственным средств (прибыль от основной деятельности, финансовых операций, других видов деятельности, амортизационных отчислений, выручки от реализации лишних товарно-материальных ценностей);
- мобилизованные на финансовом рынке (средства от выпуска ценных бумаг, кредитные инвестиции);
- полученные в порядке перераспределения (страховые отчисления, бюджетное финансирование, средства внебюджетных фондов, поступления от руководящей организации, дивиденды от процентов ценных бумаг других эмитентов).

По праву собственности финансовые ресурсы бывают:

- **собственные** – внутренние (уставной капитал, дополнительный капитал, резервный капитал, нераспределенный капитал, целевое финансирование);
- **привлеченные** – внешние (кредиторская задолженность за товары, работы, услуги; текущие обязательства по счетам);
- **заемные средства** – внешние (долгосрочные и краткосрочные кредиты банков, другие долгосрочные обязательства).

3. Акционерное финансирование, виды акций.

Акция – вид ценной бумаги без установленного срока оборота, которая свидетельствует о паевом участии в уставном фонде акций акционерного общества.

Акции, как предмет постоянной продажи и покупки, имеют свою цену.

Сумма, обозначенная в акции, - ее номинальная стоимость. Фактическая цена, по которой продается акция, называется ее курсом.

Дивиденд – доход, который приносит акция собственнику.

Различают четыре вида акций:

- именные;
- на предъявителя;
- привилегированные;

- простые.

Именные акции – вносятся в книги регистрации ведомости про каждую такую акцию (в т.ч. про собственника и время приобретения акций), а также об их количестве у каждого акционера.

Акции на предъявителя – при регистрации сведения предоставляют только про их количество.

Привилегированные акции – дивиденды выплачиваются в форме стабильного, заранее фиксированного процента, независимо от текущей прибыли компании.

На простые акции выплачивают дивиденды независимо от общества в текущем периоде.

4. Финансирование при помощи облигаций.

Облигации (лат. – обязательство) – ценная бумага, которая свидетельствует, что ее собственник внес на приобретение этой ценной бумаги денежные средства и имеет право подать ее к оплате как долговое обязательство юридическим лицам, которые выпустили облигацию на определенный период (от 1 до 25 лет).

Основными видами государственных ценных бумаг в развитых странах мира есть казначейские векселя со сроком погашения до 91 дня, казначейские векселя со сроком погашения до 10 лет и казначейскими облигациями от 10 до 30 лет.

Основную целью выпуска государственных ценных бумаг есть покрытие дефицита государственного бюджета.

5. Кредитное финансирование. Основные виды кредитов.

Кредит – это экономические отношения, которые возникают между экономическими субъектами в связи с передачей один другому во временное пользование свободных средств на основе добровольности, возврата и платности.

Банковский кредит – экономические отношения между банком и заемщиком по поводу предоставления средств во временное пользование на условиях возврата и платности.

Кредиты, которые предоставляются банками, классифицируют по разным признакам.

По срокам предоставления банковские кредиты разделяются на **краткосрочные** (до 1 года), **среднесрочные** (до 3 лет), **долгосрочные** (свыше 3 лет).

По срокам погашения кредиты бывают:

- **срочные, просроченные** (кредиты, срок которых, установленный в кредитном договоре, закончился, а долг еще не возвращен кредитору),
- **продолженные** (кредиты, в отношении которых по просьбе заемщика банк принял решение о переносе на более поздний срок возвращения долга),
- **до востребования** (кредиты, которые даются на неопределенный срок),
- **онкольные** (погашаются по первому требованию банка).

По валюте кредиты различают в национальной валюте и в иностранной валюте.

По характеру оплаты процента разделяют кредиты с фиксированным, плавающим и смешанным процентом

По обеспеченности кредиты бывают: обеспеченные заставой (имуществом, ценными бумагами), с **нерентинным** обеспечением, с другим обеспечением (ипотека, страховка, поручительство), необеспеченные.

По степени риска кредиты делятся на такие:

- **стандартные** – с минимальной степенью риска,
- **нестандартные**, к которым принадлежат кредиты под ????????????

По форме различают **лизинговые** (долгосрочные кредиты в имущественной, товарной форме по поводу ???????), **ипотечные** (под залог недвижимого имущества), **бланковые** (необеспеченные кредиты предоставляются финансово устойчивым предприятиям сроком на 1-10 дней).

Зависимо от цели использования кредиты разделяют на кредиты на формирование оборотных средств и кредиты на финансирование основных фондов, приватизацию государственного имущества.

По методу предоставления кредиты, предоставленные в разовом поручении, в соответствии с кредитной ?????? (в пределах определенного времени в пределах определенной суммы), **гарантийные** (с заранее определенной датой предоставления или по мере возникновения необходимости).

По способу погашения кредиты делят на те, которые погашаются постепенно или частями; такие, которые погашаются одним платежом по окончании срока; такие которые погашают в соответствии с условиями кредитного договора.

6. Финансово-кредитные институты. Коммерческие банки. Инвестиционные банки. Фондовая биржа. Страховые банки.

Банк – финансовый институт, который обеспечивает финансирование и развитие заемного капитала, в частности кредита.

Банк – финансово-кредитный институт, который аккумулирует денежные ресурсы (ценные бумаги и выпускает их, предоставляет в кредит ?????? ресурсы, контролирует денежный оборот и оказывает платежно-расчетные услуги.

Коммерческие банки, как правило, не являются государственной собственностью. Самые мощные из них открытые акционерные общества. Основные функции: кредитные, фондовые (выпуск ценных бумаг), комиссионные (платежно-расчетные).

Инвестиционные банки осуществляют операции по выпуску и размещению акций, облигаций. При этом они приобретают капитал путем выпуска и продажи собственных акций, или привлекают к этому коммерческие банки.

Страховые компании с целью приобретения финансовых средств продают страховые пакеты, вкладывают их в ценные бумаги компаний и государства, предоставляют этим субъектам кредиты.

Фондовая биржа – учреждение, организованный рынок, на котором собственники осуществляют процесс купли-продажи ценных бумаг через посредников.

Вопросы для контроля:

1. Что называют финансами субъектов предпринимательской деятельности?
2. Что называют финансовыми ресурсами предпринимательства?
3. По каким признакам классифицируют финансовые ресурсы?
4. Что такое акционированное финансирование?
5. В чем заключается сущность финансирования при помощи облигаций?
6. Что называют кредитом, какие существуют виды кредитов?
7. Перечислите финансово-кредитные институты.

Тема 1.11 Конкуренция и ее формы.

Цель: разъяснить понятия конкуренции и ее основных форм, развивать логическое мышление, воспитывать экономическую культуру, развивать логику мышления, воспитывать культуру речи.

План

1. Сущность конкуренции.
2. Основные формы конкуренции.

Литература:

18. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
19. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

1. Сущность конкуренции.

Конкуренция - одна из движущих сил развития экономической системы, составная часть внутреннего экономического механизма функционирования предприятия.

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова «conkurete» и обозначает **«сталкивать»** (т.е. сталкиваемся с кем-то и взаимно стараемся столкнуть один другого).

В случае сталкивания интересов отдельных производителей или продавцов товаров и услуг каждый из них старается доказать свои преимущества, обеспечить более выгодное и более стабильное положение в т. ч. за счет ослабления и даже банкротства конкурирующих предприятий.

Существуют различные понятия конкуренции.

Конкуренция как экономическая категория – это **борьба между производителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг с целью присвоения наибольшей прибыли.**

Конкуренция – это форма соревнования между предприятиями (предпринимателями) в условиях ограниченного влияния каждого из них на общие условия реализации товара на рынке и стимулирование производства товаров, которые необходимы потребителю.

Конкуренция – объективный экономический закон развития товарного производства, действие которого для товаропроизводителя является внешней принудительной силой обеспечения дальнейшего развития:

- повышения продуктивности труда на своих предприятиях;
- расширения масштаба производства;
- ускорения НТП;
- внедрения новых форм организации производства и систем заработной платы.

Сущность конкуренции более полно раскрывается в ее функциях. Она содействует:

- 1) **расширению предприятиями масштабов производства, повышению** продуктивности труда и за счет этого снижению затрат производства на единицу продукции, а также и цены;

- 2) экономии ресурсов (природных, материальных, трудовых, финансовых и пр);
- 3) внедрению достижений науки и техники в производство, что обуславливает рост продуктивного труда;
- 4) улучшению качества продукции и обслуживания потребностей;
- 5) перераспределению капитала между отраслями, выравниванию норм прибыльности в разных сферах и областях экономики;
- 6) созданию условий для банкротства предприятий, росту на этой основе безработицы;
- 7) возникновению экономических кризисов;
- 8) усилению процесса дифференциации товаропроизводителей, т.е. обогащению одних и обеднению других;
- 9) монополизации экономики.

2. Основные формы конкуренции.

Свободная (или чистая, совершенная) **конкуренция** – это конкуренция идеального варианта, когда существует неограниченное количество производителей – конкурентов во всех областях общественного производства.

Свободная конкуренция господствовала на нижней стадии капитализма.

В случае, когда есть большое количество товаропроизводителей, то отдельный производитель небольшой части товара не имеет значительного влияния на рынок, на цену того же товара.

При этих условиях процесс ценообразования осуществляется вследствие стихийного и свободного взаимодействия спроса, предложения и цен, что обозначает саморегулирование экономической системы, ценовой характер конкурентной борьбы.

В определенной мере таким требованиям при современных условиях соответствуют рынки сельскохозяйственной продукции, ценных бумаг и услуг.

Монополия- противоположность конкуренции. Она полностью ограничивает возможность конкурентного механизма регулирования экономики.

Монополистическая (несовершенная) конкуренция. Эта конкуренция ведется между крупными компаниями (внутри монополизированного сектора, между членами групповых монополий) и мелкими и средними фирмами. Это борьба за монополизацию рынков сбыта, источников сырья, энергии, за получение государственных контрактов, кредитов, за владение интеллектуальной собственностью (патентами, лицензиями).

Ее наиважнейшими чертами являются монопольные высокие цены и присвоение на этой основе монопольно высоких прибылей.

Чтобы получить эти прибыли крупные компании-монополисты используют рекламу, расширяют количество послепродажных услуг, улучшают качество продукции, ее полезные свойства и т.д. Вообще компания монополист не может неограниченно повышать цены, так как это приводит к снижению спроса на ее продукцию, а значит и объема продаж.

Олигополистическая конкуренция.

Олигополия- своеобразная конкуренция небольшого количества производителей («олигополия»- немного продавцов).

Продавцов немного, но их достаточно, чтобы включился механизм рыночной конкуренции. И такая конкуренция, созданная в результате государственного регулирования, получила название «умной» (П.Самуэльсон).

Внутриотраслевая конкуренция- борьба между товаропроизводителями, которые действуют в одной отрасли народного хозяйства и изготавливают одинаковую или взаимозаменяемую продукцию.

Основной метод борьбы при этой конкуренции - снижение затрат производства. Чтобы такое снижение не привело к потере прибыли, предприятия вынуждены применять новые достижения науки и техники, совершенствовать формы организации производства и труда, внедрять новые формы оплаты труда и т.д.

Другой важный метод- повышение качества продукции, что дает возможность несколько повысить цены по сравнению с ценами конкурентов.

Межотраслевая конкуренция- конкуренция между товаропроизводителями, которые действуют в разных отраслях народного хозяйства и выпускают разнородные виды продукции.

Из-за разных условий производства в отраслях предприниматели при одинаковых затратах капитала имеют неодинаковую массу продукта. Поэтому товаропроизводители, которые получают меньшую прибыль, стараются вкладывать свой капитал в отрасли, где прибыль больше. Это осуществляется путем репрофилирования предприятия, замены акций менее перспективных отраслей через механизм купли- продажи на акции более перспективных и т.д.

Ценовая конкуренция- это борьба между товаропроизводителями за потребителя путем уменьшения затрат производства, снижения цен на товары и услуги без существенных изменений их качества и ассортимента.

Методы борьбы - снижение цены до завоевания рынка, а потом значительное ее повышение; сезонные распродажи, скидки. Важная черта ценовой монополистической конкуренции - дискриминация цены, при которой один и тот же товар разным группам потребителей продается по разной цене (например, диктат транспортных компаний при перевозке сельскохозяйственной продукции, которая быстро портится).

Неценовая конкуренция - борьба между товаропроизводителями за потребителей путем внедрения достижений научно- технического прогресса

в производство, что обеспечивает повышение качества продукции и расширения ее ассортимента.

Кроме этого, продлевают срок гарантийного обслуживания, дают кредиты для потребителей и др.

Характерная черта такой конкуренции - определенная стабильность цен. Чтобы избежать проникновения на рынок других предприятий, осуществляют патентирование и лицензирование новых находок.

Неценовая конкуренция более удовлетворяет интересы потребителей.

Нечестная конкуренция – ведется неэкономическими методами (подкуп чиновников, промышленный шпионаж, заключение тайных договоров про единую политику цен и даже диверсии против конкурентов).

Вопросы:

1. Какие положительные и отрицательные стороны конкуренции?
2. Чем отличается внутриотраслевая конкуренция от межотраслевой?
3. Какие методы конкурентной борьбы используют при условии свободной конкуренции?
4. Чем отличается монополистическая конкуренция от олигополистической?
5. Чем отличается ценовая конкуренция от неценовой?

Тесты:

1. Конкуренция небольшого количества производителей:
 - а) олигополистическая;
 - б) монополистическая;
 - в) свободная;
 - г) ценовая.

2. Борьба между товаропроизводителями, которые действуют в одной отрасли народного хозяйства и изготавливают одинаковую или взаимозаменяемую продукцию:
 - а) олигополистическая;
 - б) монополистическая;
 - в) свободная;
 - г) внутриотраслевая.

3. Борьба между товаропроизводителями за потребителя путем уменьшения затрат производства, снижения цен на товары и услуги без существенных изменений их качества и ассортимента:
 - а) олигополистическая;
 - б) монополистическая;
 - в) свободная;
 - г) ценовая.

4. Конкуренция идеального варианта, когда существует неограниченное количество производителей – конкурентов во всех областях общественного производства:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) ценовая,
- д) межотраслевая.

5. Конкуренция между товаропроизводителями, которые действуют в разных отраслях народного хозяйства и выпускают разнородные виды продукции:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) ценовая,
- д) межотраслевая.

Тема 1.13 Конкуренция как способ реализации предпринимательства.

План

- 1.Сущность конкуренции.**
- 2.Основные формы конкуренции.**

1. Сущность конкуренции.

Термин «конкуренция» происходит от латинского слова «conkurete» и обозначает **«сталкивать»** (т.е. сталкиваемся с кем-то и взаимно стараемся столкнуть один другого).

Существуют различные понятия конкуренции.

Конкуренция как экономическая категория – это **борьба между производителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг с целью присвоения наибольшей прибыли.**

Конкуренция – это форма соревнования между предприятиями (предпринимателями) в условиях ограниченного влияния каждого из них на общие условия реализации товара на рынке и стимулирование производства товаров, которые необходимы потребителю.

Конкуренция содействует:

- 1) расширению предприятиями масштабов производства, повышению продуктивности труда и за счет этого снижению затрат производства на единицу продукции, а также и цены;
- 2) экономии ресурсов (природных, материальных, трудовых, финансовых и пр);
- 3) внедрению достижений науки и техники в производство, что обуславливает рост продуктивного труда;
- 4) улучшению качества продукции и обслуживания потребностей;
- 5) перераспределению капитала между отраслями, выравниванию норм прибыльности в разных сферах и областях экономики;
- 6) созданию условий для банкротства предприятий, росту на этой основе безработицы;
- 7) возникновению экономических кризисов;
- 8) усилению процесса дифференциации товаропроизводителей, т.е. обогащению одних и обеднению других;
- 9) монополизации экономики.

2. Основные формы конкуренции.

Свободная (или **чистая, совершенная**) **конкуренция** – это конкуренция идеального варианта, когда существует неограниченное количество производителей – конкурентов во всех областях общественного производства.

В определенной мере таким требованиям при современных условиях соответствуют рынки сельскохозяйственной продукции, ценных бумаг и услуг.

Монополия- противоположность конкуренции. Она полностью ограничивает возможность конкурентного механизма регулирования экономики.

Монополистическая (несовершенная) конкуренция. Эта конкуренция ведется между крупными компаниями (внутри монополизированного сектора, между членами групповых монополий) и мелкими и средними фирмами. **Олигополистическая конкуренция.**

Олигополия- своеобразная конкуренция небольшого количества производителей («олигополия»- немного продавцов).

Внутриотраслевая конкуренция- борьба между товаропроизводителями, которые действуют в одной отрасли народного хозяйства и изготавливают одинаковую или взаимозаменяемую продукцию.

Межотраслевая конкуренция- конкуренция между товаропроизводителями, которые действуют в разных отраслях народного хозяйства и выпускают разнородные виды продукции.

Ценовая конкуренция- это борьба между товаропроизводителями за потребителя путем уменьшения затрат производства, снижения цен на товары и услуги без существенных изменений их качества и ассортимента.

Методы борьбы - снижение цены до завоевания рынка, а потом значительное ее повышение; сезонные распродажи, скидки.

Неценовая конкуренция - борьба между товаропроизводителями за потребителей путем внедрения достижений научно- технического прогресса в производство, что обеспечивает повышение качества продукции и расширения ее ассортимента.

Нечестная конкуренция – ведется неэкономическими методами (подкуп чиновников, промышленный шпионаж, заключение тайных договоров про единую политику цен и даже диверсии против конкурентов).

Вопросы:

- 1.Какие положительные и отрицательные стороны конкуренции?
- 2.Чем отличается внутриотраслевая конкуренция от межотраслевой?
- 3.Какие методы конкурентной борьбы используют при условии свободной конкуренции?

4. Чем отличается монополистическая конкуренция от олигополистической?
5. Чем отличается ценовая конкуренция от неценовой?

Тесты:

1. Конкуренция небольшого количества производителей:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) ценовая.

2. Борьба между товаропроизводителями, которые действуют в одной отрасли народного хозяйства и изготавливают одинаковую или взаимозаменяемую продукцию:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) внутриотраслевая.

3. Борьба между товаропроизводителями за потребителя путем уменьшения затрат производства, снижения цен на товары и услуги без существенных изменений их качества и ассортимента:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) ценовая.

4. Конкуренция идеального варианта, когда существует неограниченное количество производителей – конкурентов во всех областях общественного производства:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) ценовая,
- д) межотраслевая.

5. Конкуренция между товаропроизводителями, которые действуют в разных отраслях народного хозяйства и выпускают разнородные виды продукции:

- а) олигополистическая;
- б) монополистическая;
- в) свободная;
- г) ценовая,
- д) межотраслевая.

Тема 1.12 Риски в предпринимательской деятельности

Цель: разъяснить понятия предпринимательского риска, его видов, мер по его снижению, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План

1. Причины и сущность предпринимательского риска
2. Виды риска
3. Управление рисками в предпринимательской деятельности.

Литература:

20. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
21. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності
Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

Осуществление предпринимательской деятельности всегда связано с риском, который принято называть предпринимательским. Экономическая и правовая культура предпринимателя как особого социально-психологического типа хозяйственника выражается в определенном отношении к риску. Невосприятие риска, по сути, означает прекращение любой деятельности. Вместе с тем умение своевременно учитывать риски повышает конкурентоспособность предпринимательских операций, стимулирует инновационную деятельность. Каким же образом формируется отношение предпринимателя к риску? Какие существуют причины и виды предпринимательского риска? Как осуществлять управление рисками в предпринимательской деятельности? Каким образом можно уменьшать степень риска? Ответ на эти вопросы и является общей направленностью темы - определить сущность риска и умение предпринимателя рисковать.

1. Причины и сущность предпринимательского риска

Становление рыночных отношений в Украине характеризуется динамическим изменением экономической ситуации, возрастающей неопределенностью развития составляющей хозяйственной системы. Отсюда - появление неуверенности предпринимателя в достижении конечных результатов деятельности, неясность в определении возможных прибылей или потерь. Особенно это присуще инновационному предпринимательству, начальным стадиям любого бизнеса или осуществлению новых предпринимательских замыслов.

Рыночная система хозяйствования базируется на экономической свободе предпринимателя. Регулирование предпринимательской деятельности происходит путем установления норм ее осуществления, действием системы налогообложения. Все другое определяется интересами производителей и потребителей, действием рыночных конкурентных сил. Но конкурентно-рыночная среда вбирает свободу многих участников предпринимательской деятельности. При таких условиях выгода для одних может обернуться убытками для других. Это означает, что предприниматель постоянно сталкивается с неопределенностью, неполнотой информации, а значит - с повышенным риском.

Какие же действия должен выполнять предприниматель в такой ситуации?

Наиболее легким вариантом ответа может быть то, что предприниматель должен искать дело без риска, вести бизнес с заранее определенным результатом. Но такое поведение вступает в разногласие с содержанием предпринимательской деятельности. При таком подходе вообще очень тяжело начать собственное дело или выйти со своей продукцией на новые рынки, обновить товары и услуги. Поэтому правильным ответом может быть только то, что предприниматель должен не избегать риска, а предусматривать его, стараясь избежать.

Характерной особенностью предпринимательского риска есть его прямая зависимость от условий конкретной сделки или действия в производстве, закупки или реализации продукции. Итак, вывод: наиболее весомыми составляющими риска выступают непредсказуемость рыночной конъюнктуры, объемов спроса и его структуры, поведения потребителей, уровня цен.

Таким образом, предпринимательским риском следует считать риск, который возникает во всех сферах деятельности бизнесмена: производстве, реализации товаров и услуг, финансовом и торговом посредничестве, осуществлении научно-технических и коммерческих проектов. В каждой сфере предпринимательской деятельности риск связывают с возможной потерей (полной или частичной) ресурсов, которые есть в распоряжении предпринимателя. Это могут быть материальные, финансовые, интеллектуальные и другие ресурсы.

Кроме того, риск связывают с возможной потерей доходов или их недополучением сравнительно с ожидаемым результатом. Как правило, потеря или недополучение доходов находятся в прямой зависимости от рационального использования ресурсов.

Схематично приведенные зависимости изображенные на рис. 15.1.

Итак, **риск** — это опасность полной или частичной потери ресурсов или доходов.

Другими словами, риск имеет качественную и количественную оценки. Если происходит то или другое событие в рыночной среде, то возможными могут стать три экономических результата: отрицательный (проигрыш, убытки), нулевой и положительный (выигрыш, выгода).



Рис. 15.1. Структура підприємницького ризику

Для определения количественной меры риска применяют базовые показатели, которые используются для сравнения нескольких альтернативных решений. Это могут быть расчетные или ожидаемые показатели прибыли, расходов, выручки. Они представлены в бизнес-плане, технико-экономическом обосновании предпринимательского проекта, расчетах при том или другом соглашении. Отсюда становится понятным, что потерями в предпринимательстве следует считать снижение прибыли или дохода сравнительно с ожидаемыми величинами. Итак, избрание правильного решения, детальная обработка предпринимательского проекта, изучение возможных потерь и их величины выступает основой предотвращения риска.

2. Виды риска

Из изложенного материала понятно, что для оценки возможности тех или других потерь, вызванных отклонением реального хода предпринимательской деятельности от ожидаемого, необходимо прежде всего хорошо знать все виды расходов, а после этого рассчитать их как возможные прогнозные величины. При этом предпринимателю нужно учитывать по крайней мере два момента: во-первых, оценка каждого из видов потерь в количественном выражении не всегда дает возможность свести их в единую величину; во-вторых, непредвиденные изменения в предпринимательской деятельности могут, с одной стороны, вызвать потери в виде повышенных расходов ресурсов, уменьшения дохода, а с другой - обусловить экономию определенных видов ресурсов, которая принесет, соответственно, непредвиденный положительный результат.

Потери, которые могут возникнуть в предпринимательской деятельности: **материальные, труда, финансовые, времени.**

Материальные виды потерь проявляются в непредвиденных предпринимательскими планами дополнительных расходах или прямых потерях оборудования, сырья, транспортных средств и т.п.. Эти виды потерь могут иметь как натуральное измерение, так и стоимостное

Трудовые потери, связанные с потерей рабочего времени, вызванной непредвиденными обстоятельствами, например, простоем оборудования, несвоевременным поступлением сырья для производства и т.п.. Их измерением являются часы рабочего времени.

Финансовые потери — наиболее распространенный вид потерь в предпринимательской деятельности. Они делятся на риски, связанные с покупательной способностью денег (инфляционные и дефляционные, валютные риски, потери от снижения цен на продукцию, которая реализуется, или повышение цен на сырье), и риски, связанные с вложением капитала (инвестиционные риски).

Потери времени обусловлены задержками в предпринимательской деятельности, вызванными несвоевременным выполнением договоров, работ, доставки товара. Случайные потери времени способны существенно повлиять на величину дохода, предусмотренного бизнес-планом. Измеряются как в натуральном, так и в стоимостном виде.

Кроме названных видов потерь существуют потери, которые тяжело подвергаются классификации. Формами проявления этих потерь могут быть убытки морального плана: потеря престижа предпринимателя, его фирмы. Эти виды потерь не всегда подвергаются четкому количественному измерению.

Таким образом, риски и потери целесообразно классифицировать, обнаруживая наиболее весомые по величине и вероятности возникновения. Это разрешит заранее предусмотреть потери, неминуемые расходы и учитывать их в бизнес-план. Конечно, ряд факторов имеет случайный характер, и их учесть заранее практически невозможно. Но знание наиболее важных причин, которые их вызывают, дает возможность ослабить их отрицательное влияние.

Каким же образом можно предусмотреть случайные потери в предпринимательстве?

Рассмотрим для примера некоторые потери в производственном предпринимательстве, потенциальная возможность которых порождает предпринимательский риск.

Возможные причины производственного характера — уменьшение производительности работы, низкий уровень использования оборудования, неритмичная поставка сырья.

Последствия — уменьшение запланированных объемов производства, прибыли от реализации.

Возможные причины изменений рыночной ситуации — недостаточное качество продукции, падение спроса, инфляция.

Последствия — снижение цен сравнительно с запланированными.

Для определения потерь необходимо сопоставить: в первом случае - возможное суммарное уменьшение объема выпуска продукции в стоимостном выражении с запланированным; во втором - уменьшение валовой выручки от реализации продукции вследствие изменения цены одного изделия.

При финансовых операциях в специфической товарной форме выступают деньги, ценные бумаги, валюта. Поэтому во время оценки финансового риска предприниматель должен учитывать такие специфические факторы, как изменение курса денег, валюты, ценных бумаг, ограничение на валютно-денежные операции.

Основными видами рисков в предпринимательской деятельности являются: производственные, материально-технические, снабженческо-сбытовые, инвестиционные, кредитные, валютные, управленческие, маркетинговые, экономико-правовые и прочие.

Производственный риск — риск, непосредственно связанный с процессом производственной деятельности, в частности с возможностью технических и производственных неполадок, аварий и т.п..

Материально-технический риск — риск, связанный с низким или недостаточным уровнем материально-технической базы фирмы (предприятия), которая может не обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции.

Снабженческо-сбытовой риск — риск, обусловленный срывом или изменением условий заключенных договоров и своевременной поставки или снабжением некачественных материалов, комплектующих изделий; несвоевременным снабжением товаров потребителю, их недостаточным качеством и т.п..

Инвестиционный риск — риск, связанный с нарушением материально-вещевой структуры инвестиций, несбалансированностью прямых (обеспечивают владение контрольным пакетом акций) и портфельных (такого владения не обеспечивают) инвестиций и т.п..

Кредитный риск — риск, обусловленный опасностью невозвращения, частичного или несвоевременного возвращения кредитов.

Валютный риск — риск, связанный с непредвиденным изменением курса национальной валюты, а также курсов иностранных валют.

Управленческий риск — риск, обусловленный нерациональным характером принятых менеджерами разных звеньев, особенно топ менеджерами управленческих решений.

Маркетинговый риск — риск, обусловленный неточными (недостовверными) прогнозированием объемов исследуемого рынка и т.п..

Экономико-правовой риск — риск, связанный с несовершенством и изменениями в законодательстве относительно предпринимательской деятельности, неправильным применением государством действующего законодательства и т.п..

3. Управление рисками в предпринимательской деятельности.

Субъект предпринимательской деятельности, который мыслит рационально, не должен полагаться на стихийный ход событий, он должен научиться управлять рисками в предпринимательстве.

В предпринимательской практике постоянно разрабатываются и реализуются мероприятия, направленные на снижение величины риска. В

совокупности они представляют единый механизм управления риском, так называемый риск-менеджмент. Последний представляет собой систему управления риском и финансовыми отношениями, которые возникают в процессе этого управления.

При этом риск-менеджмент базируется на использовании таких методов снижения его в предпринимательской деятельности, как *диверсификация риска; объединение рисков или страхование; распределение рисков; поиск информации.*

Рассмотрим эти методы.

Диверсификация риска — это метод снижения риска путем распределения его между несколькими рискованными товарами. Осуществляется таким способом, что повышение риска от купли (или продажи) одного означает снижение риска от купли (или продажи) другого.

Объединение рисков — это метод, направленный на снижение риска путем преобразования случайных убытков в относительно небольшие постоянные расходы. Последние представляют основу страхования.

Распределение риска происходит во время разработки финансового плана предпринимательского проекта, подготовки контрактов, соглашений. Значительно уменьшает потенциальный риск детальная разработка бизнес-плана и прогнозирование предпринимательской деятельности. В бизнес-план включают возможные изменения и проблемы осуществления проекта, формы контроля текущих операций, аналитическую оценку состояния дел.

Риск связан и во многом обусловлен неопределенностью ситуации, которая складывается на рынке. Методы анализа рисков предусматривают использование информации относительно соответствующих операций, запланированных предпринимателем. **Поиск информации** тем самым оказывает содействие снижению риска. Для определения количества необходимой информации целесообразно сравнить ожидаемые будущие выгоды с ожидаемыми предложенными расходами, связанными с ее получением.

Эффективность мероприятий по снижению риска зависит от решения таких задач: *обоснование надежности рынков сбыта; прочности материально-технической базы предприятия; мероприятий, направленных на снижение риска; выбора предпринимательской стратегии, ее инновационности; аналитической оценки товара, рынков, конкурентов.*

Например, для обоснования надежности рынков сбыта нужно определить потенциальное количество покупателей, выявить их потребительские наклоны, желания. Прочность материально-технической базы предприятия определяется величиной и состоянием производственных фондов, наличием современных технологий. Инновационность избранной предпринимательской стратегии выражается в поиске новых форм удовлетворения нужд потребителей, создании новейших товаров и услуг. Аналитическая оценка товара, рисков, конкурентов даст возможность избежать лишних расходов, найти благоприятное время для развертывания бизнеса.

Предыдущая разработка этих мероприятий поможет избежать возможного банкротства или других отрицательных следствий. Итак, внесение правильного решения, детальная обработка предпринимательского проекта с использованием средств блокирования и минимизации рисков в процессе его осуществления - основной способ решения вопросов риска-менеджмента.

С этой целью формируется рискованная политика фирмы.

Рискованная политика фирмы — это комплекс защитных мероприятий от основных форм рисков.

Важнейшими защитными антирискованными мерами есть:

- страхование риска;
- изучение рынка;
- изучение клиентов, в частности проверка их платежеспособности;
- осуществление диверсификации производства и снабжение;
- текущий контроль;
- использование залога;
- изучение конкурентов;
- создание финансовых резервов;
- создание страховых запасов важнейших материалов;
- усовершенствование ценовой политики и т.п..

Итоги темы

1. Предпринимательская деятельность связана с риском в связи с неопределенностью результатов хозяйствования, изменениями, которые происходят в рыночной среде.

2. Предприниматель должен не избегать риска, а предусматривать его, стараясь избежать.

3. В каждой сфере предпринимательской деятельности риск связывают с возможной полной или частичной потерей ресурсов, которые находятся в его распоряжении, а также с потерей или неполучением доходов сравнительно с ожидаемым результатом.

4. Для определения количественной меры риска применяют расчетные или ожидаемые показатели прибыли, расходов, выручки. Они представлены в бизнес-плане, технико-экономическом обосновании предпринимательского проекта, а также в расчетах по тем или другим соглашениям.

5. Возможные потери в предпринимательской деятельности - материальные, труда, финансовые, времени, специальные виды потерь - необходимо учитывать в предпринимательской деятельности, ведь их потенциальная возможность предопределяет возникновение рисков.

6. Основными видами рисков в предпринимательской деятельности есть: производственные, материально-технические, снабженческо-сбытовые, инвестиционные, кредитные, валютные, управленческие, маркетинга, экономико - правовые и прочие.

7. При условиях оценки риска нужно установить четыре характерные точки возможного развития событий:

- а) наиболее возможный уровень риска;
- б) вероятность допустимой потери;
- в) вероятность критической потери;
- г) вероятность катастрофической потери.

8. Снижение уровня риска путем применения совокупности таких методов, как диверсификация, объединение рисков или страхования, распределение риска, поиск информации образуют единый механизм управления риском, так называемый риск-менеджмент.

9. Мерами, которые оказывают содействие снижению риска, выступают:

- а) обоснование надежности рынков сбыта;
- б) выбор инновационной предпринимательской стратегии;
- в) прочность материально-технической базы предприятия;
- г) аналитическая оценка товара, рынков, конкурентов.

10. Выбор правильного управленческого решения, детальная обработка предпринимательского проекта с использованием средств блокирования и минимизации рисков в процессе его осуществления - основной способ решения вопросов риска-менеджмента.

Термины и понятия для словаря

Виды риска

Зоны риска

Зона безрисковая

Вероятность

Зона допустимого риска

Оценка риска

Зона катастрофического риска риск

Зона критического риска

Вопрос для самоконтроля

1. Что является источником и в чем заключается сущность предпринимательского риска?

2. Какие действия должен выполнять предприниматель в условиях рыночной неопределенности, неполноты информации о состоянии рынка?

3. Дайте обобщающую характеристику составляющим предпринимательского риска и объясните, в чем заключаются его причины, и какие последствия предпринимательского риска могут быть.

4. В чем заключается сущность отдельных видов потерь в предпринимательской деятельности?

5. Какие специфические факторы следует учитывать предпринимателю во время оценки финансового риска?

6. Благодаря каким методам достигается снижения риска в предпринимательской практике?

7. Что такое диверсификация риска?

8. От чего зависит эффективность мер по снижению риска в предпринимательской деятельности?

9. В чем заключается сущность риска-менеджмента?

Практические задачи

1. Предприятие имеет два варианта рискованного вложения капитала. В первом варианте доход составляет 10 тыс. грн., а убытки — 3 тыс. грн., во втором — доход — 15 тыс. грн., а убытки — 5 тыс. грн. Какой вариант более, рискованный?

2. Взрывом разрушен цех предприятия. Стоимость оборудования цеха 100 тыс. грн. В цехе находилась продукция на 20 тыс. грн. Для расчистки территории предприниматель израсходовал 1 тыс. грн. Сумма от сдачи металлолома — 2 тыс. грн. Какая будет сумма прямых убытков?

Темы рефератов

1. Особенности предпринимательских рисков в разных сферах деятельности.

2. Методы оценки предпринимательских рисков.

3. Риск-менеджмент в предпринимательстве.

4. Меры снижения риска в предпринимательской практике.

5. Экономическое поведение предпринимателя в условиях непредвиденных рыночных изменений.

Тесты.

1. В чем заключается риск финансовых операций?

1.1. В опасности потери ресурсов фирмы, неполучении ею доходов или появления дополнительных расходов.

1.2. В неопределенности хозяйственной ситуации, которая вызывает необходимость ее оценки.

1.3. В неопределенности последствий деятельности фирмы.

1.4. В оптимальном соотношении выигрыша и величины риска.

2. Какой сфере предпринимательской деятельности повышенный риск наиболее присущ?

2.1. Производственному предпринимательству.

2.2. Инновационному предпринимательству.

2.3. Финансовому посредничеству.

2.4. Торговому посредничеству.

3. С чем связывают риск в предпринимательской деятельности?

3.1. С возможной потерей ресурсов.

3.2. С недополучением доходов.

3.3. С возможной потерей ресурсов и с недополучением доходов.

3.4. Правильного ответа нет.

4. Что используют для определения меры риска?

- 4.1. Показатели прибыли.
- 4.2. Показатели расходов.
- 4.3. Показатели выручки.
- 4.4. Все перечисленные показатели.

5. Какие потери относятся к специальным видам потерь?

- 5.1. Потеря престижа фирмы, предпринимателя.
- 5.2. Потеря капитала.
- 5.3. Потеря времени.
- 5.4. Потеря прибыли.

6. Чем определяется зона катастрофического риска?

- 6.1. Расчетной прибылью.
- 6.2. Расчетной выручкой.
- 6.3. Имущественным состоянием.
- 6.4. Правильного ответа нет.

7. Что такое диверсификация риска?

- 7.1. Метод предотвращения потерь.
- 7.2. Способ максимизации выигрыша.
- 7.3. Метод снижения риска путем распределения его между несколькими рискованными товарами.
- 7.4. Метод анализа риска.

8. Характерной особенностью предпринимательского риска является:

- 8.1. Прогнозирование ситуации.
- 8.2. Прямая зависимость от условий конкурентной сделки или действия в производстве закупок.
- 8.3. Способность не бояться последствий предпринимательской деятельности.

9. Наиболее весомые составляющие риска:

- 9.1. Предприимчивость.
- 9.2. Непредсказуемость рыночной конъюнктуры.
- 9.3. Непредсказуемость объемов спроса и его структуры.
- 9.4. Непредсказуемость уровня цен.
- 9.5. Непредсказуемость поведения потребителей.
- 9.6. Непредсказуемость собственных решений.

10. Что считают потерями в предпринимательстве?

- 10.1. Снижение прибыли или дохода в сравнении с ожидаемыми величинами.
- 10.2. Убытки от деятельности.
- 10.3. Возвращение кредита.

Ключ к тестам:

1.1; 2.2; 3.3; 4.4; 5.1.; 6.1; 7.3; 8.2; 9.2, 9.3, 9.4, 9.5; 10.1.

Ключ тестам по вариантам:

В I: 1.1; 2.1; 3.2; 3.3, 3.3, 3.5; 4.3; 5.3.

В II: 1.2; 2.1; 3.1; 4.4; 5.2.

В III: 1.3; 2.3; 3.1; 4.1; 5.2, 5.3, 5.4, 5.5.

В IV: 1.4; 2.2; 3.2; 4.1; 5.1.

Вариант I*1. В чем заключается риск финансовых операций?*

1.1. В опасности потери ресурсов фирмы, неполучении ею доходов или появления дополнительных расходов.

1.2. В неопределенности хозяйственной ситуации, которая вызывает необходимость ее оценки.

1.3. В неопределенности последствий деятельности фирмы.

1.4. В оптимальном соотношении выигрыша и величины риска.

2.. Какие потери относятся к специальным видам потерь?

2.1. Потеря престижа фирмы, предпринимателя.

2.2. Потеря капитала.

2.3. Потеря времени.

2.4. Потеря прибыли.

3. Наиболее весомые составляющие риска:

3.1. Предприимчивость.

3.2. Непредсказуемость рыночной конъюнктуры.

3.3. Непредсказуемость объемов спроса и его структуры.

3.4. Непредсказуемость уровня цен.

3.5. Непредсказуемость поведения потребителей.

3.6. Непредсказуемость собственных решений.

4. С чем связывают риск в предпринимательской деятельности?

4.1. С возможной потерей ресурсов.

4.2. С недополучением доходов.

4.3. С возможной потерей ресурсов и с недополучением доходов.

4.4. Правильного ответа нет.

5. Что такое диверсификация риска?

5.1. Метод предотвращения потерь.

5.2. Способ максимизации выигрыша.

5.3. Метод снижения риска путем распределения его между несколькими рискованными товарами.

5.4. Метод анализа риска.

Вариант II

1. Какой сфере предпринимательской деятельности повышенный риск наиболее присущ?

- 1.1. Производственному предпринимательству.
- 1.2. Инновационному предпринимательству.
- 1.3. Финансовому посредничеству.
- 1.4. Торговому посредничеству.

2. Чем определяется зона катастрофического риска?

- 2.1. Расчетной прибылью.
- 2.2. Расчетной выручкой.
- 2.3. Имущественным состоянием.
- 2.4. Правильного ответа нет.

3. Что считают потерями в предпринимательстве?

- 3.1. Снижение прибыли или дохода в сравнении с ожидаемыми величинами.
- 3.2. Убытки от деятельности.
- 3.3. Возвращение кредита.

4. Что используют для определения меры риска?

- 4.1. Показатели прибыли.
- 4.2. Показатели расходов.
- 4.3. Показатели выручки.
- 4.4. Все перечисленные показатели.

5. Характерной особенностью предпринимательского риска является:

- 5.1. Прогнозирование ситуации.
- 5.2. Прямая зависимость от условий конкурентной сделки или действия в производстве закупок.
- 5.3. Способность не бояться последствий предпринимательской деятельности.

Вариант III

1. С чем связывают риск в предпринимательской деятельности?

- 1.1. С возможной потерей ресурсов.
- 1.2. С недополучением доходов.
- 1.3. С возможной потерей ресурсов и с недополучением доходов.
- 1.4. Правильного ответа нет.

2. Что такое диверсификация риска?

- 2.1. Метод предотвращения потерь.
- 2.2. Способ максимизации выигрыша.
- 2.3. Метод снижения риска путем распределения его между несколькими рискованными товарами.
- 2.4. Метод анализа риска.

3. В чем заключается риск финансовых операций?

- 3.1. В опасности потери ресурсов фирмы, неполучении ею доходов или появления дополнительных расходов.
- 3.2. В неопределенности хозяйственной ситуации, которая вызывает необходимость ее оценки.
- 3.3. В неопределенности последствий деятельности фирмы.
- 3.4. В оптимальном соотношении выигрыша и величины риска.

4. Какие потери относятся к специальным видам потерь?

- 4.1. Потеря престижа фирмы, предпринимателя.
- 4.2. Потеря капитала.
- 4.3. Потеря времени.
- 4.4. Потеря прибыли.

5. Наиболее весомые составляющие риска:

- 5.1. Предприимчивость.
- 5.2. Непредсказуемость рыночной конъюнктуры.
- 5.3. Непредсказуемость объемов спроса и его структуры.
- 5.4. Непредсказуемость уровня цен.
- 5.5. Непредсказуемость поведения потребителей.
- 5.6. Непредсказуемость собственных решений.

Вариант IV

1. Что используют для определения меры риска?

- 1.1. Показатели прибыли.
- 1.2. Показатели расходов.
- 1.3. Показатели выручки.
- 1.4. Все перечисленные показатели.

2. Характерной особенностью предпринимательского риска является:

- 2.1. Прогнозирование ситуации.
- 2.2. Прямая зависимость от условий конкурентной сделки или действия в производстве закупок.
- 2.3. Способность не бояться последствий предпринимательской деятельности.

3. Какой сфере предпринимательской деятельности повышенный риск наиболее присущ?

- 3.1. Производственному предпринимательству.
- 3.2. Инновационному предпринимательству.
- 3.3. Финансовому посредничеству.
- 3.4. Торговому посредничеству.

4. Чем определяется зона катастрофического риска?

- 4.1. Расчетной прибылью.
- 4.2. Расчетной выручкой.
- 4.3. Имущественным состоянием.
- 4.4. Правильного ответа нет.

5. Что считают потерями в предпринимательстве?

- 5.1. Снижение прибыли или дохода в сравнении с ожидаемыми величинами.
- 5.2. Убытки от деятельности.
- 5.3. Возвращение кредита.

Презентация

Тема 1.14 РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

План

1. Причины и сущность предпринимательского риска
2. Виды риска
3. Управление рисками в предпринимательской деятельности.

1. Причины и сущность предпринимательского риска

Риск — это опасность полной или частичной потери ресурсов или доходов.

Риск имеет качественную и количественную оценки.

Экономические результаты риска:

отрицательный (проигрыш, убытки),

нулевой,
положительный (выигрыш, выгода).



Рис. 15.1. Структура підприємницького ризику

2. Виды риска

Потери, которые могут возникнуть в предпринимательской деятельности:

**материальные,
труда,
финансовые,
времени.**

Материальные виды потерь проявляются в непредвиденных предпринимательскими планами дополнительных расходах или прямых потерях оборудования, сырья, транспортных средств и т.п.. Эти виды потерь могут иметь как натуральное измерение, так и стоимостное

Трудовые потери, связанные с потерей рабочего времени, вызванной непредвиденными обстоятельствами, например, простоем оборудования, несвоевременным поступлением сырья для производства и т.п.. Их измерением являются часы рабочего времени.

Финансовые потери — наиболее распространенный вид потерь в предпринимательской деятельности. Они делятся на риски, связанные с покупательной способностью денег (инфляционные и дефляционные, валютные риски, потери от снижения цен на продукцию, которая реализуется, или повышение цен на сырье), и риски, связанные с вложением капитала (инвестиционные риски).

Потери времени обусловлены задержками в предпринимательской деятельности, вызванными несвоевременным выполнением договоров, работ, доставки товара. Измеряются как в натуральном, так и в стоимостном виде.

Формами проявления этих потерь могут быть убытки морального плана: потеря престижа предпринимателя, его фирмы. Эти виды потерь не всегда подвергаются четкому количественному измерению.

Возможные причины производственного характера — уменьшение производительности работы, низкий уровень использования оборудования, неритмичная поставка сырья.

Последствия — уменьшение запланированных объемов производства, прибыли от реализации.

Возможные причины изменений рыночной ситуации — недостаточное качество продукции, падение спроса, инфляция.

Последствия — снижение цен сравнительно с запланированными.

Основными видами рисков в предпринимательской деятельности являются:

производственные,
материально-технические,
снабженческо-сбытовые,
инвестиционные,
кредитные,
валютные,
управленческие,
маркетинговые,
экономико-правовые.

Производственный риск — риск, непосредственно связанный с процессом производственной деятельности, в частности с возможностью технических и производственных неполадок, аварий и т.п..

Материально-технический риск — риск, связанный с низким или недостаточным уровнем материально-технической базы фирмы (предприятия), которая может не обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции.

Снабженческо-сбытовой риск — риск, обусловленный срывом или изменением условий заключенных договоров и своевременной поставки или снабжением некачественных материалов, комплектующих изделий;

несвоевременным снабжением товаров потребителю, их недостаточным качеством и т.п..

Инвестиционный риск — риск, связанный с нарушением материально-вещевой структуры инвестиций, несбалансированностью прямых (обеспечивают владение контрольным пакетом акций) и портфельных (такого владения не обеспечивают) инвестиций и т.п..

Кредитный риск — риск, обусловленный опасностью невозвращения, частичного или несвоевременного возвращения кредитов.

Валютный риск — риск, связанный с непредвиденным изменением курса национальной валюты, а также курсов иностранных валют.

Управленческий риск — риск, обусловленный нерациональным характером принятых менеджерами разных звеньев, особенно топменеджерами управленческих решений.

Маркетинговый риск — риск, обусловленный неточными (недостовверными) прогнозированием объемов исследуемого рынка и т.п..

Экономико-правовой риск — риск, связанный с несовершенством и изменениями в законодательстве относительно предпринимательской деятельности, неправильным применением государством действующего законодательства и т.п..

3. Управление рисками в предпринимательской деятельности.

Методы снижения риска в предпринимательской деятельности:

диверсификация риска;
объединение рисков или страхование;
распределение рисков;
поиск информации.

Диверсификация риска — это метод снижения риска путем распределения его между несколькими рискованными товарами. Осуществляется таким способом, что повышение риска от купли (или продажи) одного означает снижение риска от купли (или продажи) другого.

Объединение рисков — это метод, направленный на снижение риска путем преобразования случайных убытков в относительно небольшие постоянные расходы. Последние представляют основу страхования.

Распределение риска происходит во время разработки финансового плана предпринимательского проекта, подготовки контрактов, соглашений.

Поиск информации оказывает содействие снижению риска.

Рискованная политика фирмы — это комплекс защитных мероприятий от основных форм рисков.

Важнейшие защитные антирискованные меры:

- страхование риска;
- изучение рынка;
- изучение клиентов, в частности проверка их платежеспособности;
- осуществление диверсификации производства и снабжение;
- текущий контроль;
- использование залога;
- изучение конкурентов;
- создание финансовых резервов;
- создание страховых запасов важнейших материалов;
- усовершенствование ценовой политики и т.п..

Итоги темы

1. Предпринимательская деятельность связана с риском в связи с неопределенностью результатов хозяйствования, изменениями, которые происходят в рыночной среде.

2. Предприниматель должен не избегать риска, а предусматривать его, стараясь избежать.

3. В каждой сфере предпринимательской деятельности риск связывают с возможной полной или частичной потерей ресурсов, которые находятся в его распоряжении, а также с потерей или неполучением доходов сравнительно с ожидаемым результатом.

4. Для определения количественной меры риска применяют расчетные или ожидаемые показатели прибыли, расходов, выручки. Они представлены в бизнес-плане, технико-экономическом обосновании предпринимательского проекта, а также в расчетах по тем или другим соглашениям.

5. Возможные потери в предпринимательской деятельности - материальные, труда, финансовые, времени, специальные виды потерь - необходимо учитывать в предпринимательской деятельности, ведь их потенциальная возможность предопределяет возникновение рисков.

6. Основными видами рисков в предпринимательской деятельности есть: производственные, материально-технические, снабженческо-сбытовые, инвестиционные, кредитные, валютные, управленческие, маркетинга, экономико - правовые и прочие.

7. При условиях оценки риска нужно установить четыре характерные точки возможного развития событий:

- а) наиболее возможный уровень риска;
- б) вероятность допустимой потери;
- в) вероятность критической потери;
- г) вероятность катастрофической потери.

8. Снижение уровня риска путем применения совокупности таких методов, как диверсификация, объединение рисков или страхования, распределение риска, поиск информации образуют единый механизм управления риском, так называемый риск-менеджмент.

9. Мерами, которые оказывают содействие снижению риска, выступают:

- а) обоснование надежности рынков сбыта;
- б) выбор инновационной предпринимательской стратегии;
- в) прочность материально-технической базы предприятия;
- г) аналитическая оценка товара, рынков, конкурентов.

10. Выбор правильного управленческого решения, детальная обработка предпринимательского проекта с использованием средств блокирования и минимизации рисков в процессе его осуществления - основной способ решения вопросов риска-менеджмента.

Вопрос для самоконтроля

1. *Что является источником и в чем заключается сущность предпринимательского риска?*

2. *Какие действия должен выполнять предприниматель в условиях рыночной неопределенности, неполноты информации о состоянии рынка?*

3. *Дайте обобщающую характеристику составляющим предпринимательского риска и объясните, в чем заключаются его причины, и какие последствия предпринимательского риска могут быть.*

4. *В чем заключается сущность отдельных видов потерь в предпринимательской деятельности?*

5. *Какие специфические факторы следует учитывать предпринимателю во время оценки финансового риска?*

6. *Благодаря каким методам достигается снижения риска в предпринимательской практике?*

7. *Что такое диверсификация риска?*

8. *От чего зависит эффективность мер по снижению риска в предпринимательской деятельности?*

9. *В чем заключается сущность риска-менеджмента?*

Практические задачи

1. *Предприятие имеет два варианта рискованного вложения капитала. В первом варианте доход составляет 10 тыс. грн., а убытки — 3 тыс. грн., во втором — доход — 15 тыс. грн., а убытки — 5 тыс. грн. Какой вариант более, рискованный?*

2. *Взрывом разрушен цех предприятия. Стоимость оборудования цеха 100 тыс. грн. В цехе находилась продукция на 20 тыс. грн. Для расчистки территории предприниматель израсходовал 1 тыс. грн. Сумма от сдачи металлолома — 2 тыс. грн. Какая будет сумма прямых убытков?*

Тесты.

1. В чем заключается риск финансовых операций?

- 1.1. В опасности потери ресурсов фирмы, неполучении ею доходов или появления дополнительных расходов.
- 1.2. В неопределенности хозяйственной ситуации, которая вызывает необходимость ее оценки.
- 1.3. В неопределенности последствий деятельности фирмы.
- 1.4. В оптимальном соотношении выигрыша и величины риска.

2. Какой сфере предпринимательской деятельности повышенный риск наиболее присущ?

- 2.1. Производственному предпринимательству.
- 2.2. Инновационному предпринимательству.
- 2.3. Финансовому посредничеству.
- 2.4. Торговому посредничеству.

3. С чем связывают риск в предпринимательской деятельности?

- 3.1. С возможной потерей ресурсов.
- 3.2. С недополучением доходов.
- 3.3. С возможной потерей ресурсов и с недополучением доходов.
- 3.4. Правильного ответа нет.

4. Что используют для определения меры риска?

- 4.1. Показатели прибыли.
- 4.2. Показатели расходов.
- 4.3. Показатели выручки.
- 4.4. Все перечисленные показатели.

5. Какие потери относятся к специальным видам потерь?

- 5.1. Потеря престижа фирмы, предпринимателя.
- 5.2. Потеря капитала.
- 5.3. Потеря времени.
- 5.4. Потеря прибыли.

6. Чем определяется зона катастрофического риска?

- 6.1. Расчетной прибылью.
- 6.2. Расчетной выручкой.
- 6.3. Имущественным состоянием.
- 6.4. Правильного ответа нет.

7. Что такое диверсификация риска?

- 7.1. Метод предотвращения потерь.
- 7.2. Способ максимизации выигрыша.
- 7.3. Метод снижения риска путем распределения его между несколькими рискованными товарами.

7.4. Метод анализа риска.

8. *Характерной особенностью предпринимательского риска является:*

8.1. Прогнозирование ситуации.

8.2. Прямая зависимость от условий конкурентной сделки или действия в производстве закупок.

8.3. Способность не бояться последствий предпринимательской деятельности.

9. *Наиболее весомые составляющие риска:*

9.1. Предприимчивость.

9.2. Непредсказуемость рыночной конъюнктуры.

9.3. Непредсказуемость объемов спроса и его структуры.

9.4. Непредсказуемость уровня цен.

9.5. Непредсказуемость поведения потребителей.

9.6. Непредсказуемость собственных решений.

10. *Что считают потерями в предпринимательстве?*

10.1. Снижение прибыли или дохода в сравнении с ожидаемыми величинами.

10.2. Убытки от деятельности.

10.3. Возвращение кредита.

Ключ к тестам:

1.1; 2.2; 3.3; 4.4; 5.1.; 6.1; 7.3; 8.2; 9.2, 9.3, 9.4, 9.5; 10.1.

Ключ тестам по вариантам:

В I: 1.1; 2.1; 3.2; 3.3, 3.3, 3.5; 4.3; 5.3.

В II: 1.2; 2.1; 3.1; 4.4; 5.2.

В III: 1.3; 2.3; 3.1; 4.1; 5.2, 5.3, 5.4, 5.5.

В IV: 1.4; 2.2; 3.2; 4.1; 5.1.

Тема 2.1. ПРЕДПРИЯТИЕ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Цель: усвоение понятия предприятия, его функций, видов и объединений, их отличительных черт, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План.

1. Предприятие, его сущность и функции
2. Виды и объединения предприятий
3. Хозяйственные общества

Литература:

22. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
23. Ясинський В.В., Гайдей О.О. Бізнес – планування: Теорія і практика: Навчальний посібник – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

Предпринимательство является организацией собственного предприятия (фирмы). Вот почему необходимо рассмотреть сущность и функции предприятия, как основного звена предпринимательской деятельности, раскрыть виды и объединения предприятий, дать характеристику хозяйственным обществам, которые существуют в Украине.

1. Предприятие, его сущность и функции

В Украине формируется разнообразная структура экономики. Свидетельством этого является появление разных предпринимательских структур, присущих рыночной экономике. Их можно классифицировать по таким признакам:

- **форме собственности** — частные, коллективные, государственные;
- **форме организации** — единоличные владения, партнерство (общество), корпорация, бюджетные предприятия, смешанные корпорации;
- **масштабам производства** — индивидуальные, серийные, массовые;
- **уровню специализации** — специализированные, универсальные, смешанные;-
- **размеру (количеству персонала)** — малые, средние, большие;
- **сфере деятельности** — производственные, коммерческие, финансовые, посреднические, страховые.

Предприятие - это основное организационное и производственное звено народного хозяйства страны.

Первым признаком предприятия является самостоятельность в системе хозяйства страны. Предприятие имеет самостоятельный баланс, расчетный счет в банке, печать с названием предприятия, товарный знак (для промышленных предприятий). Предприятие имеет законченный цикл воспроизводства, т.е. его продукция может в условиях разделения труда приобретать форму товара. Предприятие имеет свой трудовой коллектив с его специфическими интересами.

Что же представляет собой предприятие?

Во-первых, предприятие является технологически и территориально отделенной совокупностью средств производства и рабочей силы. Факторы производства - труд, земля, капитал, которые являются тремя "китами" экономики, - функционируют и развиваются только объединившись в рамках конкретных предприятий. Каждое предприятие имеет разные факторы производства и по-разному комбинирует их. Например, обувная фабрика и хлебозавод используют отнюдь не похожие станки, оборудование, сырье, а их рабочие имеют разные профессии. На разных предприятиях применяются

разные технологии производства. Это означает, что данные предприятия технологически и территориально отделены, как одно от другого, так и от других предприятий. В этом понимании предприятие можно определить как технологическое объединение факторов производства.

Во-вторых, каждое предприятие специализируется на изготовлении определенного товара или услуги. Объединение факторов производства в процессе создания товара завершается выпуском готовой продукции, т.е. производственные процессы в рамках предприятия приобретают завершенность в виде окончательного результата. Пусть в одном случае это будет самолет, а в другом - только деталь этого самолета; для каждого из этих предприятий то будет окончательная продукция.

В-третьих, каждое предприятие, кроме технологически-территориальной, характеризуется еще и экономической отделенностью. Все имущество предприятия, со всеми средствами производства и технологиями, является собственностью фирмы, которая владеет данным предприятием. Заметим, что эта собственность не будет полной, когда фирма арендует предприятие. Итак, предприятие распоряжается своим имуществом.

На этом основании оно самостоятельно составляет производственную программу, набирает кадры, осуществляет управление производственным процессом, реализует полученную продукцию, возмещает затраты и получает прибыль.

Даже в таком схематическом перечне отображены все основные экономические процессы и явления. В экономике предприятия в миниатюре отображается вся экономика, со всеми ее главными процессами: производством, обменом, распределением, потреблением. Вот почему экономическую жизнедеятельность предприятия называют *микроэкономикой*.

В-четвертых, было бы неправильно сводить всю жизнь предприятия лишь к технологическим и хозяйственным процессам. Предприятие - это всегда социальная ячейка общества, определенный коллектив сотрудников. На предприятии проходит важная часть жизни человека, с помощью коллектива происходит его развитие, духовный рост. От согласия в коллективе зависит экономический успех предприятия. Вы, наверное, слышали, какое большое значение уделяют чувству коллективизма на японских предприятиях. Во время знакомства японец называет не свою фамилию, а фирму, где он работает.

Какие же функции выполняют предприятия в экономике? Основная цель экономики - это создание товаров и услуг для удовлетворения нужд населения с наименьшими затратами на производство и реализацию продукции. Именно эту цель и призваны реализовать предприятия, в этом заключается их основная функция. Другими словами, функцией каждого предприятия являются максимально возможный выпуск общественно полезной продукции при наименьших затратах.

Деятельность любого предприятия подчинена реализации его основной производственной функции — созданию максимума товаров или услуг для

удовлетворения потребностей общества при наименьших затратах производства. Для осуществления этой функции предприятие разворачивает деятельность в разных сферах, выполняя в каждой специфические функции (рис. 6.1).



Рис. 6.1. Основні специфічні функції підприємства

Производственно-технологические функции предприятия связаны с обеспечением процесса производства необходимыми средствами и их использованием, внедрением новейших технологий, рационализацией производственных процессов и изобретательством.

Экономическими функциями предприятия (фирмы) есть: управление процессами производства и сбыта товаров, заключение контрактов, найм работников и рациональная организация их труда, распределение доходов (заработной платы и прибыли), расчет экономической эффективности, ценообразование, изучение рынка.

Социальные функции предприятия такие: улучшение условий труда и отдыха сотрудников, создание благоприятного психологического климата в коллективе, предоставление помощи и льгот работникам и членам их семей, благотворительная деятельность.

Кроме указанных функций, которые выполняет предприятие в пределах национальной экономики, существуют еще **внешнеэкономические функции**.

Предприятие принимает участие в международном обмене товаров, общем с иностранными партнерами производстве, строительстве, научно-техническом сотрудничестве.

Итак, **предприятие** - основное организационное звено народного хозяйства Украины. Предприятие - самостоятельный хозяйствующий уставный субъект, который имеет права юридического лица и осуществляет производственную, научно-исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения соответствующей прибыли (дохода).

Предприятие осуществляет любые виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законодательством Украины и отвечают целям, предусмотренным уставом предприятия. В случае убыточной деятельности предприятий государство, если оно признает продукцию этих предприятий общественно необходимой, может предоставлять таким предприятиям дотацию, другие льготы.

2. Виды и объединения предприятий

Соответственно формам собственности в Украине могут действовать предприятия таких видов:

- **частное предприятие**, основанное на собственности физического лица;
- **коллективное предприятие**, основанное на собственности трудового коллектива предприятия;
- **хозяйственное общество**;
- **предприятие, которое основано на собственности объединения граждан**;
- **коммунальное предприятие**, основанное на собственности соответствующей территориальной общины;
- **государственное предприятие**, основанное на государственной собственности, в том числе казенное предприятие (рис. 6.2).

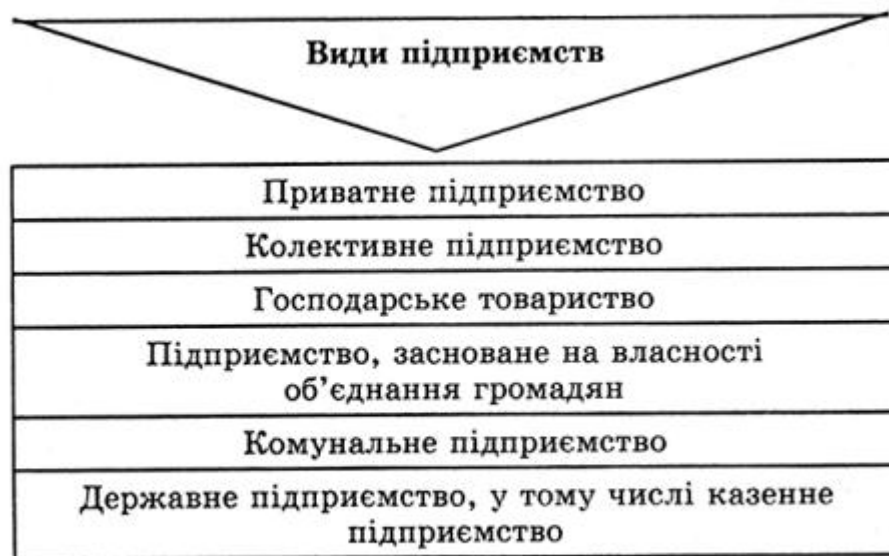


Рис. 6.2. Види підприємств відповідно до форм власності

Государственное предприятие, которое соответственно законодательству Украины не подлежит приватизации, по решению Кабинета Министров Украины, может быть преобразовано в казенное предприятие. Решение о преобразовании государственного предприятия в казенное принимается по одному из таких условий: предприятие проводит производственную или другую деятельность, которая соответственно законодательству может осуществляться только государственным предприятием; главным потребителем продукции предприятия (более как 50 %) есть государство; предприятие является субъектом естественных монополий.

Соответственно объемам хозяйственного оборота предприятия и численности его работников (независимо от форм собственности), оно может быть отнесено к категории **малых предприятий**.

Могут действовать другие виды и категории предприятий, в том числе арендные, создание которых не противоречит законодательным актам Украины, предприятия имеют право на добровольных началах объединять

производственную, научную, коммерческую и другие виды деятельности, если это не противоречит антимонопольному законодательству Украины.

Предприятия могут объединяться в:

- **ассоциации** — договорные объединения, созданные с целью постоянной координации хозяйственной деятельности. Ассоциация не имеет права вмешиваться в производственную и коммерческую деятельность любого из ее участников;
- **корпорации** — договорные объединения, созданные на основе объединения производственных, научных и коммерческих интересов, с делегированием отдельных полномочий централизованного регулирования деятельности каждого из участников;
- **консорциумы** — временные уставные объединения промышленного и банковского капитала для достижения общей цели;
- **концерны** — уставные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли и т.п. на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей;
- другие объединения по отраслевым, территориальным и другими принципами.

3. Хозяйственные общества

Хозяйственные общества - это предприятия, учреждения, организации, созданные на началах соглашения юридическими лицами и гражданами путем объединения их имущества и предпринимательской деятельности с целью получения прибыли.

К хозяйственным обществам принадлежат: акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, полные общества, коммандитные общества (рис. 6.3).

Общества являются юридическими лицами, могут заниматься любой предпринимательской деятельностью, которая не противоречит законодательству Украины.

Акционерное общество — это общество, которое имеет уставный фонд, разделенный на определенное количество акций равной нарицательной стоимости, и несет ответственность по обязательствам только имуществом общества.

Акционеры отвечают по обязательствам общества только в пределах принадлежащих им акций. В случаях, предусмотренных уставом, акционеры, которые не полностью оплатили акции, несут ответственность по обязательствам общества также в пределах неуплаченной суммы.



Рис. 6.3. Види господарських товариств

Общая нарицательная стоимость выпущенных акций представляет уставный фонд акционерного общества, который не может быть меньше суммы, эквивалентной 1250 минимальным заработным платам, выходя со ставки минимальной заработной платы, действующей на момент создания акционерного общества.

К акционерным обществам принадлежат: открытое акционерное общество, акции которого могут распространяться путем открытой подписки и купли-продажи на биржах; закрытое акционерное общество, акции которого распределяются между основателями и не могут распространяться путем подписки, покупаться и продаваться на бирже.

Закрытое акционерное общество может быть реорганизовано в открытое путем регистрации его акций в порядке, предусмотренном законодательством о ценных бумагах и фондовой бирже, и внесением изменений в устав общества.

Основателями акционерного общества могут быть юридические лица и граждане. Основатели акционерного общества заключают между собой договор, который определяет порядок осуществления ими общей деятельности относительно создания акционерного общества, ответственность перед лицами, которые подписались на акции, и третьими лицами. Основатели несут солидарную ответственность по обязательствам, которые возникли к регистрации акционерного общества.

Для создания акционерного общества основатели должны сделать сообщение о намерении создать акционерное общество, осуществить

подписку на акции, провести учредительное собрание и государственную регистрацию акционерного общества.

Общество с ограниченной ответственностью — это общество, которое имеет уставный фонд, разделенный на доли, размер которых определяется учредительными документами.

Участники общества несут ответственность в пределах их вкладов.

В случаях, предусмотренных учредительными документами, участники, которые не полностью внесли вклады, отвечают по обязательствам общества также в пределах невнесенной части вклада.

В обществе с ограниченной ответственностью создается уставный фонд, размер которого должны быть не меньше суммы, эквивалентной 100 минимальным заработным платам, выходя со ставки минимальной заработной платы, действующей на момент создания общества с ограниченной ответственностью.

К моменту регистрации общества с ограниченной ответственностью каждый из участников обязан внести не меньше 30 % указанного в учредительных документах вклада, который подтверждается документами, выданными банковским учреждением. Участник обязан полностью внести свой вклад не позднее года после регистрации общества.

Общество с дополнительной ответственностью — это общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники такого общества отвечают по его долгам своими взносами в уставный фонд, а когда этих сумм недостаточно - дополнительно надлежащим им имуществом в размере кратном к взносу каждого участника. Предельный размер ответственности участников предполагается в учредительных документах.

Полное общество — это общество, все участники которого занимаются общей предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом.

Коммандитное общество — это общество, которое включает наряду с одним или большинством участников, которые несут ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом, также одного или больше участников, ответственность которых ограничивается вкладом в имущество общества (вкладчиков).

Если в коммандитном обществе принимают участие два или больше участников с полной ответственностью, они несут солидарную ответственность за долги общества.

Итоги темы

1. Разные виды предприятий можно классифицировать по таким признакам: формы собственности, формы организации, масштабы производства, уровень специализации, размер (количество персонала), сфера деятельности.

2. Предприятие - это самостоятельный субъект хозяйствования, который имеет права юридического лица и осуществляет производственную, научно-

исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения прибыли (дохода).

3. Соответственно формам собственности в Украине могут действовать предприятия таких видов: частное, коллективное, коммунальное, государственное, казенное, предприятие, которое основано на собственности объединения граждан.

4. Предприятия имеют право на добровольных началах объединяться в ассоциации, корпорации, консорциумы, концерны и другие объединения.

5. К хозяйственным обществам принадлежат: акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, полные общества, коммандитные общества.

Сроки и понятия для словаря

Акционерное общество

Ассоциация

Хозяйственное общество

Государственное предприятие

Коллективное предприятие

Полное общество

Коммандитное общество

Коммунальное предприятие

Консорциум

Концерн

Товарный знак

Корпорация

Объединение предприятий

Предприятие

*Предприятие, которое основано на
собственности объединения*

граждан

Частное предприятие

*Общество с дополнительной
ответственностью*

*Общество с ограниченной
ответственностью*

Вопрос для самоконтроля

1. Что такое предприятие?
2. Какие основные общие черты, присущие предприятиям, дают основание характеризовать предприятие как основное звено (субъект) экономики?
3. Какие основные функции выполняет предприятие?
4. Какие виды предприятий вы знаете? Дайте им характеристику.
5. Какие вы знаете формы предприятий в зависимости от размеров?
6. Какие существуют формы объединений предприятий?
7. Какие существуют хозяйственные общества в Украине?

Практические задачи

1. Какой вид предприятия вы выберете в начале бизнесовой деятельности? Объясните почему.
2. Представьте, что ваше собственное имущество (дом, автомобиль, компьютер и др.) оценивается в 50 тыс. грн, кроме того, вы имеете капитал 30 тыс. грн. из них на 10 тыс. грн вы приобрели акции, 10 тыс. грн. вложили в единоличное владение, 10 тыс. грн положили в банк. Что будет, если: а) обанкротится ваше предприятие? б) обанкротится корпорация, акции которой вы приобрели?
3. Какие существуют критерии определения предприятий? Выскажите свою мысль относительно методики определения размеров предприятий.

Темы рефератов

1. Предприятие как основное звено экономики.
2. Проблемы и перспективы развития частных предприятий в Украине.
3. Тенденции и особенности развития акционерных обществ в Украине.
4. Основные формы развития хозяйственных обществ в Украине.

Ключ к тестам:

1.2, 1.4, 1.5; 2.2, 2.4, 2.5, 2.6; 3.2; 4.2, 4.4, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9; 5.1, 5.2, 5.4, 5.5, 5.7; 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.6, 6.7; 7.4; 8.4; 9.3; 10.1, 10.3.

Ключ к тестам по вариантам:

В I: 1.2, 1.4, 1.5; 2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.7; 3.3; 4.2; 5.1, 5.3.

В II: 1.1, 1.4, 1.5, 1.6; 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.6, 2.7; 3.1, 3.3; 4.2, 4.4, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9; 5.3.

В III: 1.2; 2.4; 3.2, 3.4, 3.5; 4.1, 4.2, 4.4, 4.5, 4.7; 5.3.

В IV: 1.2, 1.4, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9; 2.4; 3.2, 3.4, 3.5, 3.6; 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.6, 4.7; 5.1, 5.3.

Тесты

1. Какие предприятия по масштабам производства существуют на практике?

- 1.1. Единоличные владения.
- 1.2. Индивидуальные.
- 1.3. Частные.
- 1.4. Серийные.
- 1.5. Массовые.
- 1.6. Коллективные.

2. Какие основные функции выполняет предприятие?

- 2.1. Информационные.
- 2.2. Производственно-технологические.
- 2.3. Организационно-правовые.
- 2.4. Экономические.
- 2.5. Социальные.
- 2.6. Коммуникационные.
- 2.7. Внешнеэкономические.

3. В каких организационных формах может осуществляться предпринимательская деятельность?

- 3.1. В форме, предусмотренной уставом.
- 3.2. В любых организационных формах на выбор предпринимателя.
- 3.3. Кооперативное предприятие.
- 3.4. Государственное предприятие.
- 3.5. Частное предприятие.

4. Какие виды предприятий существуют в Украине?

- 4.1. Индивидуальное.
- 4.2. Государственное.
- 4.3. Семейное.
- 4.4. Частное.
- 4.5. Корпоративное.
- 4.6. Коллективное.
- 4.7. Хозяйственное общество.
- 4.8. Коммунальное.
- 4.9. Предприятие, которое основано на собственности объединения граждан.

5. Какие виды хозяйственных обществ существуют в Украине?

- 5.1. Акционерное общество.
- 5.2. Общество с ограниченной ответственностью.
- 5.3. Общество с неограниченной ответственностью.
- 5.4. Общество с дополнительной ответственностью.
- 5.5. Полное общество.
- 5.6. Неполное общество.

5.7. Коммандитное общество.

5.8. Общее общество.

6. По каким признакам можно классифицировать предприятие?

6.1. Формам собственности.

6.2. Форме организации.

6.3. Масштабам производства.

6.4. Размеру (количеству) персонала.

6.5. Форме финансирования.

6.6. Уровню специализации.

6.7. Сфере деятельности.

7. В чем заключается основная функция предприятия?

7.1. Создание товаров и услуг.

7.2. Создание максимума товаров и услуг.

7.3. Создание максимума товаров и услуг, необходимых обществу.

7.4. Создание максимума товаров и услуг, необходимых обществу при наименьших затратах производства.

8. Уставные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей, называются:

8.1. Ассоциации.

8.2. Корпорации.

8.3. Консорциумы.

8.4. Концерны.

9. Временные уставные объединения промышленного и банковского капиталов для достижения общей цели называются:

9.1. Ассоциации.

9.2. Корпорации.

9.3. Консорциумы.

9.4. Концерны.

10. К акционерным предприятиям принадлежат:

10.1. Открытые акционерные общества.

10.2. Частные акционерные общества.

10.3. Закрытые акционерные общества.

10.4. Государственные акционерные общества.

Вариант I

1. Какие предприятия по масштабам производства существуют на практике?

- 1.1. Единоличные владения.
- 1.2. Индивидуальные.
- 1.3. Частные.
- 1.4. Серийные.
- 1.5. Массовые.
- 1.6. Коллективные.

2. *Какие виды хозяйственных обществ существуют в Украине?*

- 2.1. Акционерное общество.
- 2.2. Общество с ограниченной ответственностью.
- 2.3. Общество с неограниченной ответственностью.
- 2.4. Общество с дополнительной ответственностью.
- 2.5. Полное общество.
- 2.6. Неполное общество.
- 2.7. Коммандитное общество.
- 2.8. Общее общество.

3. *Временные уставные объединения промышленного и банковского капиталов для достижения общей цели называются:*

- 3.1. Ассоциации.
- 3.2. Корпорации.
- 3.3. Консорциумы.
- 3.4. Концерны.

4. *В каких организационных формах может осуществляться предпринимательская деятельность?*

- 4.1. В форме, предусмотренной уставом.
- 4.2. В любых организационных формах на выбор предпринимателя.
- 4.3. Кооперативное предприятие.
- 4.4. Государственное предприятие.
- 4.5. Частное предприятие.

5. *К акционерным предприятиям принадлежат:*

- 5.1. Открытые акционерные общества.
- 5.2. Частные акционерные общества.
- 5.3. Закрытые акционерные общества.
- 5.4. Государственные акционерные общества.

Вариант II

1. *Какие основные функции выполняет предприятие?*

- 1.1. Информационные.
- 1.2. Производственно-технологические.
- 1.3. Организационно-правовые.

- 1.4. Экономические.
- 1.5. Социальные.
- 1.6. Коммуникационные.
- 1.7. Внешнеэкономические.

2. По каким признакам можно классифицировать предприятие?

- 2.1. Формам собственности.
- 2.2. Форме организации.
- 2.3. Масштабам производства.
- 2.4. Размеру (количеству) персонала.
- 2.5. Форме финансирования.
- 2.6. Уровню специализации.
- 2.7. Сфере деятельности.

3. К акционерным предприятиям принадлежат:

- 3.1. Открытые акционерные общества.
- 3.2. Частные акционерные общества.
- 3.3. Закрытые акционерные общества.
- 3.4. Государственные акционерные общества.

4. Какие виды предприятий существуют в Украине?

- 4.1. Индивидуальное.
- 4.2. Государственное.
- 4.3. Семейное.
- 4.4. Частное.
- 4.5. Корпоративное.
- 4.6. Коллективное.
- 4.7. Хозяйственное общество.
- 4.8. Коммунальное.
- 4.9. Предприятие, которое основано на собственности объединения граждан.

5. Временные уставные объединения промышленного и банковского капиталов для достижения общей цели называются:

- 5.1. Ассоциации.
- 5.2. Корпорации.
- 5.3. Консорциумы.
- 5.4. Концерны.

Вариант III

1. В каких организационных формах может осуществляться предпринимательская деятельность?

- 1.1. В форме, предусмотренной уставом.

- 1.2. В любых организационных формах на выбор предпринимателя.
- 1.3. Кооперативное предприятие.
- 1.4. Государственное предприятие.
- 1.5. Частное предприятие.

2. В чем заключается основная функция предприятия?

- 2.1. Создание товаров и услуг.
- 2.2. Создание максимума товаров и услуг.
- 2.3. Создание максимума товаров и услуг, необходимых обществу.
- 2.4. Создание максимума товаров и услуг, необходимых обществу при наименьших затратах производства.

3. Какие предприятия по масштабам производства существуют на практике?

- 3.1. Единоличные владения.
- 3.2. Индивидуальные.
- 3.3. Частные.
- 3.4. Серийные.
- 3.5. Массовые.
- 3.6. Коллективные.

4. Какие виды хозяйственных обществ существуют в Украине?

- 4.1. Акционерное общество.
- 4.2. Общество с ограниченной ответственностью.
- 4.3. Общество с неограниченной ответственностью.
- 4.4. Общество с дополнительной ответственностью.
- 4.5. Полное общество.
- 4.6. Неполное общество.
- 4.7. Коммандитное общество.
- 4.8. Общее общество.

5. Временные уставные объединения промышленного и банковского капиталов для достижения общей цели называются:

- 5.1. Ассоциации.
- 5.2. Корпорации.
- 5.3. Консорциумы.
- 5.4. Концерны.

Вариант IV

1. Какие виды предприятий существуют в Украине?

- 1.1. Индивидуальное.
- 1.2. Государственное.
- 1.3. Семейное.
- 1.4. Частное.

- 1.5. Корпоративное.
- 1.6. Коллективное.
- 1.7. Хозяйственное общество.
- 1.8. Коммунальное.
- 1.9. Предприятие, которое основано на собственности объединения граждан.

2. Уставные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей, называются:

- 2.1. Ассоциации.
- 2.2. Корпорации.
- 2.3. Консорциумы.
- 2.4. Концерны.

3. Какие основные функции выполняет предприятие?

- 3.1. Информационные.
- 3.2. Производственно-технологические.
- 3.3. Организационно-правовые.
- 3.4. Экономические.
- 3.5. Социальные.
- 3.6. Коммуникационные.
- 3.7. Внешнеэкономические.

4. По каким признакам можно классифицировать предприятие?

- 4.1. Формам собственности.
- 4.2. Форме организации.
- 4.3. Масштабам производства.
- 4.4. Размеру (количеству) персонала.
- 4.5. Форме финансирования.
- 4.6. Уровню специализации.
- 4.7. Сфере деятельности.

5. К акционерным предприятиям принадлежат:

- 5.1. Открытые акционерные общества.
- 5.2. Частные акционерные общества.
- 5.3. Закрытые акционерные общества.
- 5.4. Государственные акционерные общества.

Презентация

Тема ПРЕДПРИЯТИЕ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

План.

1. Предприятие, его сущность и функции
2. Виды и объединения предприятий
3. Хозяйственные общества

1. Предприятие, его сущность и функции

Классификация предприятий:

- форме собственности — частные, коллективные, государственные;
- форме организации — единоличные владения, партнерство (общество), корпорация, бюджетные предприятия, смешанные корпорации;
- масштабам производства — индивидуальные, серийные, массовые;
- уровню специализации — специализированные, универсальные, смешанные;-
- размеру (количеству персонала) — малые, средние, большие;
- сфере деятельности — производственные, коммерческие, финансовые, посреднические, страховые.

Предприятие - это основное организационное и производственное звено народного хозяйства страны.

Предприятие имеет

самостоятельный баланс,
расчетный счет в банке,
печать с названием предприятия,
товарный знак (для промышленных предприятий),
законченный цикл воспроизводства
трудовой коллектив .

Что же представляет собой предприятие?

Во-первых, предприятие является технологически и территориально отделенной совокупностью средств производства и рабочей силы.

Во-вторых, каждое предприятие специализируется на изготовлении определенного товара или услуги.

В-третьих, каждое предприятие, кроме технологически-территориальной, характеризуется еще и экономической

В-четвертых, предприятие - это определенный коллектив сотрудников.

Какие же функции выполняют предприятия в экономике

Производственно-технологические функции предприятия связаны с обеспечением процесса производства необходимыми средствами и их использованием, внедрением новейших технологий, рационализацией производственных процессов и изобретательством.

Экономическими функциями предприятия (фирмы) есть: управление процессами производства и сбыта товаров, заключение контрактов, найм работников и рациональная организация их труда, распределение доходов (заработной платы и прибыли), расчет экономической эффективности, ценообразование, изучение рынка.

Социальные функции предприятия такие: улучшение условий труда и отдыха сотрудников, создание благоприятного психологического климата в коллективе, предоставление помощи и льгот работникам и членам их семей, благотворительная деятельность.

Внешнеэкономические функции - участие в международном обмене товаров, общем с иностранными партнерами производстве, строительстве, научно-техническом сотрудничестве.

Предприятие - основное организационное звено народного хозяйства Украины. Предприятие - самостоятельный хозяйствующий уставный субъект, который имеет права юридического лица и осуществляет производственную, научно-исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения соответствующей прибыли (дохода).

2. Виды и объединения предприятий

Соответственно формам собственности в Украине могут действовать предприятия таких видов:

- частное предприятие, основанное на собственности физического лица;
- коллективное предприятие, основанное на собственности трудового коллектива предприятия;
- хозяйственное общество;
- предприятие, которое основано на собственности объединения граждан;
- коммунальное предприятие, основанное на собственности соответствующей территориальной общины;

- государственное предприятие, основанное на государственной собственности, в том числе казенное предприятие.

Предприятия могут объединяться в:

- **ассоциации** — договорные объединения, созданные с целью постоянной координации хозяйственной деятельности. Ассоциация не имеет права вмешиваться в производственную и коммерческую деятельность любого из ее участников;

- **корпорации** — договорные объединения, созданные на основе объединения производственных, научных и коммерческих интересов, с делегированием отдельных полномочий централизованного регулирования деятельности каждого из участников;

- **консорциумы** — временные уставные объединения промышленного и банковского капитала для достижения общей цели;

- **концерны** — уставные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли и т.п. на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей;

- другие объединения по отраслевым, территориальным и другими принципами.

3. Хозяйственные общества

Хозяйственные общества - это предприятия, учреждения, организации, созданные на началах соглашения юридическими лицами и гражданами путем объединения их имущества и предпринимательской деятельности с целью получения прибыли.

К хозяйственным обществам принадлежат:

акционерные общества,

общества с ограниченной ответственностью,

общества с дополнительной ответственностью,

полные общества, коммандитные общества.

Общества являются юридическими лицами, могут заниматься любой предпринимательской деятельностью, которая не противоречит законодательству Украины.

Акционерное общество — это общество, которое имеет уставный фонд, разделенный на определенное количество акций равной нарицательной стоимости, и несет ответственность по обязательствам только имуществом общества.

Акционеры отвечают по обязательствам общества только в пределах принадлежащих им акций.

Общая нарицательная стоимость выпущенных акций представляет уставный фонд акционерного общества, который не может быть меньше суммы, эквивалентной 1250 минимальным заработным платам, выходя со ставки минимальной заработной платы, действующей на момент создания акционерного общества.

К акционерным обществам принадлежат: открытое акционерное общество, акции которого могут распространяться путем открытой подписки и купли-продажи на биржах; закрытое акционерное общество, акции которого распределяются между основателями и не могут распространяться путем подписки, покупаться и продаваться на бирже.

Закрытое акционерное общество может быть реорганизовано в открытое путем регистрации его акций в порядке, предусмотренном законодательством о ценных бумагах и фондовой бирже, и внесением изменений в устав общества.

Общество с ограниченной ответственностью — это общество, которое имеет уставный фонд, разделенный на доли, размер которых определяется учредительными документами.

Участники общества несут ответственность в пределах их вкладов.

Общество с дополнительной ответственностью — это общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров.

Участники такого общества отвечают по его долгам своими взносами в уставный фонд, а когда этих сумм недостаточно - дополнительно надлежащим им имуществом в размере кратном к взносу каждого участника. Предельный размер ответственности участников предполагается в учредительных документах.

Полное общество — это общество, все участники которого занимаются общей предпринимательской деятельностью и несут солидарную ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом.

Коммандитное общество — это общество, которое включает наряду с одним или большинством участников, которые несут ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом, также одного или больше участников, ответственность которых ограничивается вкладом в имущество общества (вкладчиков).

Итоги темы

1. Разные виды предприятий можно классифицировать по таким признакам: формы собственности, формы организации, масштабы производства, уровень специализации, размер (количество персонала), сфера деятельности.

2. Предприятие - это самостоятельный субъект хозяйствования, который имеет права юридического лица и осуществляет производственную, научно-исследовательскую и коммерческую деятельность с целью получения прибыли (дохода).

3. Соответственно формам собственности в Украине могут действовать предприятия таких видов: частное, коллективное, коммунальное, государственное, казенное, предприятие, которое основано на собственности объединения граждан.

4. Предприятия имеют право на добровольных началах объединяться в ассоциации, корпорации, консорциумы, концерны и другие объединения.

5. К хозяйственным обществам принадлежат: акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, полные общества, коммандитные общества.

Вопрос для самоконтроля

1. Что такое предприятие?
2. Какие основные общие черты, присущие предприятиям, дают основание характеризовать предприятие как основное звено (субъект) экономики?
3. Какие основные функции выполняет предприятие?
4. Какие виды предприятий вы знаете? Дайте им характеристику.
5. Какие вы знаете формы предприятий в зависимости от размеров?
6. Какие существуют формы объединений предприятий?
7. Какие существуют хозяйственные общества в Украине?

Практические задачи

1. Какой вид предприятия вы выберете в начале бизнесовой деятельности? Объясните почему.

2. Представьте, что ваше собственное имущество (дом, автомобиль, компьютер и др.) оценивается в 50 тыс. грн, кроме того, вы имеете капитал 30 тыс. грн. из них на 10 тыс. грн вы приобрели акции, 10 тыс. грн. вложили в единоличное владение, 10 тыс. грн положили в банк. Что будет, если: а) обанкротится ваше предприятие? б) обанкротится корпорация, акции которой вы приобрели?

3. Какие существуют критерии определения предприятий? Выскажите свою мысль относительно методики определения размеров предприятий.

Ключ к тестам:

1.2, 1.4, 1.5; 2.2, 2.4, 2.5, 2.6; 3.2; 4.2, 4.4, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9; 5.1, 5.2, 5.4, 5.5, 5.7; 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.6, 6.7; 7.4; 8.4; 9.3; 10.1, 10.3.

Ключ к тестам по вариантам:

В I: 1.2, 1.4, 1.5; 2.1, 2.2, 2.4, 2.5, 2.7; 3.3; 4.2; 5.1, 5.3.

В II: 1.1, 1.4, 1.5, 1.6; 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.6, 2.7; 3.1, 3.3; 4.2, 4.4, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9; 5.3.

В III: 1.2; 2.4; 3.2, 3.4, 3.5; 4.1, 4.2, 4.4, 4.5, 4.7; 5.3.

В IV: 1.2, 1.4, 1.6, 1.7, 1.8, 1.9; 2.4; 3.2, 3.4, 3.5, 3.6; 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.6, 4.7; 5.1, 5.3.

Тесты

1. Какие предприятия по масштабам производства существуют на практике?

- 1.1. Единоличные владения.
- 1.2. Индивидуальные.
- 1.3. Частные.
- 1.4. Серийные.
- 1.5. Массовые.
- 1.6. Коллективные.

2. Какие основные функции выполняет предприятие?

- 2.1. Информационные.
- 2.2. Производственно-технологические.
- 2.3. Организационно-правовые.
- 2.4. Экономические.
- 2.5. Социальные.
- 2.6. Коммуникационные.
- 2.7. Внешнеэкономические.

3. В каких организационных формах может осуществляться предпринимательская деятельность?

- 3.1. В форме, предусмотренной уставом.
- 3.2. В любых организационных формах на выбор предпринимателя.
- 3.3. Кооперативное предприятие.
- 3.4. Государственное предприятие.
- 3.5. Частное предприятие.

4. Какие виды предприятий существуют в Украине?

- 4.1. Индивидуальное.
- 4.2. Государственное.
- 4.3. Семейное.
- 4.4. Частное.
- 4.5. Корпоративное.
- 4.6. Коллективное.
- 4.7. Хозяйственное общество.
- 4.8. Коммунальное.
- 4.9. Предприятие, которое основано на собственности объединения граждан.

5. Какие виды хозяйственных обществ существуют в Украине?

- 5.1. Акционерное общество.
- 5.2. Общество с ограниченной ответственностью.
- 5.3. Общество с неограниченной ответственностью.
- 5.4. Общество с дополнительной ответственностью.
- 5.5. Полное общество.
- 5.6. Неполное общество.
- 5.7. Коммандитное общество.
- 5.8. Общее общество.

6. По каким признакам можно классифицировать предприятие?

- 6.1. Формам собственности.
- 6.2. Форме организации.
- 6.3. Масштабам производства.
- 6.4. Размеру (количеству) персонала.
- 6.5. Форме финансирования.
- 6.6. Уровню специализации.
- 6.7. Сфере деятельности.

7. В чем заключается основная функция предприятия?

- 7.1. Создание товаров и услуг.
- 7.2. Создание максимума товаров и услуг.
- 7.3. Создание максимума товаров и услуг, необходимых обществу.
- 7.4. Создание максимума товаров и услуг, необходимых обществу при наименьших затратах производства.

8. Уставные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей, называются:

- 8.1. Ассоциации.
- 8.2. Корпорации.
- 8.3. Консорциумы.
- 8.4. Концерны.

9. Временные уставные объединения промышленного и банковского капиталов для достижения общей цели называются:

- 9.1. Ассоциации.
- 9.2. Корпорации.
- 9.3. Консорциумы.
- 9.4. Концерны.

10. К акционерным предприятиям принадлежат:

- 10.1. Открытые акционерные общества.
- 10.2. Частные акционерные общества.
- 10.3. Закрытые акционерные общества.
- 10.4. Государственные акционерные общества.

Тема 1.17 Организация предпринимательства.

Цель: усвоение понятия субъекта предпринимательской деятельности, системы знаний об ограничениях предпринимательской деятельности, порядке лицензирования и прекращении предпринимательской деятельности, развивать мышление, воспитывать экономическую культуру.

План.

1. Субъекты предпринимательской деятельности.
2. Ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности.
3. Порядок лицензирования предпринимательской деятельности.
4. Прекращение предпринимательской деятельности.

Литература:

24. Варналії З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.

25. Ясинський В.В., Гайдей О.О. Бізнес – планування: Теорія і практика: Навчальний посібник – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

Организация предпринимательской деятельности — это всегда огромный риск и преодоление сопротивления, что неминуемо возникает при рождении нового. Организация предпринимательской деятельности по своей природе имеет процессуальный характер. Прежде чем создать собственное дело, необходимо знать, кто может осуществлять предпринимательскую деятельность, кто не допускается к занятию предпринимательской

деятельностью, какие существуют ограничения в осуществлении такой деятельности, как получить лицензию на осуществление отдельных видов деятельности, какие основные основания прекращения предпринимательской деятельности. Именно эти вопросы рассмотрены в этой теме.

1. Субъекты предпринимательской деятельности

/

Предпринимательская деятельность осуществляется от имени и под имущественную ответственность определенными субъектами. Кто же может в Украине осуществлять предпринимательскую деятельность?

Субъектами предпринимательской деятельности (предпринимателями) в Украине могут быть:

- граждане Украины, других государств, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности;
- юридические лица всех форм собственности, установленных Законом Украины "О собственности";
- объединения юридических лиц, которые занимаются в Украине деятельностью на условиях соглашения о распределении продукции.

Не допускается занятие предпринимательской деятельностью таких категорий граждан: военнослужащих, служебных лиц органов прокуратуры, суда, государственной безопасности, внутренних дел, государственного арбитража, государственного нотариата, а также органов государственной власти и управления, которые призваны осуществлять контроль за деятельностью предприятий.

Лица, которым суд запретил заниматься определенной деятельностью, не могут быть зарегистрированы как предприниматели с правом осуществления соответствующего вида деятельности к окончанию срока, установленного приговором суда.

Лица, которые имеют непогашенную судимость за кражи, взяточничество и другие корыстные преступления, не могут быть зарегистрированы как предприниматели, не могут выступать соучредителями предпринимательской организации, а также занимать в предпринимательских обществах и их союзах (объединениях) руководящие должности и должности, связанные с материальной ответственностью.

2. Ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности

В Конституции Украины записано, что "каждый имеет право на предпринимательскую деятельность, которая не запрещена законом" (ст. 42). То есть, предприниматели имеют право без ограничений принимать решение и осуществлять самостоятельно любую деятельность, что не противоречит законодательству. Вместе с тем законодательными актами предусмотрено ограничение в осуществлении предпринимательской деятельности, в

частности законодательно установлен перечень видов деятельности, предпринимательство в которых не применяется.

Так, деятельность, связанная с обращением наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, осуществляется в порядке, установленном Законом Украины "Об обращении в Украине наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров". Изготовление и реализацию военного оружия и боеприпасов к ней, добычу бурштину, охрану отдельных особенно важных объектов права государственной собственности, перечень которых определяется в установленном Кабинетом Министров Украины порядке, а также деятельность, связанную с разработкой, испытанием, производством и эксплуатацией ракет-носителей, в том числе с их космическими запусками с любой целью, могут осуществлять только государственные предприятия и организации, а проведение ломбардных операций — также полные общества.

Деятельность, связанная с выплатой и доставкой пенсий, денежной помощи малообеспеченным гражданам, осуществляется исключительно государственными предприятиями связи.

Деятельность, связанная с производством бензинов проворных смесовых (А-76Ек, А-80Ек, А-92Ек, АИ-93ЕК, А-95Ек, А-98Ек) с содержанием не менее как 5 % высокооктановых кислородсодержащих добавок — абсолютованого технического спирта и этилтретбутилового эфира, осуществляется нефтеперерабатывающими предприятиями, перечень которых определяется Кабинетом Министров Украины.

Деятельность, связанная с производством высокооктановых кислородсодержащих добавок, осуществляется государственными спиртными заводами, перечень которых определяется Кабинетом Министров Украины.

Отдельные виды нуждаются в специальном разрешении (лицензии). Лицензированию предпринимательской деятельности подлежат лишь те виды предпринимательской деятельности, которые непосредственно влияют на здоровье человека, окружающую естественную среду и безопасность государства.

Лицензия — это документ государственного образца, который удостоверяет право лицензиата на осуществление отмеченного в нем вида хозяйственной деятельности на протяжении определенного срока при условии выполнения лицензионных условий.

Лицензиат — это субъект ведения хозяйства, который получил лицензию на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности, что подлежит лицензированию.

Для осуществления предпринимательской деятельности, что лицензируется, необходимо получить соответствующую лицензию и придерживаться определенных условий и правил осуществления данного вида деятельности (лицензионные условия).

Лицензионные условия — это установленный с учетом требований законов исчерпывающий перечень организационных, квалификационных и

других специальных требований, обязательных для выполнения при осуществлении видов хозяйственной деятельности, что подлежат лицензированию.

Верховной Радой Украины 1 июня 2000 г. был принят Закон Украины "О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности".

Этот Закон определяет виды хозяйственной деятельности, что подлежат лицензированию, порядок их лицензирования, устанавливает государственный контроль в сфере лицензирования, ответственность субъектов ведения хозяйства и органов лицензирования за нарушение законодательства в сфере лицензирования.

Справочно

В соответствии с Законом Украины "О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности" лицензированию подлежат такие виды хозяйственной деятельности:

- 1) поиск (разведка) полезных ископаемых;
- 2) производство, ремонт огнестрельного оружия, боеприпасов к ней, холодного оружия, пневматического оружия калибра свыше 4,5 миллиметра и скоростью полета пули свыше 100 метров на секунду, торговля огнестрельным оружием и боеприпасами к ней, холодным оружием, пневматическим оружием калибра свыше 4,5 миллиметра и скоростью полета пули свыше 100 метров на секунду;
- 3) производство взрывчатых веществ и материалов (по перечню, который определяется Кабинетом Министров Украины);
- 4) производство особо опасных химических веществ (по перечню, который определяется Кабинетом Министров Украины);
- 5) добыча урановых руд;
- 6) добыча драгоценных металлов и драгоценных камней, драгоценных камней органогенного образования, полудрагоценных камней;
- 7) производство драгоценных металлов и драгоценных камней, драгоценных камней органогенного образования, полудрагоценных камней;
- 8) изготовление изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, драгоценных камней органогенного образования, полудрагоценных камней, торговля изделиями из драгоценных металлов и драгоценных камней, драгоценных камней органогенного образования, полудрагоценных камней;
- 9) производство лекарственных средств, оптовая, розничная торговля лекарственными средствами;
- 10) производство ветеринарных медикаментов и препаратов, оптовая, розничная торговля ветеринарными медикаментами и препаратами;
- 11) производство пестицидов и агрохимикатов, оптовая, розничная торговля пестицидами и агрохимикатами;
- 12) производство специальных средств, заряженных веществами слезоточивого и раздражающего действия, индивидуальной защиты, активной обороны;

13) разработка, изготовление специальных технических средств для снятия информации с каналов связи, других средств негласного получения информации, торговля специальными техническими средствами для снятия информации с каналов связи, других средств негласного получения информации;

14) разработка, производство, использование, эксплуатация, сертификационные испытания, тематические исследования, экспертиза, ввоз, вывоз криптосистемами и средств криптографической защиты информации, предоставление услуг в отрасли криптографической защиты информации, торговля криптосистемами и средствами криптографической защиты информации;

15) разработка, производство, внедрение, сертификационные испытания, ввоз, вывоз голографических защитных элементов;

16) разработка, производство, внедрение, обслуживание, исследование эффективности систем и средств технической защиты информации, предоставление услуг в отрасли технической защиты информации;

17) изготовление бланков ценных бумаг, документов строгой отчетности;

18) транспортировка нефти, нефтепродуктов магистральным трубопроводом, транспортировка природного и нефтяного газа трубопроводами и его распределение;

19) снабжение природного газа по регулируемым, по нерегулируемому тарифу;

20) хранение природного газа в объемах, которые превышают уровень, устанавливаемый лицензионными условиями;

21) централизованное водоснабжение и водоотвод;

22) разработка, испытание, производство, эксплуатация ракет-носителей, космических аппаратов и их составных частей, наземной космической инфраструктуры и ее составных частей, оборудования, что входит в состав космического сегмента спутниковых систем;

23) разработка, производство, изготовление, хранение, перевозка, приобретение, пересылка, ввоз, вывоз, отпуск, уничтожение наркотических средств, психотропных веществ и прекурсоров;

24) культивирование, использование растений, которые содержат наркотические средства для промышленных целей;

25) проведение дезинфекционных, дезинсекционных, дератизационных работ;

26) медицинская практика;

27) переработка донорской крови и ее компонентов, изготовления из них препаратов;

28) ветеринарная практика;

29) организация и содержание тотализаторов, игровых заведений, выпуск и проведение лотерей; (п. 29 ст. 9 с изменениями, внесенными согласно с Законом Украины от 21 сентября 2000 г. № 1969 III);

- 30) изготовление, монтаж несущих конструкций, монтаж конструкций в строительной, ремонтно-строительной деятельности;
- 31) предоставление услуг по перевозке пассажиров, грузов воздушным транспортом;
- 32) предоставление услуг по перевозке пассажиров и грузов речным, морским транспортом;
- 33) предоставление услуг по перевозке пассажиров и грузов автомобильным транспортом;
- 34) предоставление услуг по перевозке пассажиров, грузов железнодорожным транспортом;
- 35) заготовка, переработка, металлургическая переработка металлолома цветных и черных металлов;
- 36) сбор, первичная обработка отходов и утилизация драгоценных металлов и драгоценных камней, драгоценных камней органогенного образования, полудрагоценных камней;
- 37) заготовка, обработка отдельных видов ресурсоценных отходов, сбор, заготовка отдельных видов отходов как вторичного сырья (по перечням, которые определяются Кабинетом Министров Украины);
- 38) операции в сфере обращения с опасными отходами;
- 39) предоставление образовательных услуг общеобразовательными, профессионально-техническими и высшими учебными заведениями;
- 40) проектирование, монтаж, техническое обслуживание средств противопожарной защиты и систем отопления, оценка противопожарного состояния объектов;
- 41) проведение испытаний на пожарную опасность веществ, материалов, строительных конструкций, изделий и оборудования, а также пожарной техники, пожарно-технического вооружения, продукции противопожарного назначения на соответствие установленным требованиям;
- 42) предоставление услуг, связанных с охраной государственной и другой собственности, предоставления услуг по охране граждан;
- 43) выполнение топографо-геодезических, картографических работ;
- 44) выполнение авиационно-химических работ;
- 45) пересылка денежных переводов;
- 46) предоставление услуг радиосвязи (с использованием радиочастот);
- 47) предоставление услуг телефонной связи (кроме ведомственных объектов);
- 48) техническое обслуживание сетей теле-, радио- и проводного вещания в пределах промышленной эксплуатации;
- 49) организация иностранного, внутреннего, зарубежного туризма; экскурсионная деятельность;
- 50) физкультурно-оздоровительная и спортивная деятельность:
 - организация и проведение спортивных занятий профессионалов и любителей спорта;
 - деятельность по подготовке спортсменов к соревнованиям по разным видам спорта, признанных в Украине;

- 51) производство спирта этилового, коньячного и плодного, алкогольных напитков, оптовая торговля спиртом этиловым, коньячным и плодным, оптовая, розничная торговля алкогольными напитками;
- 52) производство табачных изделий, оптовая, розничная торговля табачными изделиями;
- 53) страховая деятельность;
- 54) деятельность арбитражных управляющих (распорядителей имущества, управляющих санацией, ликвидаторов);
- 55) посредничество в трудоустройстве на работу за границей;
- 56) профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг;
- 57) проведение землеустроительных и землеоценочных работ;
- 58) проектирование, строительство новых и реконструкция существующих мелиоративных систем и отдельных объектов инженерной инфраструктуры;
- 59) деятельность, связанная с промышленным выловом рыбы на промышленных участках рыбохозяйственных водоемов, кроме внутренних водоемов (прудов) хозяйств;
- 60) посредническая деятельность таможенного брокера и таможенного перевозчика.

3. Порядок лицензирования предпринимательской деятельности

Субъект ведения хозяйства, который намеревается осуществлять определенный вид хозяйственной деятельности, что лицензируется, лично или через уполномоченный им орган или лицо обращается в соответствующий орган лицензирования с заявлением установленного образца о выдаче лицензии.

В заявлении о выдаче лицензии должны содержаться такие данные:

- 1) сведения о субъекте ведения хозяйства — заявителя:
 - наименование, местонахождение, банковские реквизиты, идентификационный код — для юридического лица;
 - фамилия, имя, отчество, паспортные данные (серия, номер паспорта, кем и когда выдан, место проживания), идентификационный номер физического лица — плательщика налогов и других обязательных платежей — для физического лица;
- 2) вид хозяйственной деятельности указан согласно со ст. 9 Закона Украины "О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности" (полностью или частично), на осуществление которого заявитель намеревается получить лицензию.

В случае наличия у заявителя филиалов, других отделенных подразделений, которые будут осуществлять хозяйственную деятельность на основании полученной лицензии, в заявлении отмечается их местонахождение. К заявлению о выдаче лицензии добавляется копия свидетельства о государственной регистрации субъекта

предпринимательской деятельности или копия справки о внесении к Единственному государственному реестру предприятий и организаций Украины, засвидетельствованная нотариально или органом, который выдал оригинал документа.

Для отдельных видов хозяйственной деятельности, что подлежат лицензированию, к заявлению о выдаче лицензии также добавляются документы, исчерпывающий перечень которых устанавливается Кабинетом Министров Украины по предоставлению специально уполномоченного органа по вопросам лицензирования.

Заявление о выдаче лицензии и документы, которые добавляются к ней, принимаются по описи, копия которой дается заявителю с отметкой о дате принятия документов органом лицензирования и подписью ответственного лица.

Заявление о выдаче лицензии остается без рассмотрения, если:

— заявление подано (подписано) лицом, которое не имеет на это полномочий;

— документы оформлены с нарушением требований действующего законодательства.

Об оставлении заявления о выдаче лицензии без рассмотрения заявителю сообщается в письменной форме с указанием оснований оставления заявления о выдаче лицензии без рассмотрения в сроки, предусмотренные для выдачи лицензии.

Орган лицензирования принимает решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче в срок не позже чем десять рабочих дней с даты поступления заявления о выдаче лицензии и документов, которые добавляются к заявлению, если специальным законом, что регулирует отношения в определенных сферах хозяйственной деятельности, не предусмотрен другой срок выдачи лицензии на отдельные виды деятельности. Сообщение о принятии решения о выдаче лицензии или об отказе в выдаче лицензии посылается (выдается) заявителю в письменной форме на протяжении 3 рабочих дней с даты принятия соответствующего решения. В решении об отказе в выдаче лицензии отмечаются основания такого отказа.

Основаниями для принятия решения об отказе в выдаче лицензии являются:

— недостоверность данных в документах, поданных заявителем, для получения лицензии;

— несоответствие заявителя согласно с поданными документами лицензионным условиям, установленным для вида хозяйственной деятельности, отмеченного в заявлении о выдаче лицензии.

В случае отказа в выдаче лицензии на основании выявления недостоверных данных в документах, поданных заявителем о выдаче лицензии, субъект ведения хозяйства может подать в орган лицензирования новое заявление о выдаче лицензии не раньше чем через 3 месяца с даты принятия решения об отказе в выдаче лицензии.

В случае отказа в выдаче лицензии на основании несоответствия заявителя лицензионным условиям, установленным для вида хозяйственной деятельности, указанного в заявлении о выдаче лицензии, субъект ведения хозяйства может подать в орган лицензирования новое заявление о выдаче лицензии после устранения причин, которые стали основанием для отказа в выдаче лицензии. Решение об отказе в выдаче лицензии может быть обжаловано в судебном порядке.

На территории Украины органы лицензирования используют бланки лицензии единого образца. Бланк лицензии единого образца утверждается Кабинетом Министров Украины. Бланки лицензий являются документами строгой отчетности, имеют учетную серию и номер.

В лицензии отмечаются:

- наименование органа лицензирования, который выдал лицензию;
- вид хозяйственной деятельности, на право осуществления которой выдается лицензия;
- наименование юридического лица или фамилия, имя, отчество физического лица — субъекта предпринимательской деятельности;
- идентификационный код юридического лица или идентификационный номер физического лица — плательщика налогов и других обязательных платежей;
- местонахождение юридического лица или место проживания физического лица — субъекта предпринимательской деятельности;
- дата принятия и номер решения о выдаче лицензии;
- срок действия лицензии;
- должность, фамилия и инициалы лица, которое подписало лицензию;
- дата выдачи лицензии.

Орган лицензирования должен оформить лицензию не позже чем за 3 рабочих дня со дня поступления документа, что подтверждает внесение платы за выдачу лицензии. Орган лицензирования делает отметку о дате принятия документов, которые подтверждают внесение заявителем платы за выдачу лицензии, на копии описи, которая была выдана заявителю при принятии заявления о выдаче лицензии.

Если заявитель на протяжении 30 календарных дней со дня направления ему сообщения о принятии решения о выдаче лицензии не подал документ, что подтверждает внесение платы за выдачу лицензии, или не обратился в орган лицензирования для получения оформленной лицензии, орган лицензирования, который оформил лицензию, имеет право упразднить решение о выдаче лицензии или принять решение о признании такой лицензии недействительной.

Срок действия лицензии на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности устанавливается Кабинетом Министров Украины по предоставлению специально уполномоченного органа по вопросам лицензирования, но не может быть меньше чем 3 года.

Хозяйственная деятельность на основании лицензии, выданной органом лицензирования, которым является центральный орган исполнительной

власти, осуществляется на всей территории Украины. Хозяйственная деятельность на основании лицензии, выданной органом лицензирования, которым является местный орган исполнительной власти или специально уполномоченный исполнительный орган советов, осуществляется на территории соответствующей административно-территориальной единицы.

Для каждого филиала, каждого отделенного подразделения лицензиата, которые будут осуществлять хозяйственную деятельность на основании полученной им лицензии, орган лицензирования выдает лицензиату засвидетельствованные им копии лицензии, которые регистрируются в журнале учета заявлений и выданных лицензий. Засвидетельствованная органом лицензирования копия лицензии является документом, что подтверждает право филиала или другого структурного подразделения лицензиата на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности на основании полученной лицензии. За выдачу копии лицензии производится плата в размере одного необлагаемого минимума доходов граждан. Плата за выдачу копии лицензии зачисляется в Государственный бюджет Украины.

Новая лицензия выдается органом лицензирования не раньше чем в последний рабочий день действия предварительно выданной лицензии. Лицензиат не может передавать лицензию или ее копию другому юридическому или физическому лицу для осуществления хозяйственной деятельности.

За выдачу лицензии вносится плата, размер и порядок зачисления которой в Государственный бюджет Украины устанавливаются Кабинетом Министров Украины. Плата за выдачу лицензии вносится после принятия решения о выдаче лицензии.

Десять процентов средств, которые поступают в Государственный бюджет Украины как плата за выдачу лицензии, зачисляется в специальный фонд Государственного бюджета Украины и используется на возмещение расходов, связанных с ведением Единого лицензионного реестра и изготовлением бланков лицензий.

4. Прекращение предпринимательской деятельности

Предприятия могут прекратить свою деятельность не только в виду нерентабельности, но и потому, что изменяют форму функционирования, объединяются с другими предприятиями, отделяются с распределением имущества и др. Однако во всех этих случаях нарушаются интересы как владельцев, так и наемных работников, которые нуждаются в помощи, защите и могут рассчитывать в этих случаях на государство.

Прекращение деятельности субъекта предпринимательства осуществляется двумя путями — реорганизацией и ликвидацией.

Предприятие реорганизуется в случаях:

— слияние с другим предприятием и образование в результате нового предприятия, к которому переходят все имущественные права и обязанности обоих предприятий;

— присоединение одного предприятия к другому. В результате к последнему переходят все имущественные права и обязанности предприятия, которые присоединяются;

— деление предприятия. Новым предприятиям, которые возникли, переходят по договоренности сторон, в соответствующих частях (долях) имущественные права и обязанности разделенного предприятия;

— выделение из предприятия одного или нескольких новых, которым переходят по акту (балансу) в соответствующих частях (долях) имущественные права и обязанности реорганизованного предприятия;

— превращение одного предприятия в другое. К новому предприятию переходят все имущественные права и обязанности реорганизованного.

Ликвидация предприятия (фирмы) осуществляется:

— по собственной инициативе предпринимателя;

— в случае окончания срока действия лицензии или ее аннулирования;

— по решению высшего органа предприятия (фирмы);

— на основании решения суда или арбитражного суда: по ходатайству банковских органов в случае неплатежеспособности и признания его банкротом; контролирующих органов за систематическое или грубое нарушение действующего законодательства;

— по другим основаниям, предусмотренным учредительными документами и законодательными актами Украины.

Ликвидация предприятия (фирмы) осуществляется ликвидационной комиссией, которая создается владельцем или уполномоченным им органом, а в случае банкротства — судом или арбитражным судом.

По решению судебных органов ликвидация может проводиться и органом управления предприятием (фирмой).

Ликвидационная комиссия или орган, который проводит ликвидацию, публикует в официальной прессе информацию о ликвидации предприятия (фирмы); сообщает порядок и срок принятия претензий; оценивает имеющееся имущество предприятия; выявляет дебиторов и кредиторов (рассчитывается с ними); принимает меры относительно уплаты долгов третьим лицам; составляет ликвидационный баланс и подает его владельцу или органу, который назначил ликвидационную комиссию.

Имущество предприятия (фирмы), его средства после расчетов с бюджетом, кредиторами, оплатой труда работников распределяются между основателями (участниками) пропорционально к доле их в имуществе предприятия, в порядке и при условиях, предусмотренных учредительными документами и законодательными актами Украины. Претензии, неудовлетворенные в связи с отсутствием имущества, а также неопределенные ликвидационной комиссией, считаются погашенными. Споры, которые возникают в процессе ликвидации между физическими и юридическими лицами, рассматриваются в судебном порядке.

Итоги темы

1. Субъектами предпринимательской деятельности могут быть граждане Украины, других государств, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности, юридические лица всех форм собственности, а также объединения юридических лиц, которые осуществляют деятельность в Украине на условиях соглашения о распределении продукции.

2. Предприниматели имеют право без ограничений принимать решение и осуществлять самостоятельно любую деятельность, которая не противоречит действующему законодательству.

3. Определенные виды деятельности могут осуществлять лишь государственные предприятия, а отдельные виды деятельности нуждаются в специальном разрешении (лицензии).

4. Лицензия — это документ государственного образца, который удостоверяет право лицензиата на осуществление отмеченного в нем вида хозяйственной деятельности на протяжении определенного срока при условии выполнения лицензионных условий.

5. Лицензиат — это субъект ведения хозяйства, который получил лицензию на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности, которая подлежит лицензированию.

6. Орган лицензирования принимает решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче в срок не позже чем десять рабочих дней с даты поступления заявления о выдаче лицензии и документов, которые добавляются к заявлению, если специальным законом, который регулирует отношения в определенных сферах хозяйственной деятельности, не предусмотрен другой срок выдачи лицензии на отдельные виды деятельности.

7. Срок действия лицензии на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности устанавливается Кабинетом Министров Украины по предоставлению специально уполномоченного органа по вопросам лицензирования, но не может быть меньше чем три года.

8. Прекращение деятельности субъекта предпринимательства осуществляется путем его реорганизации или ликвидации.

Термины и понятия для словаря

Банкротство Предприниматели

Ликвидационная комиссия Реорганизация фирмы

Ликвидация предприятия Свобода предпринимательской деятельности

Лицензиат

Лицензионные условия Субъекты предпринимательской деятельности

Лицензия

Ограничение предпринимательства

Вопрос для самоконтроля

1. Кто в Украине может быть субъектом предпринимательской деятельности?
2. Кому запрещается занятие предпринимательской деятельностью?
3. В чем заключается свобода предпринимательской деятельности?
4. Какие существуют ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности?
5. Какие виды деятельности могут осуществлять лишь государственные предприятия?
6. Какие виды деятельности нуждаются в специальном разрешении (лицензии)?
7. Что такое лицензия?
8. Кем выдаются лицензии на осуществление отдельных видов деятельности?
9. На протяжении какого срока выдается лицензия?
10. Какой срок действия лицензии, и кем он устанавливается?
11. Какие документы необходимы для получения лицензии на каждый вид деятельности?
12. В каких случаях орган, который выдает лицензии, имеет право приостановить ее действие?
13. Какими путями осуществляется прекращение деятельности субъекта предпринимательства?
14. Как осуществляется ликвидация предприятия (фирмы)?

Практические задания

1. Почему, по вашему мнению, не все граждане Украины, других государств могут заниматься предпринимательской деятельностью? Приведите конкретные примеры лиц, которые ограничены законом в правоспособности или дееспособности.
2. Объясните, почему в Украине очень распространено представление (утверждение), что предпринимательство является легким видом больших прибылей.
3. Почему, по вашему мнению, лица, которые имеют непогашенную судимость за кражи, взяточничество и другие корыстные преступления, не могут быть зарегистрированы как предприниматели, не могут выступать соучредителями предпринимательской организации, а также занимать в предпринимательских обществах руководящие должности?
4. Как вы считаете, почему отдельные виды деятельности могут осуществляться лишь государственными предприятиями?
5. Постройте структурную схему порядка получения лицензий на конкретные виды деятельности.
6. На какие виды предпринимательской деятельности, которые нуждаются сегодня в получении лицензий, по вашему мнению, можно упростить, отменить лицензирование? Объясните почему.
7. Представьте себя владельцем фирмы. Какие будут ваши действия в случае, когда:

- закончился срок действия лицензии;
- ваша фирма нерентабельна;
- ваша фирма признана банкротом.

Темы рефератов

1. Осуществление предпринимательской деятельности — конституционное право.
2. Основные предпосылки организации предпринимательства.
3. Составляющие свободы предпринимательской деятельности.
4. Проблемы ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности.
5. Состояние и перспективы развития лицензирования видов деятельности.
6. Противодействующие факторы ликвидации предприятия (фирмы).

Ключ к тестам: 1.4.,

2.1,2.2.,2.4.;3.2.,3.3.,3.4.,3.6.,3.7.;4.4.;5.2.;6.3.;7.1.,7.2.,7.5.

Тесты

1. Кто может быть предпринимателем?
 - 1.1. Все граждане Украины.
 - 1.2. Граждане других государств.
 - 1.3. Граждане, которые достигли трудоспособного возраста.
 - 1.4. Граждане Украины, других государств, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности.

2. Какие категории граждан не допускаются к занятию предпринимательской деятельностью?
 - 2.1. Военнослужащие.
 - 2.2. Служебные лица органов государственной власти.
 - 2.3. Лица, которые не имеют специального образования.
 - 2.4. Лица, которым суд запретил заниматься определенной деятельностью.
 - 2.5. Лица, которые не имеют стартового капитала.

3. Какая деятельность может осуществляться лишь государственными предприятиями?
 - 3.1. Поиск и эксплуатация месторождений полезных ископаемых.
 - 3.2. Деятельность, связанная с обращением наркотических средств.
 - 3.3. Изготовление и реализация военного оружия и боеприпасов к ним, взрывчатых веществ.
 - 3.4. Деятельность, связанная с охраной отдельных особо важных объектов права государственной собственности.
 - 3.5. Создание и содержание игровых заведений, организация азартных игр.

3.6. Разработка, испытание, производство и эксплуатация ракет-носителей.

3.7. Добыча, производство и использование радиоактивных отходов, источников ионизирующего излучения.

3.8. Выплата и доставка пенсий, денежной помощи малообеспеченным гражданам.

4. Кем выдается специальное разрешение (лицензия) на определенные виды предпринимательской деятельности?

- 4.1. Верховной Радой Украины.
- 4.2. Президентом Украины.
- 4.3. Кабинетом Министров Украины.
- 4.4. Органом лицензирования.
- 4.5. Органами исполнительной власти.

5. На протяжении какого срока принимается решение о выдаче; лицензии или об отказе в ее выдаче?

- 5.1. Не позже 5 рабочих дней.
- 5.2. Не позже 10 рабочих дней.
- 5.3. Не позже 20 рабочих дней.
- 5.4. Не позже 30 рабочих дней.
- 5.5. Не позже 40 рабочих дней.

6. Какой срок действия лицензии?

- 6.1. Не меньше 1 года.
- 6.2. Не меньше 2 лет.
- 6.3. Не меньше 3 лет.
- 6.4. Не меньше 4 лет.
- 6.5. Не меньше 5 лет.

7. Что является основанием прекращения предпринимательской деятельности?

- 7.1. Собственная инициатива предпринимателя.
- 7.2. Окончание срока действия лицензии.
- 7.3. Окончание срока договора с поставщиком.
- 7.4. Окончание срока договора с потребителем.
- 7.5. Решение суда или арбитража.

Ключ к тестам: 1.4.,2.1.,2.2.,2.4.;3.2,3.3.,3.4.,3.6.,3.7.,3.8.;4.4.,5.2.,6.3.,7.1,7.2.,7.5.

Презентация

Тема 1.17 Организация предпринимательства.

План.

1. Субъекты предпринимательской деятельности.
2. Ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности.
3. Порядок лицензирования предпринимательской деятельности.
4. Прекращение предпринимательской деятельности.

1. Субъекты предпринимательской деятельности

/

Кто же может в Украине осуществлять предпринимательскую деятельность?

Субъектами предпринимательской деятельности (предпринимателями) в Украине могут быть:

- граждане Украины, других государств, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности;
- юридические лица всех форм собственности, установленных Законом Украины "О собственности";
- объединения юридических лиц, которые занимаются в Украине деятельностью на условиях соглашения о распределении продукции.

Не допускается занятие предпринимательской деятельностью таких категорий граждан:

- военнослужащих,
- служебных лиц органов прокуратуры,
- суда,
- государственной безопасности,
- внутренних дел,
- государственного арбитража,
- государственного нотариата,
- органов государственной власти и управления, которые призваны осуществлять контроль за деятельностью предприятий.

Лица, которым суд запретил заниматься определенной деятельностью, не могут быть зарегистрированы как предприниматели с правом осуществления соответствующего вида деятельности к окончанию срока, установленного приговором суда.

2. Ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности

В Конституции Украины записано, что "каждый имеет право на предпринимательскую деятельность, которая не запрещена законом" (ст. 42).

Законодательными актами предусмотрено ограничение в осуществлении предпринимательской деятельности, в частности законодательно установлен перечень видов деятельности, предпринимательство в которых не применяется.

Лицензия — это документ государственного образца, который удостоверяет право лицензиата на осуществление отмеченного в нем вида хозяйственной деятельности на протяжении определенного срока при условии выполнения лицензионных условий.

Лицензиат — это субъект ведения хозяйства, который получил лицензию на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности, которая подлежит лицензированию.

Лицензионные условия — это установленный с учетом требований законов исчерпывающий перечень организационных, квалификационных и других специальных требований, обязательных для выполнения при осуществлении видов хозяйственной деятельности, что подлежат лицензированию.

Верховной Радой Украины 1 июня 2000 г. был принят Закон Украины "О лицензировании определенных видов хозяйственной деятельности".

3. Порядок лицензирования предпринимательской деятельности

Субъект ведения хозяйства, который намеревается осуществлять определенный вид хозяйственной деятельности, что лицензируется, лично или через уполномоченный им орган или лицо обращается в соответствующий орган лицензирования с заявлением установленного образца о выдаче лицензии.

В заявлении о выдаче лицензии должны содержаться такие данные:

- 1) сведения о субъекте ведения хозяйства — заявителя:
 - наименование, местонахождение, банковские реквизиты, идентификационный код — для юридического лица;
 - фамилия, имя, отчество, паспортные данные (серия, номер паспорта, кем и когда выдан, место проживания), идентификационный номер физического лица — плательщика налогов и других обязательных платежей — для физического лица;

2) вид хозяйственной деятельности указан согласно со ст. 9 Закона Украины "О лицензировании определенных видов хозяйственной

деятельности" (полностью или частично), на осуществление которого заявитель намеревается получить лицензию.

Для отдельных видов хозяйственной деятельности, которые подлежат лицензированию, к заявлению о выдаче лицензии также добавляются документы, исчерпывающий перечень которых устанавливается Кабинетом Министров Украины по предоставлению специально уполномоченного органа по вопросам лицензирования.

Заявление о выдаче лицензии остается без рассмотрения, если:

- заявление подано (подписано) лицом, которое не имеет на это полномочий;
- документы оформлены с нарушением требований действующего законодательства.

Орган лицензирования принимает решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче в срок не позже чем десять рабочих дней с даты поступления заявления о выдаче лицензии и документов, которые добавляются к заявлению, если специальным законом, что регулирует отношения в определенных сферах хозяйственной деятельности, не предусмотрен другой срок выдачи лицензии на отдельные виды деятельности.

Сообщение о принятии решения о выдаче лицензии или об отказе в выдаче лицензии посылается (выдается) заявителю в письменной форме на протяжении 3 рабочих дней с даты принятия соответствующего решения. В решении об отказе в выдаче лицензии отмечаются основания такого отказа.

Основаниями для принятия решения об отказе в выдаче лицензии являются:

- недостоверность данных в документах, поданных заявителем, для получения лицензии;
- несоответствие заявителя согласно с поданными документами лицензионным условиям, установленным для вида хозяйственной деятельности, отмеченного в заявлении о выдаче лицензии.

На территории Украины органы лицензирования используют бланки лицензии единого образца. Бланк лицензии единого образца утверждается Кабинетом Министров Украины. Бланки лицензий являются документами строгой отчетности, имеют учетную серию и номер.

Срок действия лицензии на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности устанавливается Кабинетом Министров Украины по предоставлению специально уполномоченного органа по вопросам лицензирования, но не может быть меньше чем 3 года.

За выдачу лицензии вносится плата, размер и порядок зачисления которой в Государственный бюджет Украины устанавливаются Кабинетом Министров Украины. Плата за выдачу лицензии вносится после принятия решения о выдаче лицензии.

4. Прекращение предпринимательской деятельности

Прекращение деятельности субъекта предпринимательства осуществляется двумя путями — реорганизацией и ликвидацией.

Ликвидация предприятия (фирмы) осуществляется:

- по собственной инициативе предпринимателя;
- в случае окончания срока действия лицензии или ее аннулирования;
- по решению высшего органа предприятия (фирмы);
- на основании решения суда или арбитражного суда: по ходатайству банковских органов в случае неплатежеспособности и признания его банкротом; контролирующих органов за систематическое или грубое нарушение действующего законодательства;
- по другим основаниям, предусмотренным учредительными документами и законодательными актами Украины.

Ликвидация предприятия (фирмы) осуществляется ликвидационной комиссией, которая создается владельцем или уполномоченным им органом, а в случае банкротства — судом или арбитражным судом.

Споры, которые возникают в процессе ликвидации между физическими и юридическими лицами, рассматриваются в судебном порядке.

Итоги темы

1. Субъектами предпринимательской деятельности могут быть граждане Украины, других государств, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности, юридические лица всех форм собственности, а также объединения юридических лиц, которые осуществляют деятельность в Украине на условиях соглашения о распределении продукции.

2. Предприниматели имеют право без ограничений принимать решение и осуществлять самостоятельно любую деятельность, которая не противоречит действующему законодательству.

3. Определенные виды деятельности могут осуществлять лишь государственные предприятия, а отдельные виды деятельности нуждаются в специальном разрешении (лицензии).

4. Лицензия — это документ государственного образца, который удостоверяет право лицензиата на осуществление отмеченного в нем вида хозяйственной деятельности на протяжении определенного срока при условии выполнения лицензионных условий.

5. Лицензиат — это субъект ведения хозяйства, который получил лицензию на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности, которая подлежит лицензированию.

6. Орган лицензирования принимает решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче в срок не позже чем десять рабочих дней с даты поступления заявления о выдаче лицензии и документов, которые добавляются к заявлению, если специальным законом, который регулирует отношения в определенных сферах хозяйственной деятельности, не предусмотрен другой срок выдачи лицензии на отдельные виды деятельности.

7. Срок действия лицензии на осуществление определенного вида хозяйственной деятельности устанавливается Кабинетом Министров Украины по предоставлению специально уполномоченного органа по вопросам лицензирования, но не может быть меньше чем три года.

8. Прекращение деятельности субъекта предпринимательства осуществляется путем его реорганизации или ликвидации.

Вопрос для самоконтроля

1. Кто в Украине может быть субъектом предпринимательской деятельности?
2. Кому запрещается занятие предпринимательской деятельностью?
3. В чем заключается свобода предпринимательской деятельности?
4. Какие существуют ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности?
5. Какие виды деятельности могут осуществлять лишь государственные предприятия?
6. Какие виды деятельности нуждаются в специальном разрешении (лицензии)?
7. Что такое лицензия?
8. Кем выдаются лицензии на осуществление отдельных видов деятельности?
9. На протяжении какого срока выдается лицензия?
10. Какой срок действия лицензии, и кем он устанавливается?
11. Какие документы необходимы для получения лицензии на каждый вид деятельности?
12. В каких случаях орган, который выдает лицензии, имеет право приостановить ее действие?
13. Какими путями осуществляется прекращение деятельности субъекта предпринимательства?
14. Как осуществляется ликвидация предприятия (фирмы)?

Практические задания

1. Почему, по вашему мнению, не все граждане Украины, других государств могут заниматься предпринимательской деятельностью?

Приведите конкретные примеры лиц, которые ограничены законом в правоспособности или дееспособности.

2. Объясните, почему в Украине очень распространено представление (утверждение), что предпринимательство является легким видом больших прибылей.

3. Почему, по вашему мнению, лица, которые имеют непогашенную судимость за кражи, взяточничество и другие корыстные преступления, не могут быть зарегистрированы как предприниматели, не могут выступать соучредителями предпринимательской организации, а также занимать в предпринимательских обществах руководящие должности?

4. Как вы считаете, почему отдельные виды деятельности могут осуществляться лишь государственными предприятиями?

5. Постройте структурную схему порядка получения лицензий на конкретные виды деятельности.

6. На какие виды предпринимательской деятельности, которые нуждаются сегодня в получении лицензий, по вашему мнению, можно упростить, отменить лицензирование? Объясните почему.

7. Представьте себя владельцем фирмы. Какие будут ваши действия в случае, когда:

- закончился срок действия лицензии;
- ваша фирма нерентабельна;
- ваша фирма признана банкротом.

Тесты

1. Кто может быть предпринимателем?

- 1.1. Все граждане Украины.
- 1.2. Граждане других государств.
- 1.3. Граждане, которые достигли трудоспособного возраста.
- 1.4. Граждане Украины, других государств, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности или дееспособности.

2. Какие категории граждан не допускаются к занятию предпринимательской деятельностью?

- 2.1. Военнослужащие.
- 2.2. Служебные лица органов государственной власти.
- 2.3. Лица, которые не имеют специального образования.
- 2.4. Лица, которым суд запретил заниматься определенной деятельностью.
- 2.5. Лица, которые не имеют стартового капитала.

3. Какая деятельность может осуществляться лишь государственными предприятиями?

- 3.1. Поиск и эксплуатация месторождений полезных ископаемых.
- 3.2. Деятельность, связанная с обращением наркотических средств.

3.3. Изготовление и реализация военного оружия и боеприпасов к ним, взрывчатых веществ.

3.4. Деятельность, связанная с охраной отдельных особо важных объектов права государственной собственности.

3.5. Создание и содержание игровых заведений, организация азартных игр.

3.6. Разработка, испытание, производство и эксплуатация ракет-носителей.

3.7. Добыча, производство и использование радиоактивных отходов, источников ионизирующего излучения.

3.8. Выплата и доставка пенсий, денежной помощи малообеспеченным гражданам.

4. Кем выдается специальное разрешение (лицензия) на определенные виды предпринимательской деятельности?

4.1. Верховной Радой Украины.

4.2. Президентом Украины.

4.3. Кабинетом Министров Украины.

4.4. Органом лицензирования.

4.5. Органами исполнительной власти.

5. На протяжении какого срока принимается решение о выдаче; лицензии или об отказе в ее выдаче?

5.1. Не позже 5 рабочих дней.

5.2. Не позже 10 рабочих дней.

5.3. Не позже 20 рабочих дней.

5.4. Не позже 30 рабочих дней.

5.5. Не позже 40 рабочих дней.

6. Какой срок действия лицензии?

6.1. Не меньше 1 года.

6.2. Не меньше 2 лет.

6.3. Не меньше 3 лет.

6.4. Не меньше 4 лет.

6.5. Не меньше 5 лет.

7. Что является основанием прекращения предпринимательской деятельности?

7.1. Собственная инициатива предпринимателя.

7.2. Окончание срока действия лицензии.

7.3. Окончание срока договора с поставщиком.

7.4. Окончание срока договора с потребителем.

7.5. Решение суда или арбитража.

Ключ к тестам: 1.4.,2.1.,2.2.,2.4.;3.2,3.3.,3.4.,3.6.,3.7.,3.8.;4.4.,5.2.,6.3.,7.1,7.2.,7.5.

Тема 1.18 ТЕХНОЛОГИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

Цель: усвоение понятий «устав», «учредительный договор», требований к подготовке учредительных документов, формированию уставного фонда, усвоение порядка государственной регистрации предпринимательства, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План.

1. Учредительские документы и их подготовка.
2. Уставный фонд и его формирование.
3. Государственная регистрация предпринимательства.

Литература:

26. Варналії З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
27. Мочерний С.В., Устенко О.А. Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності Посібник – К.: Видавничий центр „Академія”, 2003. – 280 с.

Главнейшим в организации нового предпринимательства, создании собственного дела есть его запуск, старт, выход на "стационарную орбиту". Как показывает опыт, больше половины попыток создания фирм завершаются уже на начальной стадии. Во многих случаях провал или затухание предпринимательского замысла обусловлены неумением, незнанием простых вещей, организационным несовершенством построения начальной стадии проекта создания собственного дела. В связи с этим внимание предпринимателя-начинающего, должно быть, обращено на некоторые общие требования и правила, которые необходимо знать и которых следует придерживаться, чтобы не допустить срыва дела в самом начале. Чтобы не испытать фиаско в благородном стремлении стать предпринимателем, начинающим необходимо раньше времени узнать, какие документы нужны для учреждения фирмы, как они готовятся, как формируется уставный фонд предприятия, как происходит государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности. Именно эти вопросы рассмотрены в этой теме.

1. Учредительские документы и их подготовка

Организовать свою фирму, открыть собственное дело нелегко.

Отправной точкой, с которой начинается собственное дело, есть идея, заложенная в его основе. Также необходимо знать, кто может заниматься предпринимательской деятельностью, а кому это запрещается. Кроме того, следует знать существующие ограничения в осуществлении предпринимательской деятельности.

Все эти подготовительные (предварительные) требования относительно создания собственного дела рассмотрены в предыдущих темах. Теперь, избрав вид деятельности, определив наиболее эффективную форму организации, еще раз хорошо подумав, все, взвесив и приняв окончательное решение, можно переходить к следующему этапу – подготовке учредительских документов для государственной регистрации фирмы.

К учредительским документам, которые подтверждают статус юридических лиц, без которых невозможно основать фирму, принадлежит устав и учредительный договор. Создание малых предприятий, обществ, ассоциаций, объединений предприятий и других предпринимательских структур невозможно без этих основных документов. Для тех, кто создает частные фирмы на правах малых предприятий с индивидуальной формой организации бизнеса, необходимым документом является устав предприятия, а для предприятий с коллективной формой организации бизнеса (общества, объединение предприятий и т.п.) необходимы устав и учредительный договор.

Подготовке учредительских документов следует уделять особое внимание, поскольку именно они регулируют много важных аспектов деятельности предпринимательских структур. Таким образом, учредительские документы - не простая формальность, а проект вашего будущего дела.

Что же такое устав предприятия?

Устав предприятия — это официально зарегистрированный документ, который определяет форму собственности предприятия, сферу его деятельности, способ управления и контроля, порядок образования имущества предприятия и распределения прибыли, порядок реорганизации и другие положения, которые регламентируют деятельность юридического лица. Устав предприятия - это его малая конституция, его основной закон (доп. 1).

Задача устава - дать наиболее полное представление о правовом статусе предприятия (фирмы) как самостоятельного субъекта предпринимательской деятельности, которое имеет все права юридического лица, о его внутреннем механизме управления и самоуправления, режиме формирования и распоряжения его средствами и прибылью. Такое назначение устава отображается и в его структуре, которая, как правило, состоит из таких разделов (статей).

1. Наименование и местонахождение фирмы.
2. Общие положения.
3. Предмет, цели и направления деятельности фирмы.
4. Юридический статус фирмы.

5. Имущество фирмы.
6. Фонды фирмы.
7. Производственно-хозяйственная деятельность.
8. Внешнеэкономическая деятельность.
9. Прибыль фирмы и ее распределение.
10. Возмещение убытков.
11. Органы управления и контроля фирмы.
12. Организация и оплата труда.
13. Компетенция и полномочия органов трудового коллектива.
14. Учет и отчетность.
15. Прекращение деятельности фирмы (реорганизация и ликвидация).

Все эти разделы должны содержаться в уставах всех видов предприятий, независимо от их организационных форм собственности. Вместе с тем, некоторые разделы могут объединяться, а "наполнение" этих разделов конкретными положениями зависит от вида предприятия, требований и желаний собственников-учредителей.

Организация предприятия, если лиц, которые желают его основать, двое или больше, начинается с разработки и принятия учредительного договора. **Учредительный договор** — это соглашение (договор), которое заключается между двумя или несколькими учредителями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем. Суть учредительного договора заключается в том, что он есть одним из разновидностей согласия об общей хозяйственной деятельности с образованием самостоятельного юридического лица (доп. 2).

В учредительном договоре определяются предмет соглашения, название и юридический адрес предприятия (фирмы), уставный фонд, ответственность основателей и другие условия функционирования предприятий (фирмы). Содержание учредительного договора — объединение имущества (капиталов) и предпринимательских усилий с целью получения прибыли. Поэтому главным для учредительного договора есть определение всех параметров взаимоотношений между участниками фирмы, прежде всего имущественного и организационного характера. Все это определяет соответствующую структуру учредительного договора, который содержит такие разделы.

1. Преамбула.
2. Общие положения договора.
3. Предмет договора.
4. Название и местонахождение фирмы.
5. Юридический статус фирмы.
6. Уставный фонд. Вклады участников (учредителей).
7. Права и обязанности участников (учредителей).
8. Управление фирмой.
9. Имущество фирмы. Распределение прибыли.
10. Порядок выхода из состава участников.
11. Форс-мажор.

12. Решение споров.
13. Условия прекращения (расторжения) договора.
14. Условия и сроки обретения договором действия.
15. Другие условия.

Учредительный договор вступает в силу с момента его подписания всеми основателями (участниками) фирмы.

Учредительские документы — важный атрибут предпринимательского бизнеса. Они подтверждают юридический статус предприятия, поэтому нуждаются в профессиональном подходе к заключению. Такую работу, как правило, поручают специалистам (юристам, экономистам). Вместе с тем, пользуясь квалифицированными справочными материалами, а также ознакомившись с основными положениями законодательных актов относительно предпринимательских структур, можно провести эту работу самостоятельно.

Процесс заключения учредительских документов предусматривает:

- подготовительную работу, в ходе которой определяют цели, задачи, методы организации предприятия;
- предыдущие переговоры с потенциальными основателями (участниками) для предприятий с коллективной формой собственности;
- сбор и обобщение необходимых материалов;
- создание рабочей группы для разработки устава и учредительного договора;
- юридические и экономические консультации относительно содержания учредительских документов;
- подготовку и проведение учредительного собрания.

На учредительном собрании рассматривают:

- вопрос создания (учреждения) предприятия (фирмы), формы собственности и функционирование;
- проекты наименования фирмы и ее юридический адрес;
- состав учредителей;
- сроки разработки учредительских документов;
- выборы руководящих органов фирмы и другие организационные вопросы.

Решение собрания оформляется протоколом, который подписывают все основатели. В случае положительного решения фирму считают основанной. На очередном собрании рассматривают и утверждают подготовленные учредительские документы. Этот факт подтверждается протоколом. Устав и учредительный договор подписывают все основатели, тиражируют необходимое количество экземпляров, их удостоверяет государственный нотариус, после чего их подают на регистрацию. Только после регистрации предприятие (фирма) получает право на функционирование.

В значительной мере создание собственного дела, организация фирмы напоминает подготовку и регистрацию брака. Ясная вещь, теоретически можно устраивать свои браки или развод ежемесячно - но надолго ли хватит сил и средств на такой "спорт"? Именно поэтому надо очень придиричиво

отнестись к подбору партнеров для совместной предпринимательской деятельности, к подготовке учредительских документов, и не полагаться на вечный "медовый месяц", предусмотреть в учредительских документах возможные пути цивилизованного "развода" с минимальными расходами для всех сторон.

2. Уставный фонд и его формирование

Для создания и начала деятельности предприятия (фирмы) необходим стартовый капитал. Эту функцию выполняет уставный фонд.

Уставный фонд — это совокупность денежных средств и имущества, которая необходима для организации и начала функционирования предприятия (фирмы).

Уставный фонд создается внесением вкладов основателями (участниками) и может пополняться за счет прибыли от хозяйственной деятельности предприятия, а в случае потребности также дополнительных вкладов участников, в том числе спонсоров. Вкладом в фонд могут быть: все виды имущества - здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности; средства основателей (участников), в том числе и в свободно конвертированной валюте; все виды имущественных прав - на пользование землей и другими природными ресурсами, разными имущественными объектами, а также на использование изобретений, ноу-хау, других объектов интеллектуальной собственности и другие права, которые не принадлежат к имущественным, но имеют товарную стоимость.

Сроки, размер, порядок внесения и оценка вкладов каждого основателя (участника) в уставный фонд обуславливаются в учредительских документах. Стоимость имущества, которую вносят участники в уставный фонд, определяет по ценам, которые действуют на период создания предприятия или по договоренности участников. Оценка осуществляется как в украинской, так и в иностранной валюте, в перерасчете по курсу Национального банка Украины.

К моменту регистрации предприятия, которое функционирует (например, общество с ограниченной ответственностью), каждый из его участников обязан внести в уставный фонд не менее чем **C** % средств, указанных в учредительских документах, что должны подтвердить банк. С этой целью по заявке основателей в банке открывается временный счет, который после регистрации превращается в расчетный.

На протяжении года все участники предприятия (фирмы) должны полностью внести свой вклад в уставный фонд. В случае невыполнения участниками этих обязательств за время просрочки они платят 10 % годовых из недовнесенных сумм, если другое не предусмотрено учредительскими документами.

Минимальный объем уставного фонда представляет: для акционерного общества - сумма эквивалентная 1250 минимальным заработным платам

(соответственно ставке на момент его создания); для других обществ (обществ с ограниченной и дополнительной ответственностью, полных и командитных обществ) - 100 минимальным заработным платам.

Объем уставного фонда может быть увеличен при условии, что все участники полностью внесли свои вклады. Изменение объемов уставного фонда приобретает силу с момента регистрации его органом, который зарегистрировал устав предприятия (фирмы).

Средства уставного фонда направляются на развитие производства.

Использовать средства уставного фонда на заработную плату, поощрение и другие потребности запрещается. Уставный фонд является собственностью основателей (участников) в пределах их вкладов.

При выходе основателя (участника) из состава предприятия (общества с ограниченной ответственностью) или в случае ликвидации предприятия основателю платится стоимость части имущества, пропорциональная к его доле в уставном фонде. Имущество, переданное в пользование, возвращают в натуральной форме без вознаграждения. Уставный фонд есть не только "основанием" для государственной регистрации, а и стартовым капиталом, от которого зависит функционирование предприятия (фирмы).

Объем уставного фонда закрепляется в учредительном договоре и уставе предприятия (фирмы). Поддержание определенного соотношения между объемом уставного фонда и общим объемом производственно-хозяйственной деятельности является признаком финансовой стойкости предприятия (фирмы).

Кроме уставного фонда, предприятия могут создавать другие фонды, например, резервный, страховой, потребления, социально-экономического развития и др., что предусмотрено действующим законодательством Украины или соответствующим решением собрания участников предприятия (фирмы).

3. Государственная регистрация предпринимательства

Процесс создания фирмы (предприятия) завершает государственная регистрация.

Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится в исполнительном комитете городского, районного в городе совета или в районной, районной городов Киева и Севастополя государственной администрации по местонахождению или местожительством субъекта, если другое не предусмотрено законом .

Местонахождением субъекта предпринимательской деятельности - юридического лица есть размещение (местонахождение) его постоянно действующего руководящего органа (правление, дирекция, администрация и т.п.).

Местожительством субъекта предпринимательской деятельности есть зарегистрированное в установленном порядке постоянное местоительство гражданина-предпринимателя.

Для государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности - юридического лица - владелец (владельцы), уполномоченный им (ими) орган или лицо (заявитель) лично или по почте подают в орган государственной регистрации такие документы:

- решение владельца (владельцев) имущества или уполномоченного им (ими) органа о создании юридического лица (кроме частного предприятия). Если владельцев или уполномоченных ими органов два и больше, таким решением является учредительный договор, а также протокол учредительного собрания (конференции) в случаях, предусмотренных законом;

- устав, если это необходимо для создаваемой организационно-правовой формы предпринимательства;

- регистрационную карточку установленного образца, которая является вместе с тем заявлением о государственной регистрации;

- документ, который удостоверяет уплату владельцем (владельцами) взноса в уставный фонд субъекта предпринимательской деятельности в размере, предусмотренном законом;

- документ, который удостоверяет внесение платы за государственную регистрацию.

Граждане (физические лица), которые намерены заниматься предпринимательской деятельностью без создания юридического лица, подают регистрационную карточку установленного образца, которая является вместе с тем заявлением о государственной регистрации, копии справки о присвоении идентификационного кода физическому лицу - налогоплательщика и других обязательных платежей, две фотокарточки, документ, который подтверждает внесение платы за государственную регистрацию, а также предъявляют документ, который заверяет лицо.

Местонахождением субъекта предпринимательской деятельности (юридического лица) на дату государственной регистрации может быть местонахождение (местоительство одного из основателей) или местонахождение по другому адресу, что подтверждается договором аренды или другим соответствующим договором.

Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится при наличии всех необходимых документов по заявочному принципу на протяжении не больше пяти рабочих дней. Органы государственной регистрации обязаны на протяжении этого срока внести данные из регистрационной карточки в Реестр субъектов предпринимательской деятельности и выдать свидетельство о государственной регистрации установленного образца с проставленным идентификационным кодом (для юридических лиц), который предоставляется органам государственной регистрации органами

государственной статистики, или идентификационным кодом физического лица:

- налогоплательщика и других обязательных платежей.

В пятидневный срок с даты регистрации органы государственной регистрации присылают экземпляр регистрационной карточки с отметкой о государственной регистрации соответствующему государственному налоговому органу и органу государственной статистики и представляют сведения о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности органам Фонда социального страхования и Пенсионного фонда Украины.

Свидетельство о государственной регистрации является основанием для открытия счетов в любых банках Украины и других государств по выбору субъекта предпринимательской деятельности и по согласию этих банков в порядке, который устанавливается Национальным банком Украины.

Банк, в свою очередь, обязан открыть банковский счет и на протяжении трех дней сообщить об этом налоговую инспекцию.

Перерегистрация субъектов предпринимательского бизнеса осуществляется в порядке, установленном для регистрации.

Перерегистрация проводится в случае изменения:

- форм собственности, организационной формы или названия субъекта бизнеса;

- основных положений устава.

Субъекты предпринимательского бизнеса имеют право открывать филиал (отделение), представительства без статуса юридического лица. Открытие этих подразделений не нуждается в регистрации. Субъект бизнеса только сообщает об этом регистрационный орган внесением вспомогательной информации к своей регистрационной карточке.

Отмена государственной регистрации осуществляется по личному заявлению предпринимателя, на основании решения суда, арбитражного суда в случаях признания действий предпринимателя недействительными или такими, что противоречат действующему законодательству, учредительским документам, а также при осуществлении неуставной деятельности.

За государственную регистрацию (перерегистрацию) субъектов предпринимательской деятельности взывается плата (регистрационный сбор), которая представляет: для граждан-предпринимателей - 1,5, для юридических лиц - 7 необлагаемых минимумов доходов граждан. За ускоренную (на протяжении одного дня) государственную регистрацию (перерегистрацию) субъектов предпринимательской деятельности взывается тройной размер соответствующего регистрационного сбора.

Итак, фирма осуществила государственную регистрацию и внесена в государственный реестр. Основателям выданы соответствующие документы, однако это не повод для отдыха и расслабления. После того, как предприятие получило статус юридического лица, организационный период еще длится. В частности, происходит окончательное формирование органов управления фирмы, разрабатывается и утверждается организационная структура

функционирования предприятия, изготавливаются печать и штампы, осуществляется соответствующее планирование предпринимательской деятельности и т.п..

Итоги темы

1. После выбора вида предпринимательской деятельности, определения эффективной формы организации переходят к следующему этапу создания собственного дела - подготовке учредительских документов предприятия (фирмы).

2. Учредительскими документами, которые подтверждают статус юридического лица и без которых невозможно основать фирму, есть устав и учредительный договор предприятия (фирмы).

3. Устав предприятия - это официально зарегистрированный документ, который определяет форму собственности предприятия, сферу его деятельности, способ управления и контроля, порядок образования имущества предприятия и распределения прибыли, порядок реорганизации и другие положения, которые регламентируют деятельность юридического лица.

4. Учредительный договор - это соглашение (договор), которое заключается между двумя или несколькими основателями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем.

5. Уставный фонд - это совокупность денежных средств и имущества, которая необходимая для организации и начала функционирования предприятия (фирмы).

6. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится в исполнительном комитете городского, районного в городе совета или в районной, районной городов Киева и Севастополя государственной администрации по местонахождению или местожительства субъекта, если другое не предусмотрено законом.

7. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится на протяжении пяти рабочих дней со дня поступления всех необходимых документов, после чего выдается свидетельство о государственной регистрации установленного образца.

8. Свидетельство о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности и копия документа, который подтверждает взятие его на учет в органе государственной налоговой службы, является основанием для открытия счетов в любых банках в установленном порядке.

Сроки и понятия для словаря

Государственная регистрация субъекта предпринимательской

деятельности Решения владельца имущества

*Свидетельство о государственной
регистрации*

*Основатели (участники)
предприятия*

Устав предприятия

Учредительские документы

Уставный фонд

Регистрационная карточка

Страховой фонд

Резервный фонд

Учредительный договор

Вопрос для самоконтроля

1. Что такое учредительские документы?
2. Каковы основное содержание и структура устава предприятия (фирмы)?
3. Что такое учредительный договор? Какова его структура?
4. Что предусматривает процесс заключения учредительских документов?
5. Что такое уставный фонд?
6. Как образовывается и используется уставный фонд?
7. Какой минимальный объем представляет уставный фонд?
8. Какие могут образовываться фонды, кроме уставного?
9. Где и как осуществляется государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?
10. Какие документы необходимы для государственной регистрации юридического лица?
11. Какие документы необходимы для государственной регистрации граждан, которые должны осуществлять предпринимательскую деятельность без создания юридического лица?
12. На протяжении какого срока осуществляется государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?
13. Какая плата (регистрационный сбор) взывается за государственную регистрацию (перерегистрацию) субъектов предпринимательской деятельности?
14. Что является основанием для открытия счетов фирмы в банках?

Практические задачи

1. Обоснуйте объективную необходимость учредительских документов. Какую роль они играют в создании предпринимательской фирмы?
2. Вообразите, что вы имеете намерение создать собственное дело. Подготовьте, используя образцы, устав предприятия и учредительный договор.
3. Исходя из каких соображений дают название фирме (предприятию), которая создается. Какому названию вашей фирмы вы отдали бы предпочтение?
4. Подготовьте атрибуты вашей будущей фирмы: образец печати, штампы, фирменные бланки, торговый знак, эмблему фирмы и т.п..
5. Объясните, что такое расчетный счет в банке. Каким путем его можно открыть, что для этого нужно?
2. Вообразите, что вы имеете намерение создать собственное дело. Подготовьте, используя образцы, устав предприятия и учредительный договор.

Темы рефератов

1. Как начать собственное дело.

2. Устав — основной закон предприятия.
3. Сущность и механизм формирования уставного фонда фирмы.
4. Процедура государственной регистрации и ее проблемы.
5. Административные препятствия на пути государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности.
6. Основные пути упрощения процедуры государственной регистрации.
7. Название фирмы — дело ответственное ("Как вы яхту назовете, так она и поплывет").

Ключ к тестам:

1.1, 1.4, 1; 2.2; 3.3; 4.1; 5.2; 6.4; 7.1; 8.3; 9.1; 102.

Тесты

1. Какие учредительские документы подтверждают статус юридического лица?

- 1.1. Устав предприятия.
- 1.2. Предпринимательское соглашение.
- 1.3. Организационно-правовая форма.
- 1.4. Учредительный договор.

2. Официально зарегистрированный документ, который регламентирует деятельность юридического лица — это:

- 2.1. Соглашение (договор).
- 2.2. Устав.
- 2.3. Учредительный договор.
- 2.4. Аренда.

3. Соглашение, которое заключается между двумя или несколькими основателями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем — это:

- 3.1. Договор.
- 3.2. Устав.
- 3.3. Учредительный договор.
- 3.4. Аренда.

4. Учредительный договор вступает в силу:

- 4.1. С момента его подписания всеми основателями фирмы.
- 4.2. С момента государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности.
- 4.3. С момента открытия счета в банке.

5. Совокупность денежных средств и имущества, которая необходима для организации и начала функционирования фирмы — это:

- 5.1. Имущество основателей фирмы.
- 5.2. Уставный фонд фирмы.
- 5.3. Резервный фонд фирмы.

5.4. Страховой фонд фирмы.

6. Какой минимальный объем уставного фонда акционерного общества?

6.1. 100 минимальных заработных плат.

6.2. 625 минимальных заработных плат.

6.3. 750 минимальных заработных плат.

6.4. 1250 минимальных заработных плат.

6.5. 1500 минимальных заработных плат.

7. Какой минимальный объем уставного фонда для всех обществ (кроме акционерного общества)?

7.1. 100 минимальных заработных плат.

7.2. 625 минимальных заработных плат.

7.3. 750 минимальных заработных плат.

7.4. 1250 минимальных заработных плат.

7.5. 1500 минимальных заработных плат.

8. Где происходит государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?

8.1. По месту их деятельности.

8.2. По месту реализации основной продукции.

8.3. По местонахождению или по месту проживания.

8.4. По любому адресу.

9. В какой срок выдается свидетельство о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности?

9.1. На протяжении 5 рабочих дней.

9.2. На протяжении 10 рабочих дней.

9.3. На протяжении 15 рабочих дней.

9.4. В месячный срок.

10. Какая плата (регистрационный сбор) взывается за государственную регистрацию (перерегистрацию) субъектов предпринимательской деятельности?

10.1. Для граждан-предпринимателей - в размере одного, для юридических лиц - в размере пяти необлагаемых минимумов доходов граждан.

10.2. Для граждан-предпринимателей - в размере полтора, для юридических лиц в размере семи необлагаемых минимумов.

10.3. Для граждан-предпринимателей - в размере двух, для юридических лиц - в размере двенадцати необлагаемых минимумов.

Ключ к тестам по вариантам к темам 1.17; 1.18.

В I: 1.4; 2.2; 3.1, 3.2, 3.5; 4.2; 5.1.

В II: 1.4; 2.3; 3.1, 3.4; 4.3; 5.1.

В III: 1.2; 2.1, 2.2, 2.5; 3.2; 4.1; 5.3.

В IV: 1.3; 2.1, 2.4; 3.3; 4.1; 5.1.

Вариант I

1. Кто может быть предпринимателем?

1.1. Все граждане Украины.

1.2. Граждане других стран.

1.3. Граждане, которые достигли трудоспособного возраста.

1.4. Граждане других стран, лица без гражданства, не ограниченные законом в правоспособности и дееспособности.

2. В течение какого срока принимается решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче?

2.1. Не позднее 5 рабочих дней.

2.2. Не позднее 10 рабочих дней.

2.3. Не позднее 20 рабочих дней.

2.4. Не позднее 30 рабочих дней.

2.5. Не позднее 40 рабочих дней.

3. Что является основанием прекращения предпринимательской деятельности?

3.1. Собственная инициатива предпринимателя.

3.2. Окончание срока действия лицензии..

3.3. Окончание срока договора с поставщиком.

3.4. Окончание срока договора с потребителем..

3.5. Решение суда или арбитража.

4. Официально зарегистрированный документ, который регламентирует деятельность юридического лица — это:

4.1. Соглашение (договор).

4.2. Устав.

4.3. Учредительный договор.

4.4. Аренда.

5. Учредительный договор вступает в силу:

5.1. С момента его подписания всеми основателями фирмы.

5.2. С момента государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности.

5.3. С момента открытия счета в банке.

Вариант II

1. Кем выдается специальное разрешение (лицензия) на определенные виды предпринимательской деятельности?

- 1.1. Верховной Радой Украины.
- 1.2. Президентом Украины.
- 1.3. Кабинетом Министров Украины.
- 1.4. Органом лицензирования.
- 1.5. Органами исполнительной власти.

2. Какой срок действия лицензии?

- 2.1. Не менее 1 года.
- 2.2. Не менее 2 лет.
- 2.3. Не менее 3 лет.
- 2.4. Не менее 4 лет.
- 2.5. Не менее 5 лет.

3. Какие учредительские документы подтверждают статус юридического лица?

- 3.1. Устав предприятия.
- 3.2. Предпринимательское соглашение.
- 3.3. Организационно-правовая форма.
- 3.4. Учредительный договор.

4. Соглашение, которое заключается между двумя или несколькими основателями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем — это:

- 4.1. Договор.
- 4.2. Устав.
- 4.3. Учредительный договор.
- 4.4. Аренда.

5. Что является основанием прекращения предпринимательской деятельности?

- 5.1. Собственная инициатива предпринимателя.
- 5.2. Окончание срока действия лицензии..
- 5.3. Окончание срока договора с поставщиком.
- 5.4. Окончание срока договора с потребителем..
- 5.5. Решение суда или арбитража.

Вариант III

1. В течение какого срока принимается решение о выдаче лицензии или об отказе в ее выдаче?

- 1.1. Не позднее 5 рабочих дней.
- 1.2. Не позднее 10 рабочих дней.

- 1.3. Не позднее 20 рабочих дней.
- 1.4. Не позднее 30 рабочих дней.
- 1.5. Не позднее 40 рабочих дней.

.

2. Что является основанием прекращения предпринимательской деятельности?

- 2.1. Собственная инициатива предпринимателя.
- 2.2. Окончание срока действия лицензии..
- 2.3. Окончание срока договора с поставщиком.
- 2.4. Окончание срока договора с потребителем..
- 2.5. Решение суда или арбитража.

.

3. Официально зарегистрированный документ, который регламентирует деятельность юридического лица — это:

- 3.1. Соглашение (договор).
- 3.2. Устав.
- 3.3. Учредительный договор.
- 3.4. Аренда.

4. Учредительный договор вступает в силу:

- 4.1. С момента его подписания всеми основателями фирмы.
- 4.2. С момента государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности.
- 4.3. С момента открытия счета в банке.

5. Где происходит государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?

- 5.1. По месту их деятельности.
- 5.2. По месту реализации основной продукции.
- 5.3. По местонахождению или по месту проживания.
- 5.4. По любому адресу.

Вариант IV

1. Какой срок действия лицензии?

- 1.1. Не менее 1 года.
- 1.2. Не менее 2 лет.
- 1.3. Не менее 3 лет.
- 1.4. Не менее 4 лет.
- 1.5. Не менее 5 лет.

2. Какие учредительские документы подтверждают статус юридического лица?

- 2.1. Устав предприятия.
- 2.2. Предпринимательское соглашение.
- 2.3. Организационно-правовая форма.
- 2.4. Учредительный договор.

3. *Соглашение, которое заключается между двумя или несколькими основателями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем — это:*

- 3.1. Договор.
- 3.2. Устав.
- 3.3. Учредительный договор.
- 3.4. Аренда.

4. *Какой минимальный объем уставного фонда для всех обществ (кроме акционерного общества)?*

- 4.1. 100 минимальных заработных плат.
- 4.2. 625 минимальных заработных плат.
- 4.3. 750 минимальных заработных плат.
- 4.4. 1250 минимальных заработных плат.
- 4.5. 1500 минимальных заработных плат.

5. *В какой срок выдается свидетельство о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности?*

- 5.1. На протяжении 5 рабочих дней.
- 5.2. На протяжении 10 рабочих дней.
- 5.3. На протяжении 15 рабочих дней.
- 5.4. В месячный срок.

Презентация

Тема 1.18 ТЕХНОЛОГИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА

План.

1. Учредительские документы и их подготовка.
2. Уставный фонд и его формирование.
3. Государственная регистрация предпринимательства.

1. Учредительские документы и их подготовка

Учредительские документы:

устав и учредительный договор.

Устав предприятия — это официально зарегистрированный документ, который определяет форму собственности предприятия, сферу его деятельности, способ управления и контроля, порядок образования имущества предприятия и распределения прибыли, порядок реорганизации и другие положения, которые регламентируют деятельность юридического лица.

Структура устава:

1. Наименование и местонахождение фирмы.
2. Общие положения.
3. Предмет, цели и направления деятельности фирмы.
4. Юридический статус фирмы.
5. Имущество фирмы.
6. Фонды фирмы.
7. Производственно-хозяйственная деятельность.
8. Внешнеэкономическая деятельность.
9. Прибыль фирмы и ее распределение.
10. Возмещение убытков.
11. Органы управления и контроля фирмы.
12. Организация и оплата труда.
13. Компетенция и полномочия органов трудового коллектива.
14. Учет и отчетность.
15. Прекращение деятельности фирмы (реорганизация и ликвидация).

Учредительный договор — это соглашение (договор), которое заключается между двумя или несколькими учредителями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем.

Суть учредительного договора заключается в том, что он есть одним из разновидностей согласия об общей хозяйственной деятельности с образованием самостоятельного юридического лица.

Содержание учредительного договора — объединение имущества (капиталов) и предпринимательских усилий с целью получения прибыли.

Структура учредительного договора:

1. Преамбула.
2. Общие положения договора.
3. Предмет договора.
4. Название и местонахождение фирмы.
5. Юридический статус фирмы.

6. Уставный фонд. Вклады участников (учредителей).
7. Права и обязанности участников (учредителей).
8. Управление фирмой.
9. Имущество фирмы. Распределение прибыли.
10. Порядок выхода из состава участников.
11. Форс-мажор.
12. Решение споров.
13. Условия прекращения (расторжения) договора.
14. Условия и сроки обретения договором действия.
15. Другие условия.

Учредительный договор вступает в силу с момента его подписания всеми основателями (участниками) фирмы.

Процесс заключения учредительских документов предусматривает:

- подготовительную работу, в ходе которой определяют цели, задачи, методы организации предприятия;
- предварительные переговоры с потенциальными основателями (участниками) для предприятий с коллективной формой собственности;
- сбор и обобщение необходимых материалов;
- создание рабочей группы для разработки устава и учредительного договора;
- юридические и экономические консультации относительно содержания учредительских документов;
- подготовку и проведение учредительного собрания.

На учредительном собрании рассматривают:

- вопрос создания (учреждения) предприятия (фирмы), формы собственности и функционирование;
- проекты наименования фирмы и ее юридический адрес;
- состав учредителей;
- сроки разработки учредительских документов;
- выборы руководящих органов фирмы и другие организационные вопросы.

Решение собрания оформляется протоколом, который подписывают все основатели.

2. Уставный фонд и его формирование

Уставный фонд — это совокупность денежных средств и имущества, которая необходима для организации и начала функционирования предприятия (фирмы).

Уставный фонд создается внесением вкладов основателями (участниками) и может пополняться за счет прибыли от хозяйственной деятельности предприятия, а в случае потребности также дополнительных вкладов участников, в том числе спонсоров.

Вкладом в фонд могут быть: все виды имущества - здания, сооружения, оборудование и другие материальные ценности; средства основателей (участников), в том числе и в свободно конвертированной валюте; все виды имущественных прав - на пользование землей и другими природными ресурсами, разными имущественными объектами, а также на использование изобретений, ноу-хау, других объектов интеллектуальной собственности и другие права, которые не принадлежат к имущественным, но имеют товарную стоимость.

Минимальный объем уставного фонда представляет: для акционерного общества - сумма эквивалентная 1250 минимальным заработным платам (соответственно ставке на момент его создания); для других обществ (обществ с ограниченной и дополнительной ответственностью, полных и коммандитных обществ) - 100 минимальным заработным платам.

Средства уставного фонда направляются на развитие производства.

Использовать средства уставного фонда на заработную плату, поощрение и другие потребности запрещается.

3. Государственная регистрация предпринимательства

Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится в Государственной регистрационной палате по местонахождению или местожительством субъекта, если другое не предусмотрено законом .

Местонахождением субъекта предпринимательской деятельности - юридического лица есть размещение (местонахождение) его постоянно действующего руководящего органа (правление, дирекция, администрация и т.п.).

Местожительством субъекта предпринимательской деятельности есть зарегистрированное в установленном порядке постоянное местожительство гражданина-предпринимателя.

Для государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности - юридического лица - владелец (владельцы), уполномоченный

им (ими) орган или лицо (заявитель) лично или по почте подают в орган государственной регистрации такие документы:

- решение владельца (владельцев) имущества или уполномоченного им (ими) органа о создании юридического лица (кроме частного предприятия). Если владельцев или уполномоченных ими органов два и больше, таким решением является учредительный договор, а также протокол учредительного собрания (конференции) в случаях, предусмотренных законом;

- устав, если это необходимо для создаваемой организационно-правовой формы предпринимательства;

- регистрационную карточку установленного образца, которая является вместе с тем заявлением о государственной регистрации;

- документ, который удостоверяет уплату владельцем (владельцами) взноса в уставный фонд субъекта предпринимательской деятельности в размере, предусмотренном законом;

- документ, который удостоверяет внесение платы за государственную регистрацию.

Граждане (физические лица), которые намерены заниматься предпринимательской деятельностью без создания юридического лица, подают регистрационную карточку установленного образца, которая является вместе с тем заявлением о государственной регистрации, копии справки о присвоении идентификационного кода физическому лицу - налогоплательщика и других обязательных платежей, две фотокарточки, документ, который подтверждает внесение платы за государственную регистрацию, а также предъявляют документ, который заверяет лицо.

Местонахождением субъекта предпринимательской деятельности (юридического лица) на дату государственной регистрации может быть местонахождение (местожительство одного из основателей) или местонахождение по другому адресу, что подтверждается договором аренды или другим соответствующим договором.

Отмена государственной регистрации осуществляется по личному заявлению предпринимателя, на основании решения суда, арбитражного суда в случаях признания действий предпринимателя недействительными или такими, что противоречат действующему законодательству, учредительским документам, а также при осуществлении неуставной деятельности.

Итоги темы

1. После выбора вида предпринимательской деятельности, определения эффективной формы организации переходят к следующему этапу создания собственного дела - подготовке учредительских документов предприятия (фирмы).

2. Учредительскими документами, которые подтверждают статус юридического лица и без которых невозможно основать фирму, есть устав и учредительный договор предприятия (фирмы).

3. Устав предприятия - это официально зарегистрированный документ, который определяет форму собственности предприятия, сферу его деятельности, способ управления и контроля, порядок образования имущества предприятия и распределения прибыли, порядок реорганизации и другие положения, которые регламентируют деятельность юридического лица.

4. Учредительный договор - это соглашение (договор), которое заключается между двумя или несколькими основателями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем.

5. Уставный фонд - это совокупность денежных средств и имущества, которая необходимая для организации и начала функционирования предприятия (фирмы).

6. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится Государственной регистрационной палате по местонахождению или местожительства субъекта, если другое не предусмотрено законом.

7. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности проводится на протяжении пяти рабочих дней со дня поступления всех необходимых документов, после чего выдается свидетельство о государственной регистрации установленного образца.

8. Свидетельство о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности и копия документа, который подтверждает взятие его на учет в органе государственной налоговой службы, является основанием для открытия счетов в любых банках в установленном порядке.

Вопрос для самоконтроля

1. Что такое учредительские документы?
2. Каковы основное содержание и структура устава предприятия (фирмы)?
3. Что такое учредительный договор? Какова его структура?
4. Что предусматривает процесс заключения учредительских документов?
5. Что такое уставный фонд?
6. Как образовывается и используется уставный фонд?
7. Какой минимальный объем представляет уставный фонд?
8. Какие могут образовываться фонды, кроме уставного?
9. Где и как осуществляется государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?
10. Какие документы необходимы для государственной регистрации юридического лица?

11. Какие документы необходимы для государственной регистрации граждан, которые должны осуществлять предпринимательскую деятельность без создания юридического лица?

12. На протяжении какого срока осуществляется государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?

13. Какая плата (регистрационный сбор) взывается за государственную регистрацию (перерегистрацию) субъектов предпринимательской деятельности?

14. Что является основанием для открытия счетов фирмы в банках?

Практические задачи

1. Обоснуйте объективную необходимость учредительских документов. Какую роль они играют в создании предпринимательской фирмы?

2. Вообразите, что вы имеете намерение создать собственное дело. Подготовьте, используя образцы, устав предприятия и учредительный договор.

3. Исходя из каких соображений дают название фирме (предприятию), которая создается. Какому названию вашей фирмы вы отдали бы предпочтение?

4. Подготовьте атрибуты вашей будущей фирмы: образец печати, штампы, фирменные бланки, торговый знак, эмблему фирмы и т.п..

5. Объясните, что такое расчетный счет в банке. Каким путем его можно открыть, что для этого нужно?

6. Вообразите, что вы имеете намерение создать собственное дело. Подготовьте, используя образцы, устав предприятия и учредительный договор.

Тесты

1. *Какие учредительские документы подтверждают статус юридического лица?*

1.1. Устав предприятия.

1.2. Предпринимательское соглашение.

1.3. Организационно-правовая форма.

1.4. Учредительный договор.

2. *Официально зарегистрированный документ, который регламентирует деятельность юридического лица — это:*

2.1. Соглашение (договор).

2.2. Устав.

2.3. Учредительный договор.

2.4. Аренда.

3. *Соглашение, которое заключается между двумя или несколькими основателями относительно создания предприятия (фирмы) определенным путем — это:*

- 3.1. Договор.
- 3.2. Устав.
- 3.3. Учредительный договор.
- 3.4. Аренда.

4. *Учредительный договор вступает в силу:*

- 4.1. С момента его подписания всеми основателями фирмы.
- 4.2. С момента государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности.
- 4.3. С момента открытия счета в банке.

5. *Совокупность денежных средств и имущества, которая необходима для организации и начала функционирования фирмы — это:*

- 5.1. Имущество основателей фирмы.
- 5.2. Уставный фонд фирмы.
- 5.3. Резервный фонд фирмы.
- 5.4. Страховой фонд фирмы.

6. *Какой минимальный объем уставного фонда акционерного общества?*

- 6.1. 100 минимальных заработных плат.
- 6.2. 625 минимальных заработных плат.
- 6.3. 750 минимальных заработных плат.
- 6.4. 1250 минимальных заработных плат.
- 6.5. 1500 минимальных заработных плат.

7. *Какой минимальный объем уставного фонда для всех обществ (кроме акционерного общества)?*

- 7.1. 100 минимальных заработных плат.
- 7.2. 625 минимальных заработных плат.
- 7.3. 750 минимальных заработных плат.
- 7.4. 1250 минимальных заработных плат.
- 7.5. 1500 минимальных заработных плат.

8. *Где происходит государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности?*

- 8.1. По месту их деятельности.
- 8-2. По месту реализации основной продукции.
- 8.3. По местонахождению или по месту проживания.
- 8.4. По любому адресу.

9. *В какой срок выдается свидетельство о государственной регистрации субъекта предпринимательской деятельности?*

- 9.1. На протяжении 5 рабочих дней.
- 9.2. На протяжении 10 рабочих дней.
- 9.3. На протяжении 15 рабочих дней.
- 9.4. В месячный срок.

10. Какая плата (регистрационный сбор) взывается за государственную регистрацию (перерегистрацию) субъектов предпринимательской деятельности?

10.1. Для граждан-предпринимателей - в размере одного, для юридических лиц - в размере пяти необлагаемых минимумов доходов граждан.

10.2. Для граждан-предпринимателей - в размере полтора, для юридических лиц в размере семи необлагаемых минимумов.

10.3. Для граждан-предпринимателей - в размере двух, для юридических лиц - в размере двенадцати необлагаемых минимумов.

Ключ к тестам по вариантам к темам 1.17; 1.18.

Ключ к тестам:

1.1, 1.4, 1; 2.2; 3.3; 4.1; 5.2; 6.4; 7.1; 8.3; 9.1; 102.

В I: 1.4; 2.2; 3.1, 3.2, 3.5; 4.2; 5.1.

В II: 1.4; 2.3; 3.1, 3.4; 4.3; 5.1.

В III: 1.2; 2.1, 2.2, 2.5; 3.2; 4.1; 5.3.

В IV: 1.3; 2.1, 2.4; 3.3; 4.1; 5.1.

Тема 1.19 Теоретические основы стратегического бизнес – планирования.

Цель: усвоение сущности планирования, его этапов, методов, принципов и классификации планов, развивать логическое мышление, воспитывать экономическую культуру.

План.

1. Суть планирования. Этапы процесса планирования.

2. Методы планирования: прогрессивное планирование, ретроградный метод, круговой метод, экстраполяционный метод, нормативный метод, балансовый метод.

3. Принципы планирования: принцип единства, координация, интеграция, принцип участия, принцип непрерывности, принцип гибкости.

4. Проблемы построения эффективных систем планирования.

5. Виды планов.

Литература:

1. Стадник В.В., Йохна М.А., Менеджмент: Учебник, К.: Академ - выдал, 2007. - 472 с.
2. Шваб Л.И. Экономика предприятия: Учебное пособие для студентов более высоких учебных заведений. К.: Каравелла, 2004.-568 с.

1. Суть планирования. Этапы процесса планирования.

Эффективное сотрудничество членов организации невозможно без осознания ими общих целей и понимания методов и средств их достижения. Это обеспечивается реализацией функции планирования, которая заключается в формировании системы планов организации в целом и каждого из ее структурных элементов в частности. Они охватывают как стратегические цели и задания, которые отображают виденье высшим менеджментом перспектив развития организации, учитывая ее внутренний потенциал, состояние и тенденции внешней среды, так и средне- и краткосрочные планы, направленные на реализацию избранной стратегии.

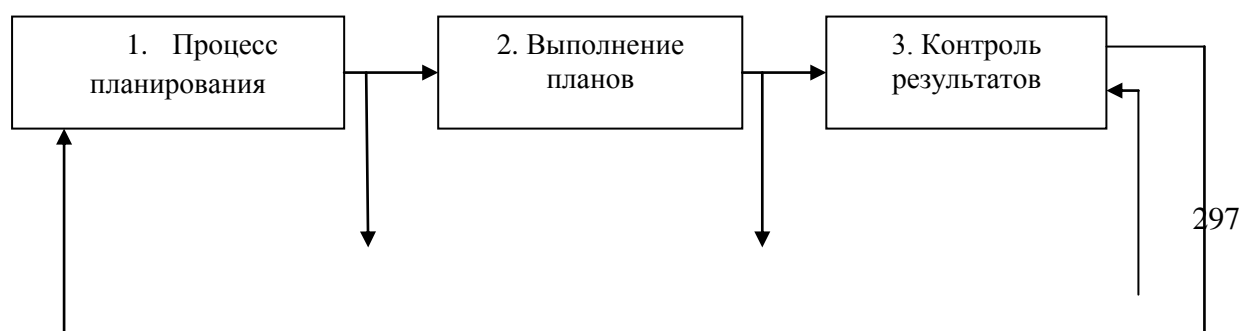
Сущность, задание и принципы планирования.

Планирование является отправным звеном в цикле управления. Оно определяет цели организации и способы их достижения, то есть отображает уровень осмысленности деятельности организации.

Планирование — вид управленческой деятельности, направленный на определение целей и будущего состояния организации, а также ресурсов, необходимых для их достижения.

На основе разработанной системы планов осуществляется организация работ, мотивация задействованного для их выполнения персонала, контроль результатов и их оценка с точки зрения достижения плановых показателей. Но планирование — не одноразовое действие, а непрерывный процесс, обусловленный реакцией организации на изменения внешней среды, определением новых или уточнением старых целей, что нуждается во внесении в планы корректив. Работники, которые принимают участие в процессе планирования, не просто выполняют надлежащие функции, а действуют творчески и способны к изменениям характера действий, если того требуют обстоятельства.

Деятельность по планированию в организации схематически изображена на рис. 1.



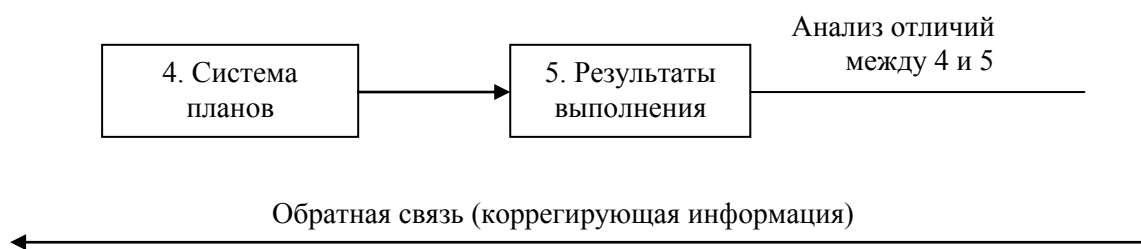


Рис. 1. Планирование на предприятии

Суть *планирования* заключается в разработке и обосновании целей, определении наилучших методов и способов их достижения при эффективном использовании всех видов ресурсов, необходимых для выполнения поставленных заданий и установления их взаимодействия.

Сам процесс планирования проходит четыре этапа:

- 1) разработку общих целей;
- 2) определение конкретных целей на данный период с последующей их детализацией;
- 3) определение путей и способов достижения целей;
- 4) контроль за процессом достижения поставленных целей путем сопоставления плановых показателей с фактическими и коррекция целей.

В процессе планирования каждое предприятие должно ответить на такие вопросы:

- что должно быть сделано и для чего?
- когда это будет сделано и кто его будет делать?
- где это будет сделано и что для этого необходимо?

Решение этих вопросов является *функцией планирования*, которая служит основой для принятия решений и представляет собой управленческую деятельность, что предусматривает разработку целей и заданий управления производством, а также определение путей реализации планов для достижения поставленных целей.

2.Методы планирования: прогрессивное планирование, ретроградный метод, круговой метод, экстраполяционный метод, нормативный метод, балансовый метод.

План — это количественное выражение целей и разработка путей их достижения. Другими словами, это результат планирования, мотивированная модель действий, созданная на основе конъюнктурного прогноза экономической среды и поставленной цели.

План предприятия (фирмы, компании) — это заблаговременно разработанная система мероприятий, которая предусматривает цели, содержание, сбалансированное взаимодействие ресурсов, объем, методы,

последовательность и сроки выполнения работ для производства и реализации продукции или предоставления услуг. План дает возможность предприятию оценить, насколько реально достижение поставленных целей, что помогает, а что мешает их достигать.

В практике планирования можно выделить три направления планирования: прогрессивное, ретроградное и круговое.

Прогрессивное планирование (способ "снизу-вверх"). Планирование осуществляется от низших уровней предприятия к более высоким.

Ретроградным метод ("сверху-вниз"). В этом случае процесс планирования осуществляется выходя из планирования предприятия путем детализации его показателей сверху вниз по иерархии. При этом структурные подразделения должны превращать планы, которые к ним поступают, в планы подразделений.

Круговой метод ("встречное планирование"). Он представляет собой синтез ниже рассмотренных методов. Круговой метод предусматривает разработку планов в два этапа. На первом этапе ("сверху-вниз") разрабатывается текущее планирование по основным целям. На втором этапе ("снизу-вверх") разрабатывается конечный план на основе детализированных планов. При этом в планы включаются самые позитивные решения.

Процесс планирования как целесообразная деятельность людей имеет свою технологию, которая представляет собой последовательность работ, которые выполняются при составлении планов.

Процесс планирования состоит из таких этапов:

Определение целей планирования. Они являются решающими факторами при выборе формы и методов планирования.

Анализ проблемы — определяется исходная ситуация на момент составления плана и формируется конечная ситуация.

Поиск альтернатив. На этом этапе среди возможных путей в водовороте решения проблемной ситуации избирается наилучший и разрабатываются наилучшие решения.

Прогнозирование - формируется представление о развитии ситуации, которая планируется.

Оценка - проводятся оптимальные расчеты для выбора наилучшей альтернативы.

Принятие планового решения — избирается и оформляется единственное плановое решение.

3. Принципы планирования: принцип единства, координация, интеграция, принцип участия, принцип непрерывности, принцип гибкости.

Характер и содержание плановой деятельности в организации определяют принципы планирования, соблюдение которых способствует эффективности работы фирмы. А. Файоль выделил 4 основных принципа планирования: единство, непрерывность, гибкость, точность. Значительно позже американский ученый Р. Акофф обосновал еще один ключевой принцип планирования — принцип участия.

Принцип единства (холизма) предусматривает системный характер планирования. Поскольку элементами планирования в организации являются отдельные подразделения, которые формируют отдельные части планов, то процесс их разработки необходимо координировать. Взаимосвязь между подразделениями осуществляется на основе координации на горизонтальном уровне, то есть на уровне функциональных подразделений (отдела маркетинга, производственного отдела, финансового отдела и тому подобное). А единственное направление плановой деятельности, общность цели всех элементов организации становятся возможными при условиях вертикального единства подразделений (то есть единства в пределах управленческой иерархии, например: организация в целом — продуктивное подразделение — цех — бригада), их интеграции. Каждое подразделение планирует свою деятельность, выходя из общей стратегии фирмы, а каждый отдельный план является частью плана высшего подразделения и организации в целом. Все планы организации — это взаимоувязанная система.

Принцип непрерывности заключается в непрерывности планирования на предприятиях; в разработанные планы в соответствии с результатами выполнения предыдущих планов и с учетом изменений внешней среды при необходимости вносят коррективы.

Принцип гибкости связан с принципом непрерывности. Суть его — в способности планов и процесса планирования изменять свою направленность, учитывая непредвиденные обстоятельства. Согласно с этим принципом планы следует составлять так, чтобы в них можно было вносить изменения в соответствии с изменениями условий деятельности организации. Поэтому планы должны содержать оптимальные резервы планирования. При больших резервах планы будут неточными, при низких — будут требовать частых изменений.

Принцип точности предусматривает настолько конкретизированные и детализированные планы, насколько позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы. Так, стратегическое, долгосрочное планирование ограничено главными целями и общими направлениями деятельности, потому что количество достоверной информации о будущем незначительно, а диапазон и скорость изменений постоянно растут. В оперативных планах, которые рассчитаны на короткие промежутки времени, и для отдельных подразделений организации конкретность и детализация обязательны, поскольку они являются инструкциями, которые определяют действия людей и коллективов, которые их реализуют.

Принцип участия тесно связан с принципом единства. Суть его заключается в участии каждого работника организации в плановой деятельности независимо от должности и функции, которую он выполняет. Преимущества принципа участия в том, что, во-первых, каждый участник организации лучше будет знать организацию; во-вторых, личное участие в процессе планирования способствует тому, что планы организации становятся личными планами работников, у каждого из них появляются

четко определенные мотивы к эффективному труду, укрепляется командный дух в организации; в-третьих, работники организации, принимая участие в планировании, развиваются как личности; в-четвертых, участие в планировании дает возможность избежать противоречий между планированием и управлением реализацией планов. Руководители низших уровней лучше воспринимают планы, поскольку сами принимали участие в их формировании.

Соблюдение приведенных принципов обеспечивает формирование осмысленной всеми работниками целостной гибкой системы планов организации, нацеленной на сохранение и укрепление ее позиций в сложной и изменчивой внешней среде.

4. Проблемы построения эффективных систем планирования.

Принцип гибкости взаимосвязан с принципом непрерывности и заключается в том, что план и процесс планирования могут изменять свое направление в связи с возникновением непредвиденных ситуаций. Для осуществления принципа гибкости планы должны составляться так, чтобы в них можно было вносить изменения, связывая их с изменением внутренних и внешних условий деятельности. Достижению гибкости планирования способствует разработка альтернативных планов.

Каждый план должен быть составлен с высоким уровнем *точности*, то есть планы должны быть конкретизированы и детализированы, учитывать внешние и внутренние условия деятельности предприятия.

Для эффективного функционирования системы планирования на предприятии нужно создать определенные предпосылки: организационные, информационные и кадровые. Организационная структура предприятия должна быть адекватной системе планирования с тем, чтобы органы управления и организационные единицы, которые образуют соответственно организационную и плановую пирамиды, перекрывали друг друга. Процедуры планирования должны быть спланированы, учитывая их организационное обеспечение. Кроме того, построение системы планирования на отечественных предприятиях происходит при условиях переходного периода, когда предыдущие системы почти разрушены, а новые нуждаются в становлении.

К основным проблемам построения эффективной системы планирования на предприятии принадлежат:

- 1) ориентация на краткосрочные результаты деятельности, неразвитость стратегического управления, отсутствие систематического контроля за соответствием результатов текущей деятельности предприятия его стратегическим целям;
- 2) фрагментарность и отсутствие комплексности текущих планов, снижение уровня координации в системе;
- 3) практически полное отсутствие работы на рынке, неразработанность методически-аналитической базы для анализа рынка;

4) неразвитость корпоративного управления, разногласия в интересах владельцев, управленческого персонала и коллектива.

5. Виды планов.

Планирование как форма государственного влияния на экономику существует во всех странах. Оно органически вписывается в рыночный механизм ведения хозяйства. В процессе планирования важно определить, что и как должно планировать государство, а что — сами субъекты ведения хозяйства. Чтобы решить эту проблему, рассмотрим виды планирования.

По содержанию и форме проявления различают такие **виды (формы) планирования и виды планов:**

1. С точки зрения обязательности плановых заданий различают директивное и индикативное планирование.

Директивное планирование представляет собой процесс принятия решений, которые имеют обязательный характер для объектов планирования. Вся система социалистического народнохозяйственного планирования имела исключительно директивный характер, силу закона. Директивные планы имели, как правило, адресный характер и отличались избыточной детализацией. Такое планирование может служить эффективным средством решения многих заданий, которые имеют общенациональное значение, например, в сфере охраны окружающей среды, обороны, социальной политики.

Индикативное планирование представляет собой самую распространенную во всем мире форму государственного планирования макроэкономического развития. Индикационное планирование является антиподом директивного, потому что этот план не является обязательным для выполнения, хотя в нем могут быть и обязательные задания. В целом он имеет направляющий, рекомендательный характер, и основное задание такого планирования не только в том, чтобы дать количественную оценку показателей, которые характеризуют динамику, структуру и эффективность экономики, но и в том, чтобы обеспечить увязку и сбалансированность всех показателей развития экономики. Индикативное планирование имеет информационный, ориентировочный характер (контрольные цифры, экономические регуляторы).

Индикативное планирование применяется и на микроуровне. Причем, при составлении перспективных планов применяется индикативное, а в текущем планировании — директивное планирование.

В отличие от плана (индикатора), обязательство (директива) связано с принятием решения о конкретных действиях.

2. В зависимости от срока, на который составляется план, и степени детализации плановых расчетов различают долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное (текущее) планирование.

Перспективное планирование охватывает период больше как 5 лет. Такие планы определяют долгосрочную стратегию предприятия, выявляют социальное, экономическое и научно-техническое развитие.

Среднесрочное планирование проводится на период от 1 до 5 лет. На некоторых предприятиях среднесрочное планирование совместимо с текущим. В этом случае составляется так называемый пятилетний план, в котором первый год детализируется до уровня текущего плана и представляет собой в сущности краткосрочное планирование.

Текущее планирование охватывает период до 1 года — полугодовое, квартальное, месячное, декадное, недельное и суточное планирование.

3. По составу плановых решений различают:

- а) стратегическое планирование;
- б) текущее (оперативно-календарное планирование);
- в) сведенное планирование общих результатов и финансовое планирование.

При стратегическом планировании на основе поставленных целей определяются объемы и структура продуктово-ассортиментной программы предприятия, а также структура и объемы ресурсов (потенциала), необходимых для производства и реализации продукции. Стратегическое планирование непосредственно связано с деятельностью предприятия в так называемом долгосрочном периоде, поскольку изменение потенциала предусматривает планирование размера предприятия, структуры производства, производственной мощности, структуры капитала, а также организационной структуры, юридической формы и системы управления предприятием в целом. Основная цель стратегического планирования заключается в создании потенциала для выживания предприятия в условиях динамического изменения внешней среды. В результате такого планирования предприятие ставит перспективные цели и разрабатывает пути их достижения.

Стратегическое планирование состоит из ряда взаимозависимых этапов.

Сначала проводится исследование внешней и внутренней среды предприятия, потом определяются основные ориентиры предприятия, на следующем этапе, в рамках стратегического анализа, предприятие сравнивает результаты первого и второго этапов, определяет возможные варианты стратегий, потом избирает один из вариантов и формирует собственную стратегию; на последнем этапе готовится окончательный стратегический план, исходя из ранее проведенных разработок и предложений нижестоящих уровней.

Стратегический план предприятия базируется на:

- 1) определении спроса на продукцию, которая производится или может быть произведена; прогнозировании ее сбыта и возможностей увеличения экспорта и уменьшения импорта; увеличении на этой основе объемов производства и реализации продукции;

2) проверке сбалансированности принятых объемов с имеющимися мощностями и технологическим обеспечением, а также разработке мероприятий, направленных на реконструкцию и техническую переоснастку производственных мощностей с учетом экологических требований и конкретных предложений относительно поставок оборудования и материальных ресурсов на такие цели;

3) изучении возможностей обеспечения производства материально-техническими ресурсами;

4) определении перспективы социального состояния трудового коллектива; количества рабочих мест (в том числе тех, что будут освобождаться в сфере материального производства), оплаты труда, расходов прибыли на социальные цели;

5) изучении возможностей финансирования мероприятий плана за счет собственной прибыли, государственных ассигнований, кредитов, иностранных инвестиций и тому подобное;

б) определении конечных результатов работы предприятия по данному плану: объемов производства и реализации продукции, себестоимости и цены, чистой прибыли, эффективности производства, степени риска.

В процессе *текущего планирования*, в отличие от стратегического, планирование проводится на краткосрочный период, на базе определенной производственной программы, заданного потенциала и системы управления, охватывает все сферы производственно-хозяйственной деятельности предприятия, подчиняет их достижению целей. Традиционно комплекс планов отображает функциональные сферы деятельности (функциональные подсистемы планирования), а именно: выпуск продукции, ее реализацию; обеспечение производства необходимыми средствами (обоснование производственной мощностью), материальными и трудовыми ресурсами; определение расходов и финансовых результатов. В подсистему текущего планирования входит также разработка планов в разрезе производственных и обслуживающих подразделений предприятия, которые конкретизируют достижение общих целей для каждого из них. В рамках текущего планирования разрабатываются также отдельные проекты осуществления общих стратегических и текущих планов, которые не предусматривают изменений в потенциале предприятия.

Какие основные расхождения между стратегическим и текущим планированием? Основной вопрос стратегического планирования — чего хочет достичь предприятие в будущем? Текущее планирование сосредоточено на том, как предприятие должно достичь такого состояния. То есть разница между стратегическим и текущим планированием — это разница между целями и средствами.

Другие расхождения:

- принятие решений на уровне текущего планирования, как правило, бывает менее субъективным, потому что менеджерам, которые занимаются текущим планированием, больше доступна конкретная информация. При

текущем планировании применяют количественные методы анализа, которые базируются на компьютерных технологиях;

- выполнение текущих решений лучше отслеживается, меньше поддается риску, поскольку такие решения касаются в основном внутренних проблем;

- текущие решения легче оцениваются, потому что могут быть отображены в более конкретных цифровых результатах;

- для текущего планирования характерно также приближение к решениям отдельных подразделений— производственных, региональных, функциональных.

Оперативно-календарное планирование является завершающим этапом в планировании хозяйственной деятельности предприятия. Основное его задание конкретизации показателей текущего плана с целью организации планомерной и ритмичной работы предприятия и его структурных подразделений. Оно связывает все элементы предприятия в единственный производственный организм, включая техническую подготовку, производство, материально-техническое обеспечение, создание и поддержку необходимых запасов материальных ресурсов, сбыт продукции.

Если стратегическое планирование рассматривается как поиск новых возможностей предприятия, текущее — как процесс создания предпосылок для реализации этих новых возможностей, то оперативно-календарное планирование рассматривается как процесс их реализации.

Основной функцией **сведенного планирования** является определение совокупных финансово-экономических результатов деятельности предприятия и финансовое планирование.

Планирование инвестиций и проектов на предприятии рассматривают как особенный комплекс, что занимает промежуточное место между стратегическим и текущим планированием.

Проект — это замысел (задание, проблема) и необходимые средства его реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического или организационного результата. Под проектом понимают также совокупность организационно-правовых и расчетно-финансовых документов, необходимых для осуществления определенных действий.

Инвестиционный проект — это комплекс мероприятий по созданию нового или модернизации действующего производства товаров или предоставления услуг с целью получения доходов и достижения социального эффекта.

Бизнес-план — это документ, который представляет собой результат комплексного исследования основных сторон деятельности предприятия; описание функционирования вновь создаваемого или реконструкции действующего предприятия; рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы. Бизнес-план, в отличие от плана предприятия, отображает развитие одного конкретного направления его работы на определенном рынке. Предприятие может одновременно иметь несколько

бизнес-планов. Степень детализации обоснований в бизнес-плане может быть разной. В малом бизнесе бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по объему, и по содержанию.

Вопрос:

1. Суть, функции и методология планирования.
2. Общая характеристика методологии планирования.
3. Основные принципы планирования.
4. Разновидности планов и их особенности.
5. Стратегический план предприятия, его характеристика и задание.
6. Основные задания оперативно-календарного планирования на предприятии.
7. Суть календарного планирования.
8. Содержание и организация разработки текущих планов.

Ключ к тестам:

1. а, в; 2. а,б,д; 3. б; 4. б; 5.а.

Тесты:

С точки зрения обязательности плановых заданий различают:

- а) директивное планирование;
- б) оперативное планирование;
- в) индивидуальное планирование;
- г) перспективное планирование;

2. В зависимости от срока, на который разрабатывается план, существуют такие виды планов предприятия:

- а) долгосрочные планы;
- б) краткосрочные планы;
- в) бизнес-план;
- г) финансовый план.

3. Укажите правильное определение:

- а) планирование — это умение определить задание, выбрать исполнителей для их реализации и методы достижения поставленных целей;
- б) планирование — это умение предусмотреть цели организации, результаты ее деятельности и ресурсы, которые необходимы для достижения поставленных целей;
- в) планирование — это умение предусмотреть будущие результаты и оценить возможность их осуществления при имеющихся ресурсах.

4. К принципам планирования не относят:

- а) принцип холизма;
- б) принцип синергизма;
- в) принцип участия;
- г) принцип непрерывности;
- г) принцип гибкости;
- д) принцип точности.

5. Главное отличие стратегического планирования от других методов планирования заключается в следующем:

- а) плановая работа нацелена на будущее, а не описывает текущую ситуацию;
- б) стратегический план является детерминированным;
- в) в системе стратегического планирования есть предположение о том, что будущее можно предусмотреть только по результатам прошлого.

Презентация

Тема 1.20 Теоретические основы стратегического бизнес – планирования.

План.

1. Суть планирования. Этапы процесса планирования.
2. Методы планирования: прогрессивное планирование, ретроградный метод, круговой метод.
3. Принципы планирования: принцип единства, координация, интеграция, принцип участия, принцип непрерывности, принцип гибкости.
4. Проблемы построения эффективных систем планирования.
5. Виды планов.

1. Суть планирования. Этапы процесса планирования.

Планирование — вид управленческой деятельности, направленный на определение целей и будущего состояния организации, а также ресурсов, необходимых для их достижения.



Обратная связь (корректирующая информация)

Рис. 1. Планирование на предприятии

Суть планирования заключается в разработке и обосновании целей, определении наилучших методов и способов их достижения при эффективном использовании всех видов ресурсов, необходимых для выполнения поставленных заданий и установления их взаимодействия.

Этапы процесса планирования:

- 1) разработку общих целей;
- 2) определение конкретных целей на данный период с последующей их детализацией;
- 3) определение путей и способов достижения целей;
- 4) контроль за процессом достижения поставленных целей путем сопоставления плановых показателей с фактическими и коррекция целей.

В процессе планирования каждое предприятие должно ответить на такие вопросы:

- что должно быть сделано и для чего?
- когда это будет сделано и кто его будет делать?
- где это будет сделано и что для этого необходимо?

2. Методы планирования.

План — это количественное выражение целей и разработка путей их достижения.

План предприятия (фирмы, компании) — это заблаговременно разработанная система мероприятий, которая предусматривает цели, содержание, сбалансированное взаимодействие ресурсов, объем, методы, последовательность и сроки выполнения работ для производства и реализации продукции или предоставления услуг. В практике планирования

можно выделить три направления планирования: прогрессивное, ретроградное и круговое.

Прогрессивное планирование (способ "снизу-вверх"). Планирование осуществляется от низших уровней предприятия к более высоким.

Ретроградным метод ("сверху-вниз"). В этом случае процесс планирования осуществляется выходя из планирования предприятия путем детализации его показателей сверху вниз по иерархии.

Круговой метод ("встречное планирование"). Он представляет собой синтез ниже рассмотренных методов. Круговой метод предусматривает разработку планов в два этапа. На первом этапе ("сверху-вниз") разрабатывается текущее планирование по основным целям. На втором этапе ("снизу-вверх") разрабатывается конечный план на основе детализированных планов. При этом в планы включаются самые позитивные решения.

Процесс планирования состоит из таких этапов:

Определение целей планирования. Они являются решающими факторами при выборе формы и методов планирования.

Анализ проблемы — определяется исходная ситуация на момент составления плана и формируется конечная ситуация.

Поиск альтернатив. На этом этапе среди возможных путей в водовороте решения проблемной ситуации избирается наилучший и разрабатываются наилучшие решения.

Прогнозирование - формируется представление о развитии ситуации, которая планируется.

Оценка - проводятся оптимальные расчеты для выбора наилучшей альтернативы.

Принятие планового решения — избирается и оформляется единственное плановое решение.

3. Принципы планирования.

А. Файоль выделил 4 основных принципа планирования: единство, непрерывность, гибкость, точность.

Значительно позже американский ученый Р. Акофф обосновал еще один ключевой принцип планирования — принцип участия.

Принцип единства (холизма) предусматривает системный характер планирования.

Принцип непрерывности заключается в непрерывности планирования на предприятиях; в разработанные планы в соответствии с результатами выполнения предыдущих планов и с учетом изменений внешней среды при необходимости вносят коррективы.

Принцип гибкости связан с принципом непрерывности. Суть его — в способности планов и процесса планирования изменять свою направленность, учитывая непредвиденные обстоятельства.

Принцип точности предусматривает настолько конкретизированные и детализированные планы, насколько позволяют внешние и внутренние условия деятельности фирмы.

Принцип участия заключается в участии каждого работника организации в плановой деятельности независимо от должности и функции, которую он выполняет.

4. Проблемы построения эффективных систем планирования.

К основным проблемам построения эффективной системы планирования на предприятии принадлежат:

- 1) ориентация на краткосрочные результаты деятельности, неразвитость стратегического управления, отсутствие систематического контроля за соответствием результатов текущей деятельности предприятия его стратегическим целям;
- 2) фрагментарность и отсутствие комплексности текущих планов, снижение уровня координации в системе;
- 3) практически полное отсутствие работы на рынке, неразработанность методически-аналитической базы для анализа рынка;
- 4) неразвитость корпоративного управления, разногласия в интересах владельцев, управленческого персонала и коллектива.

5. Виды планов.

По содержанию и форме проявления различают такие виды (формы) планирования и виды планов:

1. С точки зрения обязательности плановых заданий различают директивное и индикативное планирование.

Директивное планирование представляет собой процесс принятия решений, которые имеют обязательный характер для объектов планирования.

Индикативное планирование имеет направляющий, рекомендательный характер, и основное задание такого планирования не только в том, чтобы дать количественную оценку показателей, которые характеризуют динамику, структуру и эффективность экономики, но и в том, чтобы обеспечить увязку и сбалансированность всех показателей развития экономики.

Индикативное планирование имеет информационный, ориентировочный характер (контрольные цифры, экономические регуляторы).

2. В зависимости от срока, на который составляется план, и степени детализации плановых расчетов различают долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное (текущее) планирование.

Перспективное планирование охватывает период больше как 5 лет. Такие планы определяют долгосрочную стратегию предприятия, выявляют социальное, экономическое и научно-техническое развитие.

Среднесрочное планирование проводится на период от 1 до 5 лет.

Текущее планирование охватывает период до 1 года — полугодовое, квартальное, месячное, декадное, недельное и суточное планирование.

3. По составу плановых решений различают:

- а) стратегическое планирование;
- б) текущее (оперативно-календарное планирование);
- в) сведенное планирование общих результатов и финансовое планирование.

Оперативно-календарное планирование.

Основное его задание конкретизации показателей текущего плана с целью организации планомерной и ритмичной работы предприятия и его структурных подразделений. Оно связывает все элементы предприятия в единственный производственный организм, включая техническую подготовку, производство, материально-техническое обеспечение, создание и поддержку необходимых запасов материальных ресурсов, сбыт продукции.

Основной функцией **сведенного планирования** является определение совокупных финансово-экономических результатов деятельности предприятия и финансовое планирование.

Проект — это замысел (задание, проблема) и необходимые средства его реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического или организационного результата.

Инвестиционный проект — это комплекс мероприятий по созданию нового или модернизации действующего производства товаров или предоставления услуг с целью получения доходов и достижения социального эффекта.

Бизнес-план — это документ, который в отличие от плана предприятия, отображает развитие одного конкретного направления его работы на определенном рынке.

Предприятие может одновременно иметь несколько бизнес-планов.

Вопросы:

1. Суть, функции и методология планирования.
2. Общая характеристика методики планирования.
3. Основные принципы планирования.
4. Разновидности планов и их особенности.
5. Стратегический план предприятия, его характеристика и задание.
6. Основные задания оперативно-календарного планирования на предприятии.
7. Суть календарного планирования.
8. Содержание и организация разработки текущих планов.

Тесты:

1. С точки зрения обязательности плановых заданий различают:
 - а) директивное планирование;
 - б) оперативное планирование;
 - в) индивидуальное планирование;
 - г) перспективное планирование;

2. В зависимости от срока, на который разрабатывается план, существуют такие виды планов предприятия:
 - а) долгосрочные планы;
 - б) краткосрочные планы;
 - в) бизнес-план;
 - г) финансовый план.

3. Укажите правильное определение:
 - а) планирование — это умение определить задание, выбрать исполнителей для их реализации и методы достижения поставленных целей;
 - б) планирование — это умение предусмотреть цели организации, результаты ее деятельности и ресурсы, которые необходимы для достижения поставленных целей;
 - в) планирование — это умение предусмотреть будущие результаты и оценить возможность их осуществления при имеющихся ресурсах.

4. К принципам планирования не относят:
 - а) принцип холизма;
 - б) принцип синергизма;
 - в) принцип участия;
 - г) принцип непрерывности;

- г) принцип гибкости;
- д) принцип точности.

5. Главное отличие стратегического планирования от других методов планирования заключается в следующем:

- а) плановая работа нацелена на будущее, а не описывает текущую ситуацию;
- б) стратегический план является детерминированным;
- в) в системе стратегического планирования есть предположение о том, что будущее можно предусмотреть только по результатам прошлого.

Ключ к тестам:

1. а, в; 2. а, б, д; 3. б; 4. б; 5. а.

Тема 2.2 Виды планирования

Цель: сформировать знания о формах планирования и видах планов, развивать логическое мышление, воспитывать экономическую культуру.

План.

1. Директивное и индикативное планирование.
2. Виды планирования в зависимости от сроков.
3. Сведенное планирование.

Литература:

2. Стадник В.В., Йохна М.А., Менеджмент: Учебник, К.: Академ - выдал, 2007. - 472 с.
2. Шваб Л.И. Экономика предприятия: Учебное пособие для студентов более высоких учебных заведений. К.: Каравелла, 2004.-568 с.

Планирование как форма государственного влияния на экономику существует во всех странах. Оно органически вписывается в рыночный механизм ведения хозяйства. В процессе планирования важно определить, что и как должно планировать государство, а что — сами субъекты ведения хозяйства. Чтобы решить эту проблему, рассмотрим виды планирования.

По содержанию и форме проявления различают такие **виды (формы) планирования и виды планов:**

1. С точки зрения обязательности плановых заданий различают директивное и индикативное планирование.

Директивное планирование представляет собой процесс принятия решений, которые имеют обязательный характер для объектов планирования. Вся система социалистического народнохозяйственного планирования имела исключительно директивный характер, силу закона. Директивные планы

имели, как правило, адресный характер и отличались избыточной детализацией. Такое планирование может служить эффективным средством решения многих заданий, которые имеют общенациональное значение, например, в сфере охраны окружающей среды, обороны, социальной политики.

Индикативное планирование представляет собой самую распространенную во всем мире форму государственного планирования макроэкономического развития. Индикационное планирование является антиподом директивного, потому что этот план не является обязательным для выполнения, хотя в нем могут быть и обязательные задания. В целом он имеет направляющий, рекомендательный характер, и основное задание такого планирования не только в том, чтобы дать количественную оценку показателей, которые характеризуют динамику, структуру и эффективность экономики, но и в том, чтобы обеспечить увязку и сбалансированность всех показателей развития экономики. Индикативное планирование имеет информационный, ориентировочный характер (контрольные цифры, экономические регуляторы).

Индикативное планирование применяется и на микроуровне. Причем, при составлении перспективных планов применяется индикативное, а в текущем планировании — директивное планирование.

В отличие от плана (индикатора), обязательство (директива) связано с принятием решения о конкретных действиях.

2. В зависимости от срока, на который составляется план, и степени детализации плановых расчетов различают долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное (текущее) планирование.

Перспективное планирование охватывает период больше как 5 лет. Такие планы определяют долгосрочную стратегию предприятия, выявляют социальное, экономическое и научно-техническое развитие.

Среднесрочное планирование проводится на период от 1 до 5 лет. На некоторых предприятиях среднесрочное планирование совместимо с текущим. В этом случае составляется так называемый пятилетний план, в котором первый год детализируется до уровня текущего плана и представляет собой в сущности краткосрочное планирование.

Текущее планирование охватывает период до 1 года — полугодовое, квартальное, месячное, декадное, недельное и суточное планирование.

3. По составу плановых решений различают:

- а) стратегическое планирование;
- б) текущее (оперативно-календарное планирование);
- в) сведенное планирование общих результатов и финансовое планирование.

При стратегическом планировании на основе поставленных целей определяются объемы и структура продуктово-ассортиментной программы предприятия, а также структура и объемы ресурсов (потенциала), необходимых для производства и реализации продукции. Стратегическое планирование непосредственно связано с деятельностью предприятия в так

называемом долгосрочном периоде, поскольку изменение потенциала предусматривает планирование размера предприятия, структуры производства, производственной мощности, структуры капитала, а также организационной структуры, юридической формы и системы управления предприятием в целом. Основная цель стратегического планирования заключается в создании потенциала для выживания предприятия в условиях динамического изменения внешней среды. В результате такого планирования предприятие ставит перспективные цели и разрабатывает пути их достижения.

Стратегическое планирование состоит из ряда взаимосвязанных этапов.

Сначала проводится исследование внешней и внутренней среды предприятия, потом определяются основные ориентиры предприятия, на следующем этапе, в рамках стратегического анализа, предприятие сравнивает результаты первого и второго этапов, определяет возможные варианты стратегий, потом избирает один из вариантов и формирует собственную стратегию; на последнем этапе готовится окончательный стратегический план, исходя из ранее проведенных разработок и предложений нижестоящих уровней.

Стратегический план предприятия базируется на:

1) определении спроса на продукцию, которая производится или может быть произведена; прогнозировании ее сбыта и возможностей увеличения экспорта и уменьшения импорта; увеличении на этой основе объемов производства и реализации продукции;

2) проверке сбалансированности принятых объемов с имеющимися мощностями и технологическим обеспечением, а также разработке мероприятий, направленных на реконструкцию и техническую переоснастку производственных мощностей с учетом экологических требований и конкретных предложений относительно поставок оборудования и материальных ресурсов на такие цели;

3) изучении возможностей обеспечения производства материально-техническими ресурсами;

4) определении перспективы социального состояния трудового коллектива; количества рабочих мест (в том числе тех, что будут освобождаться в сфере материального производства), оплаты труда, расходов прибыли на социальные цели;

5) изучении возможностей финансирования мероприятий плана за счет собственной прибыли, государственных ассигнований, кредитов, иностранных инвестиций и тому подобное;

6) определении конечных результатов работы предприятия по данному плану: объемов производства и реализации продукции, себестоимости и цены, чистой прибыли, эффективности производства, степени риска.

В процессе *текущего планирования*, в отличие от стратегического, планирование проводится на краткосрочный период, на базе определенной

производственной программы, заданного потенциала и системы управления, охватывает все сферы производственно-хозяйственной деятельности предприятия, подчиняет их достижению целей. Традиционно комплекс планов отображает функциональные сферы деятельности (функциональные подсистемы планирования), а именно: выпуск продукции, ее реализацию; обеспечение производства необходимыми средствами (обоснование производственной мощностью), материальными и трудовыми ресурсами; определение расходов и финансовых результатов. В подсистему текущего планирования входит также разработка планов в разрезе производственных и обслуживающих подразделений предприятия, которые конкретизируют достижение общих целей для каждого из них. В рамках текущего планирования разрабатываются также отдельные проекты осуществления общих стратегических и текущих планов, которые не предусматривают изменений в потенциале предприятия.

Какие основные расхождения между стратегическим и текущим планированием? Основной вопрос стратегического планирования — чего хочет достичь предприятие в будущем? Текущее планирование сосредоточено на том, как предприятие должно достичь такого состояния. То есть разница между стратегическим и текущим планированием — это разница между целями и средствами.

Другие расхождения:

- принятие решений на уровне текущего планирования, как правило, бывает менее субъективным, потому что менеджерам, которые занимаются текущим планированием, больше доступна конкретная информация. При текущем планировании применяют количественные методы анализа, которые базируются на компьютерных технологиях;

- выполнение текущих решений лучше отслеживается, меньше поддается риску, поскольку такие решения касаются в основном внутренних проблем;

- текущие решения легче оцениваются, потому что могут быть отображены в более конкретных цифровых результатах;

- для текущего планирования характерно также приближение к решениям отдельных подразделений — производственных, региональных, функциональных.

Оперативно-календарное планирование является завершающим этапом в планировании хозяйственной деятельности предприятия. Основное его задание конкретизации показателей текущего плана с целью организации планомерной и ритмичной работы предприятия и его структурных подразделений. Оно связывает все элементы предприятия в единственный производственный организм, включая техническую подготовку, производство, материально-техническое обеспечение, создание и поддержку необходимых запасов материальных ресурсов, сбыт продукции.

Если стратегическое планирование рассматривается как поиск новых возможностей предприятия, текущее — как процесс создания предпосылок

для реализации этих новых возможностей, то оперативно-календарное планирование рассматривается как процесс их реализации.

3. Основной функцией **сведенного планирования** является определение совокупных финансово-экономических результатов деятельности предприятия и финансовое планирование.

Планирование инвестиций и проектов на предприятии рассматривают как особенный комплекс, что занимает промежуточное место между стратегическим и текущим планированием.

Проект — это замысел (задание, проблема) и необходимые средства его реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического или организационного результата. Под проектом понимают также совокупность организационно-правовых и расчетно-финансовых документов, необходимых для осуществления определенных действий.

Инвестиционный проект — это комплекс мероприятий по созданию нового или модернизации действующего производства товаров или предоставления услуг с целью получения доходов и достижения социального эффекта.

Бизнес-план — это документ, который представляет собой результат комплексного исследования основных сторон деятельности предприятия; описание функционирования вновь создаваемого или реконструкции действующего предприятия; рабочий инструмент предпринимателя для организации своей работы. Бизнес-план, в отличие от плана предприятия, отображает развитие одного конкретного направления его работы на определенном рынке. Предприятие может одновременно иметь несколько бизнес-планов. Степень детализации обоснований в бизнес-плане может быть разной. В малом бизнесе бизнес-план и план предприятия могут совпадать и по объему, и по содержанию.

Вопрос:

1. Разновидности планов и их особенности.
2. Стратегический план предприятия, его характеристика и задание.
3. Основные задания оперативно-календарного планирования на предприятии.
4. Суть календарного планирования.
5. Содержание и организация разработки текущих планов.

Ключ к тестам:

2. а, в; 2. а,б,д; 3. б; 4. б; 5.а.

Тесты:

С точки зрения обязательности плановых заданий различают:

- а) директивное планирование;
- б) оперативное планирование;
- в) индивидуальное планирование;
- г) перспективное планирование;

2. В зависимости от срока, на который разрабатывается план, существуют такие виды планов предприятия:

- а) долгосрочные планы;
- б) краткосрочные планы;
- в) бизнес-план;
- г) финансовый план.

3. Укажите правильное определение:

- а) планирование — это умение определить задание, выбрать исполнителей для их реализации и методы достижения поставленных целей;
- б) планирование — это умение предусмотреть цели организации, результаты ее деятельности и ресурсы, которые необходимы для достижения поставленных целей;
- в) планирование — это умение предусмотреть будущие результаты и оценить возможность их осуществления при имеющихся ресурсах.

4. К принципам планирования не относят:

- а) принцип холизма;
- б) принцип синергизма;
- в) принцип участия;
- г) принцип непрерывности;
- г) принцип гибкости;
- д) принцип точности.

5. Главное отличие стратегического планирования от других методов планирования заключается в следующем:

- а) плановая работа нацелена на будущее, а не описывает текущую ситуацию;
- б) стратегический план является детерминированным;
- в) в системе стратегического планирования есть предположение о том, что будущее можно предусмотреть только по результатам прошлого.

Тема 2.2 Теоретические основы стратегического бизнес – планирования.

План.

Планирование — вид управленческой деятельности, направленный на определение целей и будущего состояния организации, а также ресурсов, необходимых для их достижения.

5. Виды планов.

По содержанию и форме проявления различают такие виды (формы) планирования и виды планов:

1. *С точки зрения обязательности плановых заданий* различают директивное и индикативное планирование.

Директивное планирование представляет собой процесс принятия решений, которые имеют обязательный характер для объектов планирования.

Индикативное планирование имеет направляющий, рекомендательный характер, и основное задание такого планирования не только в том, чтобы дать количественную оценку показателей, которые характеризуют динамику, структуру и эффективность экономики, но и в том, чтобы обеспечить увязку и сбалансированность всех показателей развития экономики.

Индикативное планирование имеет информационный, ориентировочный характер (контрольные цифры, экономические регуляторы).

2. *В зависимости от срока, на который составляется план, и степени детализации плановых расчетов* различают долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное (текущее) планирование.

Перспективное планирование охватывает период больше как 5 лет. Такие планы определяют долгосрочную стратегию предприятия, выявляют социальное, экономическое и научно-техническое развитие.

Среднесрочное планирование проводится на период от 1 до 5 лет.

Текущее планирование охватывает период до 1 года — полугодовое, квартальное, месячное, декадное, недельное и суточное планирование.

3. По составу плановых решений различают:

- а) стратегическое планирование;
- б) текущее (оперативно-календарное планирование);
- в) сведенное планирование общих результатов и финансовое планирование.

Оперативно-календарное планирование.

Основное его задание конкретизации показателей текущего плана с целью организации планомерной и ритмичной работы предприятия и его структурных подразделений. Оно связывает все элементы предприятия в единственный производственный организм, включая техническую подготовку, производство, материально-техническое обеспечение, создание и поддержку необходимых запасов материальных ресурсов, сбыт продукции.

Основной функцией **сведенного планирования** является определение совокупных финансово-экономических результатов деятельности предприятия и финансовое планирование.

Проект — это замысел (задание, проблема) и необходимые средства его реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического или организационного результата.

Инвестиционный проект — это комплекс мероприятий по созданию нового или модернизации действующего производства товаров или предоставления услуг с целью получения доходов и достижения социального эффекта.

Бизнес-план — это документ, который в отличие от плана предприятия, отображает развитие одного конкретного направления его работы на определенном рынке.

Предприятие может одновременно иметь несколько бизнес-планов.

Вопросы:

1. Суть, функции и методология планирования.
2. Общая характеристика методики планирования.
3. Основные принципы планирования.
4. Разновидности планов и их особенности.
5. Стратегический план предприятия, его характеристика и задание.
6. Основные задания оперативно-календарного планирования на предприятии.
7. Суть календарного планирования.
8. Содержание и организация разработки текущих планов.

Тесты:

1. С точки зрения обязательности плановых задач различают:

- а) директивное планирование;
- б) оперативное планирование;
- в) индивидуальное планирование;
- г) перспективное планирование;

2. В зависимости от срока, на который разрабатывается план, существуют такие виды планов предприятия:

- а) долгосрочные планы;
- б) краткосрочные планы;
- в) бизнес-план;
- г) финансовый план.

3. Укажите правильное определение:

- а) планирование — это умение определить задание, выбрать исполнителей для их реализации и методы достижения поставленных целей;
- б) планирование — это умение предусмотреть цели организации, результаты ее деятельности и ресурсы, которые необходимы для достижения поставленных целей;
- в) планирование — это умение предусмотреть будущие результаты и оценить возможность их осуществления при имеющихся ресурсах.

4. К принципам планирования не относят:

- а) принцип холизма;
- б) принцип синергизма;
- в) принцип участия;
- г) принцип непрерывности;
- г) принцип гибкости;
- д) принцип точности.

5. Главное отличие стратегического планирования от других методов планирования заключается в следующем:

- а) плановая работа нацелена на будущее, а не описывает текущую ситуацию;
- б) стратегический план является детерминированным;
- в) в системе стратегического планирования есть предположение о том, что будущее можно предусмотреть только по результатам прошлого.

Ключ к тестам:

1. а, в; 2. а, б, д; 3. б; 4. б; 5. а.

Тема 2.1 Основные понятия маркетинга

Цель: усвоение понятий “нужда”, “потребность”, “спрос”, «товар», «обмен». «делка», сущности маркетинга, его принципов и функций, классификации и стратегии, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План

1. Возникновение маркетинга в процессе развития рыночных отношений..
2. Основные понятия „нужда” „потребность”, ”спрос”, „товар”, „обмен”.
3. Сущность маркетинга и его классификация по разным признакам.
4. Организация маркетинга.
5. Стратегия маркетинга. Программы маркетинга: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные.
6. Принципы маркетинга.

Литература:

28. Варналії З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.

2. Котлер Филип «Основы маркетинга», М., «Прогресс», 1992

3. Примак Т.О.Маркетинг, Навчальний посібник, Київ, 2001

4. Старостіна А.О., Черваньов Д.М. , Зозульок О.В. “Маркетинг”, навчальний посібник, Київ, “Знання-Прес”, 2002

1. Возникновение маркетинга в процессе развития рыночных отношений.

Как рыночная концепция управления маркетинг возник в 1902 г. и начал триумфальное шествие с США. В это время в ведущих университетах США был начат курс лекций по рациональной организации товарооборота. И именно тогда в таких компаниях, как "Кертис паблшинг К", "Ю. С. Раб-бэр К", "Свифт энд К", были созданы службы наподобие маркетинговых. В начале XX ст. известные ученые, в частности Р. Батлер, Т. Бекман, П. Конверс и др., впервые попробовали трактовать маркетинг как науку. В Европу и Японию маркетинг распространился через рынок потребительских товаров лишь после Второй мировой войны вместе с планом Дж. Кетлера Маршалла и оборотным курсом Дугласа Макатура.

Рынок услуг был завоеван лишь в 60-х годах, т.е. в конце индустриального этапа развития рыночной экономики. Именно тогда в США маркетинг начали

применять на рынках товаров промышленного назначения: сырья, комплектующих и оборудования. В Европе маркетинг на рынки оборудования и сырья был введен позднее - после энергетического кризиса середины 70-х годов. Консервативный финансово-банковский мир воспринял маркетинговый подход лишь в конце 70 - в начале 80- х г.г.. И снова Америка опередила Европу.

Лишь в конце 80- х маркетинг распространяется на социальную и политическую сферы и сразу занимает там доминирующие позиции. Становятся популярными исследования политических, художественных, медицинских, туристических и рекламных рынков.

В Украине, России, а также в странах Балтии и Восточной Европы маркетинг распространился лишь в начале 90- х годов. Причем в Украине и России его начали применять в финансово-банковской сфере в 1991- 1993 гг. Президентские выборы в значительной мере содействовали проникновению маркетинговых технологий на политический рынок. С завершением массовой приватизации, формированием финансово-промышленных групп в 1994-1998 гг. маркетинговый подход начали использовать и на промышленных предприятиях. Часто банки заказывали независимой исследовательской группе исследование в пользу "подшефного" предприятия, а потом финансировали создание в нем службы маркетинга. Отечественные товаропроизводители, которых значительно теснили международные компании, в 1995-1999 гг. начали широко использовать маркетинг с целью восстановления своих долей потребительского рынка. Ныне на очереди проникновение маркетинговой идеологии в такие сферы, как кинематограф, государственное управление, индустрия гостиничного хозяйства, образование, здравоохранение, рынок религиозных концепций и социально-философских идей.

Маркетинговые профессии не новы для Украины. Они существовали и в советские времена. Например, на предприятиях были специалисты, которые составляли планы по сбыту продукции или планы материального обеспечения. Кроме того, они налаживали контакты, заключали соглашения с наиболее выгодными партнерами, используя личные связи. В советские времена вместо рекламы широко использовалась пропаганда, особенно политическая. Кстати, Ф. Тейлор подчеркивал, что советские специалисты в сфере пропаганды в своих инициативах чаще выигрывали, поскольку пропаганда зависела от политики. И именно политика выполняла большинство маркетинговых функций. Спичрайтера называли референтом, спиндоктор, или специалист по "паблик рилейшнз", был заведующим отделом по внешнеэкономическим связям, однако их функции от этого не изменялись.

Безусловно, командно-административная экономика мешала формированию маркетинга как науки, ведь каждое предприятие четко выполняло указания "сверху", не задумываясь над тем, как привлечь потребителя и удовлетворить его нужды. Вопрос относительно

конкурентоспособности собственной продукции у предприятия даже не возникал.

В 90-х годах маркетинг существенным образом изменился. Новые технологии (не только производства, а и связи, коммуникации, продажи) порождают и новые методы маркетингового влияния. Особое внимание ныне отводится электронной продаже и новым формам заказов и доставки товаров. Существенным образом изменились системы продвижения товаров от производителя до потребителя.

Завершение "холодной войны" и интенсивное развитие деловых международных связей породили монстра, который получил название "глобализация". Раньше торговлей с зарубежными партнерами занимались специальные фирмы и транснациональные корпорации. Теперь даже частные фирмы втягиваются в глобальные отношения: закупают сырье в одной стране, производят товары - в другой, продают готовые изделия - в третьей.

Парадокс заключается в том, что глобализация и технологические открытия, поднимая статус-кво, вместе с тем открывают огромные возможности. Например, благодаря глобализации компания "VOLVO" продает свои автомобили всему миру людям, которые хотят ездить безопасно; "McDonald*s" удовлетворяет вкусы молодежи. Старые компании исчезают, а на их место приходят новые. Они вынуждены проходить такой самый отбор, как и животные по Ч. Дарвину, - выживает сильнейший. Успех на украинском рынке достигают фирмы, которые лучше всего приспособляются к условиям внешней среды, активно внедряют маркетинг в систему производства. Среди них более известен пивзавод "Оболонь", фармацевтическая фирма "Дарница", концерн "Меркс", кондитерские фабрики "Светоч" и им. К. Маркса, фирма "Чумак", акционерное общество "Баланс". Сегодня украинскому производителю нужны новые разработки и технологии в сфере маркетинга для наладки процесса производства и разработки экономической политики, которая его будет защищать, а не будет мешать работать.

Маркетинг является изобретением XX ст., что будет развиваться и в XXI ст. А специалистов будущего необходимо готовить сегодня.

2. Основные понятия: нужда, потребность, спрос, товары, обмен, сделка

Маркетинг затрагивает интересы каждого из нас в любой день нашей жизни. В ванной мы чистим зубы пастой «Колгейт», бреемся бритвой «Жиллетт», освежаем рот антисептиком «Листерин», опрыскиваем волосы лаком «Ревлон» и пользуемся множеством других туалетных принадлежностей и приспособлений, произведенных в разных частях света.

Все это стало возможным благодаря системе маркетинга, причем с минимальными усилиями с нашей стороны. Она обеспечила нам уровень жизни, о котором наши предшественники могли только мечтать.

Что же стоит за понятием «маркетинг»? Большинство ошибочно отождествляет маркетинг со сбытом и стимулированием.

Наиболее важным элементом маркетинга является вовсе не сбыт. Сбыт-всего лишь верхушка маркетингового айсберга. Сбыт-всего лишь одна из многих его функций, причем зачастую не самая существенная. Если деятель рынка хорошо поработал над такими разделами маркетинга, как выявление потребительских нужд, разработка подходящих товаров и установление на них соответствующей цены, налаживание системы их распределения и эффективного стимулирования, такие товары наверняка пойдут легко.

Один из ведущих теоретиков по проблемам управления, Петер Друккер, говорит об этом так: «Цель маркетинга-сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель-так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами».

Это вовсе не означает, что усилия по сбыту и его стимулированию теряют свое значение. Речь скорее идет о том, что они становятся частью более масштабного «комплекса маркетинга», т.е. набора маркетинговых средств, которые необходимо гармонично увязать друг с другом, чтобы добиться максимального воздействия на рынок.

Маркетинг - вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих нужд.

Нужда - чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо.

Нужды людей многообразны и сложны. Тут и основные физиологические нужды в пище, одежде, тепле и безопасности; и социальные нужды в духовной близости, влиянии и привязанности; и личные нужды в знаниях и самовыражении являются исходными составляющими природы человека.

Если нужда не удовлетворена, человек чувствует себя обездоленным и несчастным. И чем больше значит для него та или иная нужда, тем глубже он переживает. Неудовлетворенный человек сделает одно из двух: либо займется поисками объекта, способного удовлетворить нужду, либо попытается заглушить ее.

Второй исходной идеей маркетинга является идея человеческих потребностей.

Потребность - нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. Проголодавшемуся жителю острова Бали требуются плоды манго, молоденький поросенок и фасоль.

Проголодавшемуся жителю Соединенных Штатов - булочка с рубленым бифштексом, обжаренная в масле картофельная стружка и стакан кока-колы. Потребности выражаются в объектах, способных удовлетворить нужду тем способом, который присущ культурному укладу данного общества.

По мере прогрессивного развития общества растут и потребности его членов. Люди сталкиваются с все большим количеством объектов, пробуждающих их любопытство, интерес и желание. Производители со своей стороны предпринимают целенаправленные действия для

стимулирования желания обладать товарами. Они пытаются сформировать связь между тем, что они выпускают, и нуждами людей. Товар пропагандируют как средство удовлетворения одной или ряда специфических нужд. Деятель маркетинга не создает нужду, она уже существует.

Продавцы часто путают потребности с нуждами. Производитель буровых коронок может считать, что потребителю нужна его коронка, в то время как на самом деле потребителю нужна скважина. При появлении другого товара, который сможет пробурить скважину лучше и дешевле, у клиента появится новая потребность (в товаре-новинке), хотя нужда и останется прежней (скважина).

Потребности людей практически безграничны, а вот ресурсы для их удовлетворения ограничены. Так что человек будет выбирать те товары, которые доставят ему наибольшее удовлетворение в рамках его финансовых возможностей.

Спрос-это потребность, подкрепленная покупательной способностью. Человеческие нужды, потребности и запросы наводят на мысль о существовании товаров для их удовлетворения.

Товар - все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Предположим, женщина испытывает нужду выглядеть красивой. Все товары, способные удовлетворить эту нужду, мы называем **тарным ассортиментом выбора**. Этот ассортимент включает в себя косметику, новую одежду, курортный загар, услуги косметолога, пластическую операцию и т.д. Не все эти товары желательны в одинаковой степени. Вероятнее всего, в первую очередь будут приобретаться товары и услуги, более доступные и дешевые, такие как косметические средства, одежда или новая стрижка.

Понятие «товар» не ограничивается физическими объектами. Товаром можно назвать все, что способно оказать услугу, т.е. удовлетворить нужду. Помимо изделий и услуг, это могут быть **личности, места, организации, виды деятельности и идеи**. Потребитель решает, какую именно развлекательную передачу посмотреть по телевидению, куда отправиться на отдых, каким организациям оказать помощь, какие идеи поддержать. И если использование термина «товар» временами кажется неестественным, его можно заменить другими - «**удовлетворитель потребности**», «**средство возмещения**» или «**предложение**». Все эти слова имеют определенное ценностное значение для разных лиц.

Маркетинг имеет место в тех случаях, когда люди решают удовлетворить свои нужды и запросы с помощью обмена.

Обмен - акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.

Обмен - один из четырех способов, посредством которых отдельные лица могут получить желаемый объект. К примеру, проголодавшийся человек может раздобыть пищу следующими способами: обеспечить себя едой сам с

помощью охоты, рыбной ловли или сбора плодов (**самообеспечение**), у кого-то украсть еду (**отъем**), выпросить ее (**попрошайничество**) и, наконец, предложить за предоставление ему еды какое-либо средство возмещения, скажем, деньги, другой товар или какую-то услугу (**обмен**).

Из этих четырех способов удовлетворения нужд наибольшими преимуществами обладает обмен.

Обмен-основное понятие маркетинга как научной дисциплины. Для совершения добровольного обмена необходимо соблюдение ряда условий:

1. Сторон должно быть как минимум две.
2. Каждая сторона должна располагать чем-то, что могло бы представить ценность для другой стороны.
3. Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара.
4. Каждая сторона должна быть совершенно свободной в принятии или отклонении предложения другой стороны.
5. Каждая сторона должна быть уверена в целесообразности или желательности иметь дело с другой стороной.

Эти пять условий создают всего лишь потенциальную возможность обмена. А вот состоится ли он, зависит от соглашения между сторонами о его условиях. Если соглашение достигнуто, можно сделать вывод, что в результате обмена все его участники получают выгоду (или по крайней мере не несут ущерба), поскольку каждый из них был волен либо отклонить, либо принять предложение.

Если обмен - основное понятие маркетинга как научной дисциплины, то основной единицей измерения в сфере маркетинга является сделка.

Сделка - коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами.

Для этого нужно, чтобы сторона А передала стороне Б объект Икс и получила от нее взамен объект Игрек. Скажем, Джонс дает Смиту 400 долл. и получает телевизор. Это классическая **денежная сделка**, хотя присутствие денег в качестве коммерчески обмениваемых ценностей совсем не обязательно. При **бартерной сделке** в обмен на телевизор Джонс даст Смиту холодильник. Вместо товаров в ходе бартерной сделки могут обмениваться услуги, например, когда юрист Джонс составляет завещание врачу Смиту в обмен на медицинское обследование.

Сделка предполагает наличие нескольких условий:

- 1) по меньшей мере, двух ценностно - значимых объектов,
- 2) согласованных условий ее осуществления,
- 3) согласованного времени совершения,
- 4) согласованного места проведения.

Как правило, условия сделки поддерживаются и охраняются законодательством.

Выяснение сути маркетинга (англ. *market* - рынок) как вида предпринимательской деятельности, направленной на удовлетворение нужд потребителей, требует раскрытия функционирования системы "потребность - товар - рынок".

Когда тот или другой человек расходует собственные средства на удовлетворение своих нужд, предприниматель должен эти нужды изучить, понять, спрогнозировать, предоставить потребителю нужный товар или услугу, удовлетворить его желание.

Потребность - это необходимость в чем-нибудь, которая имеет конкретное выражение. Практика маркетинга базируется на использовании классификации индивидуальных нужд. Она служит инструментом анализа потребностей потребителей в любом товаре или услуге, а также инструментом определения перспектив предпринимательской деятельности.

Тем не менее, в реальной жизни часто возникают ситуации, когда покупает товар один человек, а потребляет его другой. Например, на фирме компьютерной техникой пользуются многие люди - менеджер, финансисты, сотрудники, но конкретные решения относительно закупки компьютеров принимает руководитель фирмы, который ориентируется на расчеты, мнения специалистов.

Предприниматель, который старается продать компьютеры, должен при этих условиях знать, кто является конечным потребителем товара, какие запросы и потребности при этом удовлетворяются. Кроме того, для эффективной организации всестороннего изучения потребностей надо выяснить, кто выступает конкретным покупателем, кто принимает решение о покупке, каким образом на это решение влияют эксперты, специалисты, другие менеджеры фирмы.

На формирование потребностей влияют также национальные, исторические, географические, природно-климатические, возрастные и другие факторы. Например, потребность в пище ощущают люди в любой стране. Но в разных странах эта потребность удовлетворяется путем потребления разных продуктов питания или по крайней мере с учетом национальных, природно-климатических и других признаков. Исходя из этого, предпринимателю целесообразно для себя сформулировать задачу: как найти и оценить факторы потребности, которая анализируется, сделать прогнозы их влияния на потребности в перспективе.

Потребности удовлетворяют товарами и услугами, при этом услуга имеет особенность - отсутствие овеществленного, натурального содержания.

Товар как элемент системы "потребность - товар - рынок" может быть охарактеризован такими свойствами:

- способен удовлетворять определенные нужды;
- изготавливается определенным производителем для продажи;
- приобретается потребителем путем купли.

Вместе с тем следует прибавить, что товар не только удовлетворяет определенные потребности, а и порождает новые. Это прежде всего касается новых товаров, появление которых связано с инновациями, научно-техническим прогрессом.

Если у предпринимателя возникает идея создания товара, то прежде всего необходим рыночный анализ с целью поиска ответа на вопрос: нужен ли этот товар потребителю и как рынок отреагирует на появление нового

товара? И только после того, когда предприниматель будет уверен в коммерческом успехе своей идеи, ее можно воплощать в жизнь.

Не менее важным для предпринимательского успеха является знание полезных свойств товара, которые надо учитывать, лишь бы его покупали. К таким свойствам могут быть отнесены экономичность товара и его оценка в интересах потребителя, гибкое реагирование на важные для потребителя параметры товаров, их модификация для определенных регионов, популярность среди покупателей. Итак, предприниматель должен выявить рыночные возможности товара или услуги.

Эффективность овладения рыночными возможностями не может быть достигнута без знания рынка, без умения ориентироваться в действии рыночного механизма.

Главными субъектами рынка потребительских товаров есть продавцы и покупатели, объектом для которых есть товар или услуга. Каждый участник использует на рынке в своей деятельности определенные инструменты. Для продавца - это товар, цена, реклама, сервис, сеть сбыта; для покупателя - методы оценки и выбора товара или услуги. Кроме того, активную роль в действии рыночного механизма играет государство, учреждения рыночной инфраструктуры - банковские учреждения, органы контроля, товарные биржи и т.п.

С целью лучшей ориентации в рыночной среде предприниматель анализирует структуру товарных рынков, определяет насыщенность рынка товарами и услугами, потенциал спроса и предложения. Важным элементом рыночной стратегии фирмы есть сегментация рынка - структурирование потребителей, заинтересованных в соответствующих товарах и услугах.

В случае продвижения на рынке нового товара предприниматели могут воспользоваться пробным рынком. Это определенная часть рынка, который используется фирмой с целью экспериментальной проверки реакции потребителей на новый товар.

Таким образом, вся маркетинговая деятельность предпринимателя направлена на формирование достаточного представления о том, что нравится потребителю. При условиях распознавания вкусов покупателей система "потребность - товар - рынок" начинает работать, объединяя свои элементы в целостную совокупность действий по организации маркетинга.

Мы выяснили, что качество рыночной стратегии фирмы в значительной мере зависит от ее ориентации на потребителя. Это отвечает сущности маркетинга как системы мероприятий по организации управления производственно - сбытовой деятельностью. Она основывается на изучении рыночных потребностей с целью максимально возможного удовлетворения нужд покупателей.

Маркетинг выступает современной формой управления, которая охватывает разные стороны деятельности предприятия и влияет на них. Благодаря маркетингу становится возможным изучение объема спроса и предложения, предусмотрение тенденций изменений цен на товар и услуги, возможных действий конкурентов.

3. Сущность маркетинга и его классификация по разным признакам.

Маркетинг — это творческая управленческая деятельность, тесно связанная с другими видами деятельности фирмы по выпуску товаров и услуг и направленная на удовлетворение нужд на основе постоянного анализа рынка с целью получения максимальной прибыли для предприятия.

Это определение раскрывает суть предмета маркетинга как управленческой деятельности, которая зависит от других видов деятельности: производственной, конструкторской, исследовательской, торговой, кадровой, финансовой и т.п..

Известный ученый-маркетолог А. Войчак предложил такую классификацию маркетинга:

- *в зависимости от ориентации маркетинговой деятельности:*
 - *ориентированный на продукт* — направленный на усовершенствование качеств и свойств товара;
 - *ориентированный на потребителя* — предусматривает предыдущее изучение потребностей рынка;
 - *смешанный* — содержит свойства двух предыдущих видов маркетинга;
- *в зависимости от сферы применения:*
 - *товаров потребительского спроса* — предусматривает исследование нужд потребительского рынка, разработку и реализацию товаров широкого потребления;
 - *производственно-технического назначения* — предусматривает изучение промышленного рынка, разработку товаров промышленного назначения, внедрение их на рынок и реализацию;
 - *торговый* — работает на рынке посредников;
- *в зависимости от срока, на который разрабатывается маркетинговая политика предприятия:*
 - *стратегический* — разрабатывается на более длительный период и заключается в разработке маркетинговых стратегий;
 - *тактический* — разрабатывается на менее продолжительный период;
 - *оперативный* — разрабатывается на кратчайший период, который дает возможность постоянно корректировать маркетинговые мероприятия в зависимости от состояния рынка;
- *в зависимости от задач спроса* (табл. 1);
- *в зависимости от основных субъектов внимания* — производственный, товарный, сбытовой, рыночный и современный;
- *по уровню решения маркетинговых задач* — макро - и микроэкономический;
 - *по степени дифференциации маркетинговых функций* — глобальный и дифференцированный;
 - *в зависимости от конечной цели деятельности предприятия:*

- *коммерческий* (средства на осуществление этого маркетинга выделяются из бюджета предприятия; цель его осуществления — получить прибыль);
некоммерческий (средства на его осуществление могут выделяться из бюджета не только фирмы, а и государства или местной администрации);

Виды маркетинга и соответствующие задачи спроса

<u>Вид маркетинга</u>	<u>Задача спроса</u>
Конверсионный	Спрос на товар или услуги отрицательный, его следует стимулировать
Стимулированный	Спрос на товар отсутствует, его необходимо создавать
Развивающий	Спрос потенциальный (он существует, но товара еще нет), необходимо создать товар
Ремаркетинг	Спрос снижается, необходимо товар обновить, предоставить спросу новый импульс
Синхромаркетинг	Спрос колеблется, его следует стабилизировать
Поддерживающий	Спрос отвечает возможностям фирмы, его необходимо поддерживать на таком уровне
Демаркетинг	Спрос чрезмерный, его следует уменьшить
Противодействующий	Сформировался иррациональный спрос, его следует свести к нулевому уровню

- его цель необязательно заключается в получении прибыли (добропорядочность, миссионерство и т.п.).

Итак, классификация маркетинга очень сложная и зависит от многих факторов, которые необходимо учитывать, разрабатывая маркетинговые мероприятия.

4. Организация маркетинга.

Маркетинговая деятельность требует создания на предприятии специализированной структуры. Это может быть группа маркетологов-аналитиков, отдел или сектор в составе другой управленческой структуры.

Деятельность маркетологов имеет поисковый, исследовательский характер.

Поэтому она тесно связана с предпринимательскими способностями, умением правильно проводить исследование и принимать управленческое решение.

В предпринимательской практике широко известна деятельность маркетологов в форме исследований - сбор, обработка и анализ данных по проблемам маркетинга. Согласно определенным целям маркетинговых исследований последовательными шагами деятельности являются такие:

- всестороннее исследование рынка и экономической конъюнктуры - определение вместительности рынка, его характерных признаков, выявление запросов потребителей, их мотивации;

- оценка производственно-сбытовых возможностей предприятия, его конкурентоспособности;
- сегментация рынка, выявление групп потенциальных потребителей товаров и услуг, которые производятся и предоставляются предприятием;
- приспособление производства и сбыта к требованиям спроса;
- планирование и организация контроля маркетинговой деятельности, оценка ее эффективности.

Организация практической работы может быть построена с учетом особенностей системы "потребность - товар - рынок" (табл. 12.2).

Таблиця 12.2. Особливості системи "потреба — товар — ринок"

Критерій	Ознаки
<i>За окремими функціями</i>	Кількість ринків і видів товарів невелика і вони виступають як однорідні
<i>За видами товарів</i>	Товарів багато і вони вимагають спеціальних умов випуску, збуту, обслуговування
<i>За ринками</i>	Окремі ринки збуту мають значні відмінності, власну специфіку
<i>За територіями</i>	Наявність суттєвих відмінностей за демографічними, культурними та іншими ознаками споживачів.

Организация маркетинга является основой для разработки комплекса маркетинга - совокупности средств, которые предприниматель использует для влияния на потребителей с целью создания спроса на свой товар или услугу.

Основные составляющие комплекса маркетинга: продукт, цена, сбыт, продвижение.

Продукт — это характеристика свойств товара, его потребительских качеств, которые интересуют покупателя.

Цена — сумма денег, которую потребитель готов платить за товар или услугу. Цены делятся на оптовые и розничные, ценовые остатки и т.п..

Сбыт — это движение товара от производителя до потребителя (оптовые и розничные посредники, транспортировка, складирование).

Продвижение — это информирование покупателей о товарах и услугах, фирме, которая их производит или предоставляет. К продвижению относят и стимулирование сбыта путем рекламы, пропаганды, материальных, денежных и информационных выгод для покупателя.

В схематическом виде комплекс маркетинга для реализации учебников, учебной литературы приведен в табл. 12.3.

Организация маркетинга связывает с состоянием экономики, ситуацией на рынках сбыта. Изменения в рыночно-конкурентной среде требуют от предпринимателя умения быстро сориентироваться в ситуации, действовать решительно и изобретательно. По мнению известного специалиста в сфере

маркетинга Ф. Котлера, прежде всего необходимо учитывать изменения в поведении потребителя, которые способны повлиять на конъюнктуру рынка.

Таблиця 12.3. Комплекс маркетингу

Елементи маркетингового комплексу	Ринки	
	Спеціалісти	Учні
Товар	Практичне значення, науковість	Доступність, цікавий виклад
Ціна	Вища від середньої, середня	Середня, нижча від середньої
Збут	<i>Роздрібний продаж</i>	
	Магазини, кіоски на підприємствах	Кіоски в навчальних закладах, у школах
	<i>Оптовий продаж</i>	
	Бібліотеки, книжкові ярмарки	Бібліотеки навчальних закладів
Просування	<i>Реклама</i>	
	У спеціалізованих журналах, газетах, на радіо	Через викладачів

Например, во время кризиса падает платежеспособный спрос населения, обостряется конкурентная борьба за рынки сбыта, происходят другие изменения, например:

- снижается спрос на товары, которые не принадлежат к предметам первой необходимости, определяющим фактором становится цена;
- исчезает интерес к престижным торговым маркам - как для кризиса, они слишком дорогие;
- покупатель меньше внимания уделяет внешней привлекательности товара, его упаковке, рекламе и другим деталям, которые не связаны с ценой;
- изменяется структура каналов поступления товаров к потребителю - доминируют рынки; супермаркеты переживают затруднительные времена.

При таких неблагоприятных условиях перед каждым предпринимателем возникает дилемма - сохранить свою часть прибыли, сохранить ли своих клиентов - покупателей? Верным решением будет сохранение количества покупателей за счет снижения цены. В перспективе это даст возможность возратить и приумножить утраченные прибыли. Поэтому нужна оптимизация соотношения "цена - качество", дополненная усилиями с определением наиболее перспективных для себя рынков, лишь бы удержаться на них.

Одновременно предприниматели применяют такую маркетинговую меру, как оптимизация структуры потребителей. Она достигается путем уменьшения численности не очень "ценных" потребителей с одновременным

сохранением клиентов, которые способны обеспечить высокорентабельную деятельность предприятия. Учитывая это, для последней категории потребителей следует ввести скидки, льготы, дополнительные услуги.

Действенной мерой может стать сужение ассортимента путем выявления наиболее рентабельных товаров и сосредоточения внимания на них. В сочетании с оптимизацией ценовой политики и каналов продвижения продукции это дает возможность предпринимателю противостоять кризису и обеспечить фирме надежные рыночные позиции в долгосрочной перспективе.

Таким образом, маркетинг определяет общую направленность предпринимательской деятельности. Использование маркетинга - надежное средство повышения конкурентоспособности фирмы в рыночных условиях.

5. Стратегия маркетинга. Программы маркетинга: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные.

Стратегическое планирование является последним достижением в стратегическом управлении и наиболее высокоинтеллектуальным и дорогим элементом в менеджменте вообще.

Стратегическое планирование – это процесс выполнения совокупности систематизированных и взаимозависимых работ, связанных с определением долгосрочных целей и направлений деятельности предприятия.

Стратегическое планирование осуществляется в несколько этапов:

а) **определение миссии** (основной общей цели предприятия), которую разрабатывают преобладающе в письменном виде как официальную программу заявлений, где изложены ответы на вопросы: каким является предприятие; кто его клиенты; что самое главное для клиентов; каким должно быть предприятие;

б) **конкретизация программного заявления**, т.е. формирование целей и задач для каждого уровня управления предприятием (наиболее распространенным заданием маркетинга является увеличение части рынка, получение максимальной прибыли, осуществление инновационной деятельности);

в) анализ внешней среды;

г) анализ внутреннего потенциала предприятия, т.е. хозяйственного портфеля (оценка состояния всех стратегических подразделений);

д) **выбор генеральной стратегии предприятия**, т.е. генеральной комплексной программы действий, которая определяет приоритетные для предприятия проблемы, его миссию, главные цели и ресурсы для их достижения.

В мировой практике выделяют три вида стратегий предприятия:

1) **стратегия роста** отображает намерение предприятия увеличивать объемы продаж, прибыли, капиталовложений;

2) стратегия стабилизации характеризует стремление предприятия сбросить достигнутые объемы производства в условиях существенной нестабильности объемов продаж и прибыли;

3) стратегия выживания - оборонная стратегия в условиях глубокого кризиса деятельности предприятия.

Результаты стратегического планирования конкретизируются в детальных планах маркетинговой деятельности каждого предприятия.

Понятие « план маркетинга» является комплексным и состоит из совокупности планов:

- производства;
- выпуска конкретного товара;
- рыночной деятельности.

План маркетинга независимо от вида производства имеет определенные **составляющие**:

1.Сводка контрольных показателей. Приводится перечень основных текущих заданий предприятий, выраженных в цифрах, и рекомендации руководителю по их выполнению, в соответствии с направлением плана.

2.Изложение текущей маркетинговой ситуации. Описывается характер целевого рынка: его размер, основные сегменты, потребности заказчиков, основные товары, перечень конкурентов, потенциальных и непосредственных потребителей, каналы распределения.

3. Перечень опасностей и возможностей. Приводится перечень опасностей которые могут возникнуть в процессе проникновения товара на рынок, определяется риск, связанный с возможным влиянием негативных факторов.

4.Перечень заданий и проблем.

5.Стратегия маркетинга-рациональная логическая система, руководствуясь которой предприятие планирует выполнить свои маркетинговые задания (стратегия охвата целевых рынков, товарная стратегия, стратегия ценообразования, стратегия сбыта и сбытовой логистики, стратегия продвижения товара).

6.Маркетинговые программы действий (что будет сделано, когда будет сделано, кто исполнитель, какими будут затраты).

.7.Маркетинговые бюджеты. Приводятся запланированные объемы доходов, затрат и прибыли.

8. Порядок контроля.

6. Принципы маркетинга.

Основные принципы маркетинга.

1.Достижение конечного практического результата производственно – сбытовой деятельности в соответствии с долгосрочными целями предприятия, т.е. получение прибыли от реализации запланированного количества и ассортимента продукции.

2. Ориентация не только на текущий, а и на долгосрочный результат деятельности предприятия.

3. Применение во взаимосвязи тактики и стратегии активного приспособления к требованиям потребителей.

4. Целенаправленное влияние на спрос потребителей с целью его соответствующего формирования.

5. Комплексность, т.е. осуществление разнообразных маркетинговых действий как системы взаимозависимых мер.

Общие функции маркетинга:

1. Анализ и исследование рынка.

2. Прогнозирование спроса.

3. Планирование ассортимента продукции.

4. Организация маркетинговых коммуникаций (реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, публичность, персональная продажа).

5. Ценообразование.

6. Распределение товара.

7. Маркетинговое планирование.

Вопросы для контроля:

1. Чем обусловлена необходимость использования маркетинга в предпринимательской деятельности?

2. Какие факторы влияют на формирование нужд? Нужно ли их учитывать предпринимателю?

3. Каким образом предприниматель организует маркетинг на своем предприятии?

Практические задачи

1. Фирма специализируется на производстве трех товаров — А, В, С. Товар А пользуется ограниченным спросом. Расход на его производство — 100 гривен, цена продажи — 180 гривен, количество потребителей — 10 лиц. Товар В — 140 гривен и 160 гривен соответственно, а количество потребителей колеблется в пределах от 12 до 15 лиц. Товар С — спрос неограниченный. Расхода на единицу изделия 145 гривен, цена продажи 150 гривен. Мощности предприятия ограничены 20 единицами товара. Какой из товаров наиболее прибыльный для предприятия?

2. Разработайте маркетинговый комплекс для реализации учебника "Основы предпринимательской деятельности" на рынках: а) специалистов — предпринимателей, бизнесменов, менеджеров; б) учеников школ, гимназий, лицеев; в) широкого круга читателей.

3. Издательство "Знание" решило переиздать часть книжек по проблемам предпринимательства, менеджмента, финансов, которые пользуются наибольшим спросом у покупателей. Руководству издательства нужно знать, какие именно книги и в каком количестве надо переиздать. Определите методiku проведения этого маркетингового исследования.

Вариант 1.

1. Какая черта является общей для маркетинга и предпринимательства?

- 1.1. Поисковый характер деятельности.
- 1.2. Ориентация на прибыль.
- 1.3. Поддержка конкурентоспособности фирмы.
- 1.4. Правильного ответа нет.

2. Продвижение товара - это:

- а) доставка товара покупателю;
- б) сбыт продукции или оказание услуг;
- в) информирование покупателей о товарах, услугах и фирме, которая их производит или предоставляет.

3. Фирма специализируется на производстве трех товаров — А, В, С. Товар А пользуется ограниченным спросом. Расход на его производство — 100 гривен, цена продажи — 180 гривен, количество потребителей — 10 лиц. Товар В — 140 гривен и 160 гривен соответственно, а количество потребителей колеблется в пределах от 12 до 15 лиц. Товар С — спрос неограниченный. Расход на единицу изделия 145 гривен, цена продажи 150 гривен. Мощности предприятия ограничены 20 единицами товара. Какой из товаров является наиболее прибыльным для предприятия?

Вариант 2.

1. Какие элементы включает комплекс маркетинга?

1.1. Управление финансами и планирование производственной программы.

- 1.2. Товар, цену, сбыт, продвижение.
 - 1.3. Программирование и экономический анализ.
- а. Рынки, спрос, предложение

2. Украинские товаропроизводители начали использовать маркетинг для:

- а) повышения производительности труда;
- б) восстановления своей доли рынка;
- в) повышения качества товаров.

3. Разработайте маркетинговый комплекс для реализации учебника "Основы предпринимательской деятельности" на рынках: а) специалистов — предпринимателей, бизнесменов, менеджеров; б) учеников школ, гимназий, лицеев; в) широкого круга читателей.

Вариант 3.

1. Что следует отнести к стимулированию сбыта?

- 1.1. Применение рекламы.
- 1.2. Информационные выгоды.
- 1.3. Материальные стимулы.
- 1.4. Все предыдущие пункты - 1.1, 1.2, 1.3.

2. Потребность - это:

- а) желание;
- б) необходимость в чем-нибудь, имеющая конкретное выражение;
- в) чувство нехватки чего-то;
- г) товар.

3. Издательство "Знание" решило переиздать часть книжек из проблем предпринимательства, менеджмента, финансов, которые пользуются наибольшим спросом у покупателей. Руководству издательства нужно знать, какие именно книги и в каком количестве надо переиздать. Определите методику проведения этого маркетингового исследования.

Вариант 4.

1. Какая черта является общей для маркетинга и предпринимательства?

- 1.1. Поисковый характер деятельности.
- 1.2. Ориентация на прибыль.
- 1.3. Поддержка конкурентоспособности фирмы.
- 1.4. Правильного ответа нет.

2. Украинские товаропроизводители начали использовать маркетинг для:

- а) повышения производительности труда;
- б) восстановления своей доли рынка;
- в) повышения качества товаров.

3. Фирма специализируется на производстве трех товаров — А, В, С. Товар А пользуется ограниченным спросом. Расход на его производство — 120 гривен, цена продажи — 170 гривен, количество потребителей — 10 лиц. Товар В — 150 гривен и 160 гривен соответственно, а количество потребителей колеблется в пределах от 10 до 12 лиц. Товар С — спрос неограниченный. Расход на единицу изделия 135 гривен, цена продажи 140 гривен. Мощности предприятия ограничены 25 единицами товара. Какой из товаров является наиболее прибыльным для предприятия?

Презентация

Тема 1.19 Маркетинг в предпринимательской деятельности

План

1. Возникновение маркетинга в процессе развития рыночных отношений..
2. Основные понятия „нужда” „потребность”, ”спрос”, „товар”, „обмен”.
3. Сущность маркетинга и его классификация по разным признакам.
4. Организация маркетинга.
5. **Стратегия маркетинга. Программы маркетинга: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные.**
6. Принципы маркетинга.

1. Возникновение маркетинга в процессе развития рыночных отношений.

Как рыночная концепция управления маркетинг возник в 1902 г. и начал триумфальное шествие с США. В это время в ведущих университетах США был начат курс лекций по рациональной организации товарооборота.

Один из ведущих теоретиков по проблемам управления, Петер Друккер, говорит об этом так: «Цель маркетинга-сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель-так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами».

Что же такое «маркетинг»?

2. Основные понятия: нужда, потребность, спрос, товары, обмен, сделка

Маркетинг затрагивает интересы каждого из нас в любой день нашей жизни.

Маркетинг - вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинг (англ. *market* - рынок)

Нужда - чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо.

Нужды людей многообразны и сложны.

Потребность - нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида.

Проголодавшемуся жителю острова Бали требуются плоды манго, молодой поросенок и фасоль.

Проголодавшемуся жителю Соединенных Штатов - булочка с рубленым бифштексом, обжаренная в масле картофельная стружка и стакан кока-колы.

Продавцы часто путают потребности с нуждами. Производитель буровых коронок может считать, что потребителю нужна его коронка, в то время как на самом деле потребителю нужна скважина.

Спрос - это потребность, подкрепленная покупательной способностью.

Товар - все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления.

Предположим, женщина испытывает нужду выглядеть красивой. Все товары, способные удовлетворить эту нужду, мы называем **тарным ассортиментом выбора**:

косметику, новую одежду, курортный загар, услуги косметолога, пластическую операцию и т.д.

Обмен - акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен.

Обмен - один из четырех способов, посредством которых отдельные лица могут получить желаемый объект. К примеру, проголодавший человек может раздобыть пищу следующими способами: обеспечить себя едой сам с помощью охоты, рыбной ловли или сбора плодов (**самообеспечение**), у кого-то украсть еду (**отъем**), выпросить ее (**попрошайничество**) и, наконец, предложить за предоставление ему еды какое-либо средство возмещения, скажем, деньги, другой товар или какую-то услугу (**обмен**).

Сделка - коммерческий обмен ценностями между двумя сторонами.

Денежная сделка

Бартерная сделка

Потребность - это необходимость в чем-нибудь, которая имеет конкретное выражение.

Товар как элемент системы "потребность - товар - рынок" может быть охарактеризован **такими свойствами**:

- способен удовлетворять определенные нужды;

- изготавливается определенным производителем для продажи;
- приобретается потребителем путем купли.

3. Сущность маркетинга и его классификация по разным признакам.

Маркетинг — это творческая управленческая деятельность, тесно связанная с другими видами деятельности фирмы по выпуску товаров и услуг и направленная на удовлетворение нужд на основе постоянного анализа рынка с целью получения максимальной прибыли для предприятия.

Известный ученый-маркетолог А. Войчак предложил такую классификацию маркетинга:

- *в зависимости от ориентации маркетинговой деятельности:*
 - *ориентированный на продукт* — направленный на усовершенствование качеств и свойств товара;
 - *ориентированный на потребителя* — предусматривает предыдущее изучение потребностей рынка;
 - *смешанный* — содержит свойства двух предыдущих видов маркетинга;
- *в зависимости от сферы применения:*
 - *товаров потребительского спроса* — предусматривает исследование нужд потребительского рынка, разработку и реализацию товаров широкого потребления;
 - *производственно-технического назначения* — предусматривает изучение промышленного рынка, разработку товаров промышленного назначения, внедрение их на рынок и реализацию;
 - *торговый* — работает на рынке посредников;
- *в зависимости от срока, на который разрабатывается маркетинговая политика предприятия:*
 - *стратегический* — разрабатывается на более длительный период и заключается в разработке маркетинговых стратегий;
 - *тактический* — разрабатывается на менее продолжительный период;
 - *оперативный* — разрабатывается на кратчайший период, который дает возможность постоянно корректировать маркетинговые мероприятия в зависимости от состояния рынка;
- *в зависимости от задач спроса* (табл. 1);
- *в зависимости от основных субъектов внимания* — производственный, товарный, сбытовой, рыночный и современный;
- *по уровню решения маркетинговых задач* — макро - и микроэкономический;
 - *по степени дифференциации маркетинговых функций* — глобальный и дифференцированный;

в зависимости от конечной цели деятельности предприятия:

- *коммерческий* (средства на осуществление этого маркетинга выделяются из бюджета предприятия; цель его осуществления — получить прибыль);
- некоммерческий* (средства на его осуществление могут выделяться из бюджета не только фирмы, а и государства или местной администрации);

Виды маркетинга и соответствующие задачи спроса

<u>Вид</u> <u>маркетинга</u>	<u>Задача спроса</u>
Конверсионный	Спрос на товар или услуги отрицательный, его следует стимулировать
Стимулированный	Спрос на товар отсутствует, его необходимо создавать
Развивающий	Спрос потенциальный (он существует, но товара еще нет), необходимо создать товар
Ремаркетинг	Спрос снижается, необходимо товар обновить, предоставить спросу новый импульс
Синхромаркетинг	Спрос колеблется, его следует стабилизировать
Поддерживающий	Спрос отвечает возможностям фирмы, его необходимо поддерживать на таком уровне
Демаркетинг Противодействующий	Спрос чрезмерный, его следует уменьшить Сформировался иррациональный спрос, его следует свести к нулевому уровню

- его цель необязательно заключается в получении прибыли (добропорядочность, миссионерство и т.п.).

4. Организация маркетинга.

Основные составляющие комплекса маркетинга: продукт, цена, сбыт, продвижение.

Продукт — это характеристика свойств товара, его потребительских качеств, которые интересуют покупателя.

Цена — сумма денег, которую потребитель готов платить за товар или услугу. Цены делятся на оптовые и розничные, ценовые остатки и т.п..

Сбыт — это движение товара от производителя до потребителя (оптовые и розничные посредники, транспортировка, складирование).

Продвижение — это информирование покупателей о товарах и услугах, фирме, которая их производит или предоставляет. К продвижению относят и стимулирование сбыта путем рекламы, пропаганды, материальных, денежных и информационных выгод для покупателя.

Таблиця 12.3. Комплекс маркетингу

Елементи маркетингового комплексу	Ринки	
	Спеціалісти	Учні
Товар	Практичне значення, науковість	Доступність, цікавий виклад
Ціна	Вища від середньої, середня	Середня, нижча від середньої
Збут	<i>Роздрібний продаж</i>	
	Магазини, кіоски на підприємствах	Кіоски в навчальних закладах, у школах
	<i>Оптовий продаж</i>	
	Бібліотеки, книжкові ярмарки	Бібліотеки навчальних закладів
Просування	<i>Реклама</i>	
	У спеціалізованих журналах, газетах, на радіо	Через викладачів

5. Стратегія маркетингу. Програми маркетингу: краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные.

Стратегическое планирование является последним достижением в стратегическом управлении и наиболее высокоинтеллектуальным и дорогим элементом в менеджменте вообще.

Стратегическое планирование – это процесс выполнения совокупности систематизированных и взаимозависимых работ, связанных с определением долгосрочных целей и направлений деятельности предприятия.

Стратегическое планирование осуществляется в несколько этапов:

а) **определение миссии** (основной общей цели предприятия), которую разрабатывают преобладающе в письменном виде как официальную программу заявлений, где изложены ответы на вопросы: каким является предприятие; кто его клиенты; что самое главное для клиентов; каким должно быть предприятие;

б) **конкретизация программного заявления**, т.е. формирование целей и задач для каждого уровня управления предприятием (наиболее распространенным заданием маркетинга является увеличение части рынка, получение максимальной прибыли, осуществление инновационной деятельности);

в) анализ внешней среды;

г) анализ внутреннего потенциала предприятия, т.е. хозяйственного портфеля (оценка состояния всех стратегических подразделений);

д) **выбор генеральной стратегии предприятия**, т.е. генеральной комплексной программы действий, которая определяет приоритетные для предприятия проблемы, его миссию, главные цели и ресурсы для их достижения.

В мировой практике выделяют три вида стратегий предприятия:

- 4) **стратегия роста** отображает намерение предприятия увеличивать объемы продаж, прибыли, капиталовложений;
- 5) **стратегия стабилизации** характеризует стремление предприятия сберечь достигнутые объемы производства в условиях существенной нестабильности объемов продаж и прибыли;
- 6) **стратегия выживания** - оборонная стратегия в условиях глубокого кризиса деятельности предприятия.

Результаты стратегического планирования конкретизируются в детальном плане маркетинговой деятельности каждого предприятия.

Понятие « план маркетинга» является комплексным и состоит из совокупности планов:

- производства;
- выпуска конкретного товара;
- рыночной деятельности.

План маркетинга независимо от вида производства имеет определенные составляющие:

1.Сводка контрольных показателей. Приводится перечень основных текущих заданий предприятий, выраженных в цифрах, и рекомендации руководителю по их выполнению, в соответствии с направлением плана.

2.Изложение текущей маркетинговой ситуации. Описывается характер целевого рынка: его размер, основные сегменты, потребности заказчиков, основные товары, перечень конкурентов, потенциальных и непосредственных потребителей, каналы распределения.

3. Перечень опасностей и возможностей. Приводится перечень опасностей которые могут возникнуть в процессе проникновения товара на рынок, определяется риск, связанный с возможным влиянием негативных факторов.

4.Перечень заданий и проблем.

5.Стратегия маркетинга-рациональная логическая система, руководствуясь которой предприятие планирует выполнить свои маркетинговые задания (стратегия охвата целевых рынков, товарная стратегия, стратегия ценообразования, стратегия сбыта и сбытовой логистики, стратегия продвижения товара).

6.Маркетинговые программы действий (что будет сделано, когда будет сделано, кто исполнитель, какими будут затраты).

.7.Маркетинговые бюджеты. Приводятся запланированные объемы доходов, затрат и прибыли.

8. Порядок контроля.

6. Принципы маркетинга.

Основные принципы маркетинга.

1. Достижение конечного практического результата производственно – сбытовой деятельности в соответствии с долгосрочными целями предприятия, т.е. получение прибыли от реализации запланированного количества и ассортимента продукции.

2. Ориентация не только на текущий, а и на долгосрочный результат деятельности предприятия.

3. Применение во взаимосвязи тактики и стратегии активного приспособления к требованиям потребителей.

4. Целенаправленное влияние на спрос потребителей с целью его соответствующего формирования.

5. Комплексность, т.е. осуществление разнообразных маркетинговых действий как системы взаимозависимых мер.

Общие функции маркетинга:

1. Анализ и исследование рынка.

2. Прогнозирование спроса.

3. Планирование ассортимента продукции.

4. Организация маркетинговых коммуникаций (реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, публич рилейшнз, персональная продажа).

5. Ценообразование.

6. Распределение товара.

7. Маркетинговое планирование.

Вопросы для контроля:

1. Чем обусловлена необходимость использования маркетинга в предпринимательской деятельности?

2. Какие факторы влияют на формирование нужд? Нужно ли их учитывать предпринимателю?

3. Каким образом предприниматель организует маркетинг на своем предприятии?

Практические задачи

1. Фирма специализируется на производстве трех товаров — А, В, С. Товар А пользуется ограниченным спросом. Расход на его производство — 100 гривен, цена продажи — 180 гривен, количество потребителей — 10 лиц. Товар В — 140 гривен и 160 гривен соответственно, а количество потребителей колеблется в пределах от 12 до 15 лиц. Товар С — спрос неограниченный. Расхода на единицу изделия 145 гривен, цена продажи 150 гривен. Мощности предприятия ограничены 20 единицами товара. Какой из товаров наиболее прибыльный для предприятия?

2. Разработайте маркетинговый комплекс для реализации учебника "Основы предпринимательской деятельности" на рынках: а) специалистов — предпринимателей, бизнесменов, менеджеров; б) учеников школ, гимназий, лицеев; в) широкого круга читателей.

3. Издательство "Знание" решило переиздать часть книжек по проблемам предпринимательства, менеджмента, финансов, которые пользуются наибольшим спросом у покупателей. Руководству издательства нужно знать, какие именно книги и в каком количестве надо переиздать. Определите методiku проведения этого маркетингового исследования.

Тема 1.20 Бизнес – план в предпринимательской деятельности.

Цель: сформировать систему знаний о понятии бизнес - плана, его классификации, этапах составления, структуре, логике, технологи, правилах технического оформления, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План.

1. Сущность и функции бизнес – плана.
2. Классификация бизнес – плана.
3. Этапы составления бизнес – плана.
4. Структура и логика разработки бизнес – плана.
5. Правила технического оформления бизнес – плана.
6. Технология разработки бизнес – плана.

Литература:

29. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навчальний посібник – К.: Знання – Прес, 2003.-285 с.
30. Ясинський В.В., Гайдей О.О. Бізнес – планування: Теорія і практика: Навчальний посібник – К.: Каравела, 2004. – 232 с.

Производственная деятельность какого-нибудь субъекта предпринимательства начинается с планирования. Раньше планы временами имели формальный характер, сейчас предприниматели не могут быть безразличными к своему бизнесу, к своему предприятию. Предприниматель должен знать сильные и слабые стороны фирмы и уметь спланировать ее работу. Непревзойденное значение в этом имеет бизнес-план. Поэтому каждый предприниматель должен составлять такой план. Что такое бизнес-план, какие функции он выполняет, каковы его структура, общая методология, логика и технология его разработки? Ответы на эти вопросы вы найдете в этой теме.

1. Сущность и функции бизнес-плана

Возникновение какой-нибудь предпринимательской идеи ставит много разнообразных вопросов: кто выступает как конкретные потребители, каков рынок продукта предприятия, какие средства необходимы для реализации проекта, оправдывает ли себя проект экономически и тому подобное. Ради получения ответов на эти вопросы и составляется бизнес-план.

Бизнес-план — это письменный документ, в котором изложена сущность предпринимательской идеи, пути и средства ее реализации и охарактеризованы рыночные, производственные, организационные и финансовые аспекты будущего бизнеса, а также особенности управления им. Бизнес - план подытоживает деловые возможности и перспективы, объясняет, как эти возможности могут быть реализованы существующей командой менеджеров.

В бизнес-плане формулируются перспективы и текущие цели реализации идеи, оцениваются сильные и слабые стороны бизнеса, приводятся результаты анализа рынка и его особенностей, излагаются подробности функционирования предприятия при этих условиях, определяются объемы финансовых и материальных ресурсов для реализации проекта.

Бизнес-план дает возможность определить жизнеспособность фирмы при условиях конкуренции, прогнозирует процессы развития производства, конкретизирует пути достижения цели и преодоления препятствий, является фактором, который стимулирует интересы потенциальных инвесторов в их поисках вложения средств в развитие производства.

В рыночной системе ведения хозяйства бизнес-план выполняет две важнейшие функции:

1) **внешнюю** — ознакомить разных представителей делового мира с сущностью и основными аспектами реализации конкретной предпринимательской идеи;

2) **внутреннюю** (жизненно важную для деятельности самого предприятия) — проработать механизм самоорганизации, то есть целостную, комплексную систему управления реализацией предпринимательского проекта.

Традиционно бизнес-план рассматривается как инструмент привлечения необходимых для реализации проекта финансовых ресурсов. Внешние инвесторы и кредиторы не будут никогда вкладывать деньги в бизнес, если не ознакомятся с тщательным образом подготовленным бизнес-планом. Такой план должен убедить потенциальных инвесторов в том, что предпринимательский проект имеет четко определенную стратегию успеха и заслуживает финансовую поддержку.

Не менее важной является и внутренняя функция бизнес-плана, в пределах которой можно выделить два направления его применения:

1) как инструмента стратегического планирования и оперативного управления деятельностью предприятия. Разработка бизнес-плана требует определения не только стратегических направлений и целей деятельности, но

и оперативных действий для достижения таких. То есть бизнес-план является основой текущего планирования всех аспектов деятельности предприятия, он способствует более глубокому осознанию работниками личных заданий, связанных с общим для них бизнесом;

2) как механизма анализа, контроля и оценки деятельности предприятия. Бизнес-план дает возможность анализировать, контролировать и оценивать успешность деятельности в процессе реализации предпринимательского проекта, выявлять отклонение от плана и своевременно корректировать направления развития бизнеса.

Таким образом, в условиях рыночной системы ведения хозяйства бизнес - план — это активный рабочий инструмент управления, отправной пункт всей плановой и исполнительской деятельности предприятия; это документ, который определяет оптимальные по времени и менее всего рискованные пути реализации предпринимательского проекта.

2.Классификация бизнес – плана

Степень детализации бизнес-плана зависит от характеристики фирмы независимо от того, принадлежит она к сфере услуг или к производственной сфере. Специфика бизнес-плана заключается в том, что это комплексный документ, который отображает все основные аспекты предпринимательского проекта. В нем рассматривается широкий круг проблем, на которые может натолкнуться предприниматель, и определяются способы их решения. В то же время следует отметить, что принципы управления с помощью бизнес-плана предусматривают необходимость учета в процессе разработки конкретного бизнес-плана многих специфических для данного предпринимательского проекта факторов. Следовательно, появляется возможность классифицировать бизнес-планы по определенным признакам:

1) по сфере бизнеса (производство, строительство, розничная и оптовая торговля, предоставление услуг, посредническая деятельность и тому подобное);

2) по масштабам бизнеса (большой, средний, малый);

3) по характеристикам продукта бизнеса (традиционный, принципиально новый, производственно-технического или потребительского назначения).

В пределах каждого классификационного признака можно выделять и разрабатывать:

а) полный бизнес-план коммерческой идеи или инвестиционного проекта (для потенциальных партнеров и инвесторов);

б) бизнес - план фирмы (для совета директоров или собраний акционеров);

в) бизнес - план структурного подразделения (для высшего руководства фирмы).

Могут также составляться специальные (сокращенные) бизнес-планы для определенного круга заинтересованных лиц, а также бизнес-планы развития конкретного региона для органов с бюджетными полномочиями.

3. Этапы составления бизнес – плана

Сегодня уже очевидно, что без бизнес-плана нельзя управлять производственной деятельностью. Составление бизнес-плана — неотложная потребность, продиктованная производственной деятельностью. Работа над планом — это работа над организацией производственной деятельности. Залогом успеха предпринимательской деятельности является успешное начало дела. Процесс составления бизнес-плана является специфическим в каждом конкретном случае. Поэтому практически невозможно дать какую-то универсальную (стандартную) схему его разработки.

Наиболее сложной является процедура проработки бизнес-плана для учреждения нового бизнеса. Обобщение предпринимательского опыта дает возможность выделить в процессе разработки такого бизнес-плана три стадии: начальную, подготовительную, основную.

Если речь идет о разработке бизнес-плана для расширения уже имеющегося бизнеса, то необходимость в начальной стадии отпадает. Обосновывая проект усовершенствования деятельности предприятия, тоже можно ограничиться лишь основной стадией. Рассмотрим подробнее каждую из стадий разработки бизнес-плана.

Начальная стадия. Проработка бизнес-плана для основания нового бизнеса начинается с разработки концепции, то есть тех принципиальных решений, которые закладываются в его основу. В пределах работы над концепцией будущего бизнеса:

- 1) осуществляется поиск предпринимательской идеи;
- 2) выбирается сфера деятельности;
- 3) обосновывается целесообразная форма организации бизнеса;
- 4) принимается решение относительно способа учреждения бизнеса.

Этапом ответственности, от которого во многом зависят все другие решения относительно создания бизнеса, есть поиск идеи будущего бизнеса. Источниками таких идей чаще всего бывают: изучение запросов и пожеланий потребителей; критический анализ товаров, которые выпускают другие фирмы; беседы с продавцами торговых заведений; изучение технической литературы и патентной информации; результаты собственных исследований и разработок. Для поиска предпринимательских идей используются разнообразные методы ("мозгового штурма", конференции идей, "коллективного блокнота", контрольных вопросов, фокальных объектов и тому подобное).

Выбор сферы предпринимательской деятельности (производство, оптовая торговля, розничная торговля, услуги, строительство, финансовая деятельность и тому подобное) происходит с учетом:

- 1) сути и направленности самой идеи будущего бизнеса;
- 2) личных факторов (собственный практический опыт и потенциал, наличие соответствующего образования и знаний, соответствие сферы бизнеса интересам и желанию самого предпринимателя);

3) внешних факторов (реальная экономическая ситуация, законодательно запрещенные сферы и виды деятельности, необходимость лицензирования деятельности, государственные приоритеты в развитии отдельных отраслей, современные и будущие потребности потребителей, степень конкуренции в отрасли, стадии жизненного цикла изделий, наличие необходимых ресурсов, другие специфические внешние факторы).

Любая предпринимательская деятельность происходит в пределах определенной организационной формы. Процедура выбора организационно-правовой формы бизнеса предусматривает:

1) определение форм организации бизнеса, которые отвечают законодательству Украины;

2) определение особенностей, преимуществ и недостатков каждой из этих форм;

3) определение критериев выбора формы организации бизнеса (степень ответственности, ситуация с налогами, объем финансовых потребностей для учреждения бизнеса, степень контроля за фирмой, возможность привлечения других владельцев, наличие управленческих способностей у предпринимателя, возможность роста бизнеса в будущем или простота его ликвидации);

4) непосредственный выбор формы организации бизнеса.

К основным вопросам проработки концепции будущего бизнеса принадлежит также выбор способа учреждения бизнеса. Традиционно рассматривают три основных способа учреждения бизнеса:

1) создание нового предприятия "с нуля";

2) приобретение фирмы, что уже существует;

3) приобретение франшизы, то есть лицензии, которая предоставляет предпринимателю (фирме) право на продажу (производство, занятие определенной деятельностью) товаров или услуг, у большой фирмы, которая уже хорошо известна потребителям.

Подготовительная стадия. Наличие концепции собственного дела ставит перед предпринимателем большое количество полностью конкретных вопросов.

Чем его бизнес будет отличаться от бизнеса конкурентов? Что будет способствовать или будет мешать его становлению и развитию? На какие конкурентные преимущества следует ориентироваться? Какими должны быть программа действий и приоритеты деятельности будущего бизнеса? Получить ответы на них — это задание подготовительной стадии разработки бизнес-плана.

Следовательно, на подготовительной стадии:

1) собирается и анализируется маркетинговая, производственная, финансовая и общеэкономическая информация о будущем бизнесе (процесс формирования информационного поля бизнес-плана). Чем больше информации будет собрано, тем более обоснованными будут следующие расчеты;

2) выясняются благоприятные возможности и угрозы развития бизнеса во внешней среде. Для изучения факторов внешней среды всю их совокупность, как правило, разделяют на три группы: общеэкономические факторы, отраслевые факторы, конкуренты;

3) оцениваются сильные и слабые стороны фирмы. Сильные стороны фирмы — это ее особенные, уникальные или по крайней мере оригинальные способы конкурентной борьбы. Слабые стороны — это то, в чем фирма отстает от конкурентов;

4) определяется миссия фирмы, то есть главное назначение, специфическая роль, особенный путь в бизнесе, которые будут отличать ее от конкурентов;

5) формулируются конкретные цели деятельности фирмы, то есть четко определяется то, чего фирма хочет достичь за определенный промежуток времени;

6) анализируются стратегические альтернативы и выбирается стратегия деятельности фирмы. Выбирая стратегию, предприниматель, как правило, ориентируется на одну из возможных типичных стратегий бизнеса: контроль за расходами, дифференциацию; фокусировка.

Основная стадия — это непосредственная проработка бизнес-плана. Главная цель этой стадии — доказать экономическую целесообразность создания данного бизнеса, убедительно показать, как именно деньги или другие ресурсы потенциального инвестора обеспечат ему ожидаемую выгоду. Инвестор должен увидеть прибыль не *после, а до того, как* вложит деньги в предложенный проект. Обычно, сделать это можно с помощью тщательным образом подготовленного бизнес-плана. При этом сформулированные на начальной и подготовительной стадиях концепция, миссия, цели и стратегия будущего бизнеса образуют "каркас" бизнес-плана, определяют его направленность, логику построения и содержание соответствующих разделов.

4. Структура и логика разработки бизнес – плана

Большинство предпринимателей прорабатывает бизнес-планы для привлечения инвесторов к финансированию своего проекта. Самой сложной и наиболее полной относительно освещения вопросов есть процедура разработки бизнес-плана для производственной деятельности. Поэтому дальше будем рассматривать структуру, содержание и методику разработки бизнес-плана, ориентированного на привлечение инвестиций в производственную деятельность, в структуре которого, как правило, выделяют такие составные.

1. *Титульный лист.*

2. *Содержание бизнес-плана.*

3. *Резюме.*

4. *Отрасль, фирма и ее продукция (услуги).*

4.1. Текущая ситуация и тенденции развития отрасли.

- 4.2. Описание продукта (услуги) фирмы.
- 4.3. Патенты, товарные знаки, другие права собственности.
- 4.4. Стратегия роста фирмы.
5. *Исследование рынка.*
 - 5.1. Общая характеристика рынка продукта.
 - 5.2. Целевой рынок бизнеса.
 - 5.3. Местонахождение фирмы.
 - 5.4. Оценка влияния внешних факторов.
6. *Маркетинг-план.*
 - 6.1. Стратегия маркетинга.
 - 6.2. Предполагаемые объемы продажи.
7. *Производственный план.*
 - 7.1. Основные производственные операции.
 - 7.2. Машины и оборудование.
 - 7.3. Сырье, материалы и комплектующие изделия.
 - 7.4. Производственные и непроизводственные помещения.
8. *Организационный план.*
 - 8.1. Форма организации бизнеса.
 - 8.2. Потребность в персонале.
 - 8.3. Владельцы бизнеса и команда менеджеров.
 - 8.4. Организационная схема управления.
 - 8.5. Кадровая политика и стратегия.
9. *Оценка рисков.*
 - 9.1. Типы возможных рисков.
 - 9.2. Способы реагирования на угрозы для бизнеса.
10. *Финансовый план.*
 - 10.1. Прибыли и убытки.
 - 10.2. План движения наличности.
 - 10.3. Плановый баланс.
 - 10.4. Финансовые коэффициенты.
11. *Дополнения.*

Отмеченная структура является лишь приблизительной схемой бизнес-плана.

Конкретный бизнес-план может быть и не таким подробным. Но здесь указаны те основные разделы, которые необходимо включить в бизнес-план, ориентированный на привлечение инвестиций в производственную деятельность.

Многие из предпринимателей ошибочно считают, что структура бизнес-плана и последовательность его разработки — одно и то же, что всегда есть какая-то позиция, с которой нужно начинать. Такой порочный взгляд на логику разработки бизнес-плана поддерживается существованием программных продуктов с жесткой структурой, которые задают одну-единственную последовательность действий. Но, как свидетельствует практика, относительно бизнес-плана это совсем не так. Например, популярный лозунг: "Хочешь создать бизнес — начинай с маркетинга" не

всегда эффективен для фирмы малого бизнеса. Малые фирмы, как правило, хорошо знают свой рынок, используя маркетинг факту. Специальные маркетинговые исследования могут и не дать таким фирмам дополнительной полезной информации.

В то же время можно утверждать, что процесс разработки бизнес-плана имеет внутреннюю логику, которая мешает предпринимателю "перескочить" через ключевые этапы этого процесса. Например, невозможно исследовать рынок будущего бизнеса, не определив сначала, какой конкретно продукт или услуга будут продаваться. Пока не будут проведены исследования рынка, невозможно составить реальный маркетинг-план.

Рис. 13.1 характеризует лишь общую логику разработки бизнес - плана. На практике возможны и определенные отклонения.

Бизнес-план — - это своеобразный рекламный документ, на основании которого можно сделать выводы не только о бизнесе, но и о его владельцах.

Поэтому важным является как содержание, так и внешний вид бизнес-плана.

Бизнес-план, как и какой-нибудь другой документ, подлежит определенным требованиям относительно стиля написания:

1) бизнес-план должен быть сжатым, простым, но адекватно раскрывать сущность предпринимательского проекта. Для большинства небольших проектов (для реализации которых нужны 80—100 тыс. грн.), как свидетельствует практика, объемы бизнес-планов ограничиваются 20—25 страницами. В других случаях должен быть подготовлен более подробный бизнес - план. При этом в бизнес-плане рекомендуется избегать жаргонных выражений, сугубо технического описания продукции, операций, процессов. Следует употреблять общеизвестные термины; информацию нужно излагать в деловом стиле, но как можно более доступно;

2) бизнес-план должен быть функциональным, то есть содержать лишь полезную информацию, которая интересует или может интересовать читателя. При необходимости дополнительная, объяснительная, первичная информация может быть вынесена в дополнение (объем дополнений не ограничивается);

3) бизнес-план должен основываться на реалистичных предположениях.

Прогнозы и предвидения (как наиболее "впечатлительная" часть бизнес - планирование) должны быть обоснованы и подкреплены ссылками на тенденции и пропорции развития отрасли, на проведенные исследования рынка, на опыт деятельности конкурентов и тому подобное. Доверие к бизнес-плану может быть серьезно подорвано, если запланированные в нем отклонения от средне-отраслевых показателей не имеют достаточных оснований;

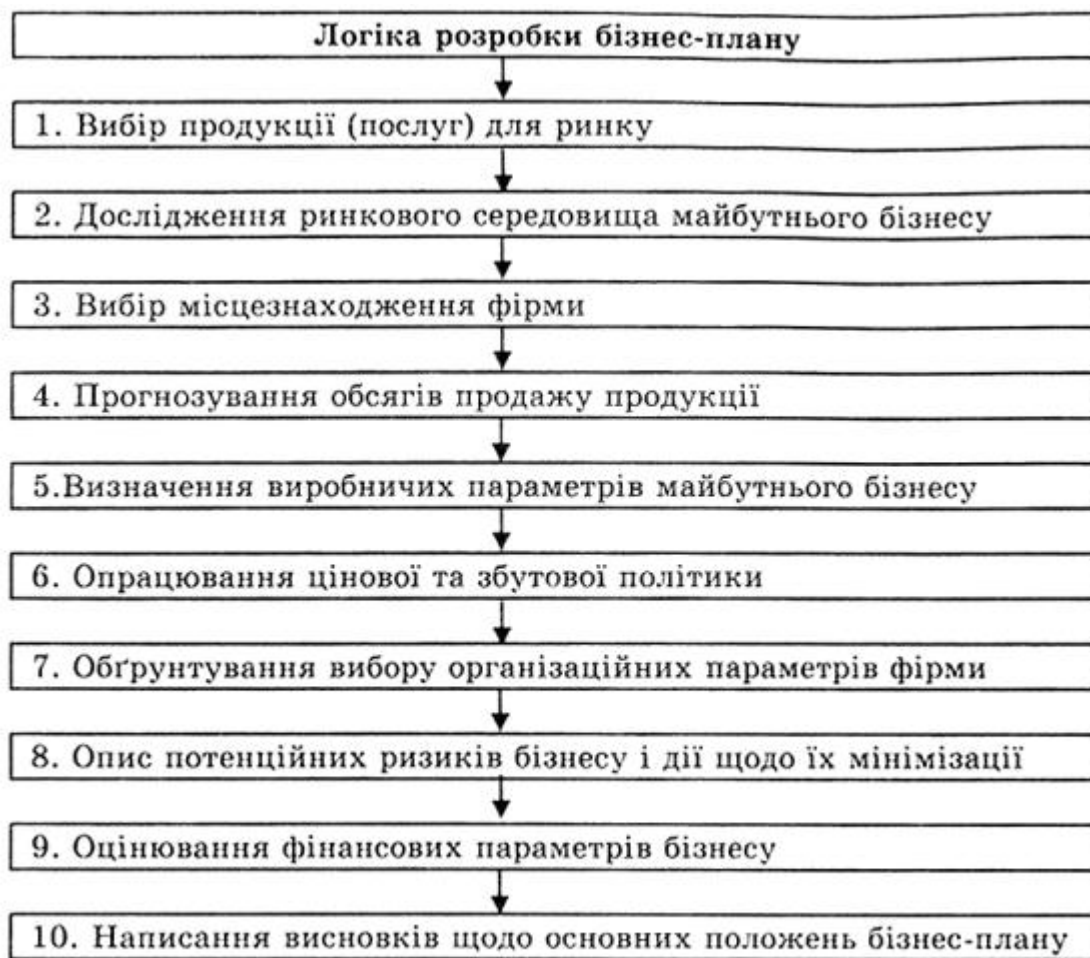


Рис. 13.1. Логіка розробки бізнес-плану

4) бізнес-плану протипоказан лишній оптимізм. Какое-нибудь предположение в бизнесе дает "на выходе" несколько результатов — от наихудшего к наилучшему. В процессе бизнес-планирования надо ориентироваться на наихудший результат, создавая таким образом определенный запас "прочности" бизнеса;

5) бізнес-план повинен бути легким для восприятия, четким и логическим; таким, чтобы в нем можно было быстро найти нужную информацию. Следовательно, в структуре бизнес-плана нужно выделять разделы и параграфы;

6) бізнес-план повинен забезпечувати охорону конфіденційної інформації о фірмі і її діяльності. Для этого можно жестко контролировать сферу его распространения или составить отдельное дополнение, которое будет содержать всю конфиденциальную информацию и будет доступно только тем, кому нужно такую информацию знать.

5. Правила технічного оформлення бізнес – плану.

Существуют также определенные правила технического оформления бизнес-плана. Они предусматривают:

- наличие титульного листа;
- наличие страницы содержания;

- размещение резюме в начале бизнес-плана;
- размещение в конце бизнес-плана дополнений;
- наличие примечаний и ссылок на источники использованной информации.

Форма титульного листа. На титульном листе отмечаются:

- полное название фирмы;
- адрес фирмы;
- телефон фирмы;
- фамилии (названия), титулы, адреса, телефоны владельцев (основателей) фирмы;
- сведения относительно характера и сферы бизнеса фирмы;
- сведения об общих финансовых потребностях;
- указание на конфиденциальность бизнес-плана;
- месяц и год составления бизнес-плана;
- фамилии авторов бизнес-плана.

На титульном листе не должно быть лишних подробностей.

Оформление содержания. Бизнес-план нужно разделить на разделы и параграфы. Поэтому за титульным листом приводится содержание, которое содержит перечень разделов, параграфов, таблиц и другого иллюстративного материала, дополнений.

6. Технология разработки бизнес – плана.

Бизнес-план начинается с *резюме*. Резюме открывает бизнес - план, но составляют его только после того, как написаны основные разделы бизнес-плана. Главное задание резюме — показать, что предприниматель хорошо осознает основные положения бизнес-плана и способен четко и логически их изложить. Слишком детальное и большого объема резюме тяжело читать. Слишком сжатое — может создать неадекватное представление о бизнесе.

Резюме — это краткий (1—2 страницы) обзор предпринимательского проекта, его ключевых, наиболее важных и значимых аспектов, способных привлечь внимание потенциального инвестора и заинтересовать его в последующем более детальном изучении бизнес-плана.

Фактически резюме является предельно сжатой версией бизнес-плана, не вступлением в него, а будто "сообщением о намерениях".

Составление резюме — важный и ответственный этап завершения работы над бизнес-планом. Потенциальные инвесторы получают много разных предпринимательских проектов. Они, как правило, сначала читают резюме и, если оно их не заинтересовало, бизнес-план дальше не рассматривают. Поэтому резюме обязательно:

- 1) должен быть написан так, чтобы максимально заинтересовать в последующем ознакомлении с бизнес-планом;
- 2) должен дать читателю достаточно четкое представление о вопросах, более детально рассмотренных в основной части бизнес-плана.

На практике резюме составляют, используя уже написанную основную часть бизнес-плана. Из каждого его раздела выбирают наиболее существенные и "яркие" аспекты будущего бизнеса.

Ориентировочный перечень ключевых аспектов бизнеса, которые выкладываются в резюме, такой:

— описание концепции бизнеса, его возможностей, которые будут обеспечивать преимущества на рынке и стратегии их реализации;

— сведения о целевом рынке бизнеса (основные потребители, особенности их обслуживания, предполагаемые объемы продаж, доля рынка);

— уникальные характеристики бизнеса, самые существенные конкурентные преимущества фирмы, которые имеют место или будут созданы в результате реализации разработанной стратегии;

— сведения о компетенции и профессионализме руководителя фирмы и членов команды менеджеров;

— основные предполагаемые показатели финансовой деятельности фирмы (прибыльность, период достижения безубыточности, срок возвращения инвестиций и тому подобное);

— характеристика общих потребностей в средствах, желаемой форме их получения, порядка и направлений их использования, форм возвращения инвестору.

Резюме завершается личной оценкой предпринимателем шансов на успех его проекта.

Подраздел **Отрасль, фирма и ее продукция** прорабатывается в бизнес-плане, чтобы:

— убедить читателя в перспективности отрасли, к которой принадлежит выбранный бизнес;

— породить доверие к данному бизнесу описанием преимуществ и особенностей его продуктов (услуг).

В структуре этого подраздела, как правило, выделяют такие основные составляющие:

1) современная ситуация и тенденции развития отрасли;

2) фирма, ее продукты и (или) услуги;

3) патенты, товарные знаки, другие права собственности на продукт (услуги);

4) стратегия роста фирмы.

Бизнес-план оценивается инвесторами по определенным критериям, одним из которых является отрасль, к которой принадлежит фирма или в которой она намеревается начать свою деятельность. Отрасль с рынком, который быстро растет, рассматривается, обычно, как более благоприятная для бизнеса. Поэтому этот подраздел бизнес-плана начинается, как правило, с сжатого анализа состояния дел в отрасли. Для этого необходимо:

— привести общие сведения о текущем состоянии дел в отрасли и тенденций ее развития;

— кратко охарактеризовать новые для отрасли продукты и рынки;

— определить новые факторы, которые могут в перспективе положительно или негативно повлиять на развитие отрасли.

Центральное место в стратегии какой-нибудь фирмы занимает *стратегия маркетинга*. Фирма для того и существует, чтобы поставлять свою продукцию на рынок. Развитие фирмы и величина получаемой прибыли зависят от того, насколько полно и эффективно она будет удовлетворять потребности своих клиентов. Другие компоненты общей стратегии фирмы (финансы, производство, исследование и разработки) должны способствовать достижению общей цели маркетинга. Одновременно и сама стратегия маркетинга должна учитывать имеющиеся ресурсы фирмы и соединяться с другими направлениями ее деятельности.

В широком понимании стратегия маркетинга — это *система* конкретных стратегий относительно выбора и формирования:

- 1) целевого рынка фирмы;
- 2) номенклатуры и ассортимента продукции;
- 3) системы сбыта и реализации продукции;
- 4) политики ценообразования;
- 5) способов организации рекламной кампании;
- 6) политики поддержки продукции фирмы.

Бизнес-план как документ для внутрифирменного пользования должен быть детальным планом производственной деятельности. Это дает возможность решить многие проблемы фирмы предварительно, на бумаге, раньше, чем предприниматель перейдет к конкретным практическим действиям.

Неотъемлемой составляющей бизнеса, ориентированного на производственную деятельность, есть оценка того, как фирма будет производить свою продукцию.

Основное задание **производственного плана** — доказать, что фирма:

- реально способна организовать производство;
- способна изготавливать необходимое количество товаров соответствующего качества;
- имеет возможности приобрести необходимые для этого ресурсы.

Следовательно, производственный план должен дать ответы на такие вопросы.

Какие производственные операции будут применяться фирмой в процессе изготовления продукции (предоставления услуг)?

Какие конкретно материально-технические ресурсы нужны для изготовления продукции (предоставления услуг)?

Какие внешние факторы будут влиять (или могут повлиять) на производственный процесс?

Производственный план целесообразно начинать с короткой характеристики производственного процесса, то есть с описания основных производственных операций в их последовательности.

В производственном плане необходимо также указать и на внешние факторы, которые будут влиять на производственный процесс или будут ограничивать производственные возможности фирмы.

Следовательно, в производственном плане, как правило, выделяют такие блоки (подразделы):

- 1) основные производственные операции;
- 2) машины и оборудование;
- 3) сырье, материалы и комплектующие изделия;
- 4) производственные и непромышленные помещения;
- 5) влияние внешних факторов.

Объем и обоснованность производственного плана зависят от характера бизнеса фирмы и сферы, к которой он принадлежит. Понятно, что этот раздел бизнес-плана будет самым подробным для производственного предприятия. Более того, в определенных случаях именно производственный процесс (особенности его технологий, уникальность оборудования и тому подобное) может быть одним из наиболее привлекательных факторов для внешних инвесторов. Напротив, фирмы, которые занимаются, например, оптовой или розничной торговлей, могут вообще обойтись без этого раздела.

Привлекательность фирмы, вера в успех ее бизнеса во многом зависят от деловых навыков и профессионализма персонала фирмы и команды менеджеров. Опытные руководители и квалифицированные исполнители могут вывести предприятие с кризиса, а беспомощные, напротив, способны испортить наилучшее дело. Поэтому *организационный план*, в котором рассматриваются кадровые вопросы, занимает особое место среди других разделов бизнес-плана.

Разрабатывая *организационный план*, предприниматель имеет целью:

- во-первых, убедить потенциальных инвесторов и кредиторов в том, что им выбрана целесообразная организационно-правовая форма бизнеса;
- во-вторых, показать, с кем он собирается организовывать свое дело, то есть охарактеризовать менеджеров, которые будут играть ведущие роли в процессах становления и управления фирмой;
- в-третьих, доказать, что он, его команда менеджеров и другой персонал фирмы способны практически реализовать бизнес-план.

Разработку этого раздела бизнес-плана рекомендуется начинать с обоснования выбора организационной формы бизнеса, поскольку она отражается на всей последующей предпринимательской деятельности и во многом определяет другие организационно-правовые аспекты бизнеса.

Дальше в организационном плане следует охарактеризовать потребности фирмы в трудовых ресурсах, то есть определить, какие именно работники (основные, вспомогательные, специалисты) необходимы для ведения дела.

Принципиально важно подать в организационном плане ведомости о владельцах и ведущем управленческом персонале фирмы. Организационный план должен содержать короткие характеристики практически всех тех работников, от которых в конечном итоге зависит успех или неудача бизнеса фирмы. Общую характеристику команды менеджеров стоит дополнить

информацией об использовании внешней помощи в управлении бизнесом. Учитывая, что многие фирмы, особенно малые, привлекают для выполнения отдельных функций управления специалистов со стороны, организационный план надо дополнить описанием консалтинговых потребностей фирмы.

Конечный раздел организационного плана содержит объяснение относительно кадровой политики и стратегии фирмы. Из него должно стать понятным, как будут осуществляться отбор, подготовка и оплата труда работников фирмы. Можно подать и сведения о предполагаемых для работников фирмах льготах стимулирующего характера.

Следовательно, организационный план, как правило, состоит из таких подразделов:

- организационная форма бизнеса;
- потребность фирмы в персонале;
- владельцы фирмы, команда менеджеров и внешние консультации;
- организационная схема управления;
- кадровая политика и стратегия.

В бизнес-плане необходимо выделить и рассмотреть лишь наиболее вероятные для данного бизнеса *риски*. Чаще всего в бизнес-плане рассматриваются риски, которые могут возникнуть как последствия:

- 1) неблагоприятных тенденций во внешней среде отрасли, к которой принадлежит данный бизнес;
- 2) реакции конкурентов (например, возможное снижение цен на аналогичные виды продукции или услуг);
- 3) сезонной цикличности объемов продаж;
- 4) недостаточной компетентности персонала, который занимается маркетингом, производством или управлением;
- 5) появления новых технических и технологических достижений, которые могут привести к слишком быстрому технико-экономическому старению продукта данного бизнеса;
- 6) превышение производственных расходов над запланированными;
- 7) трудностей с получением сырья, материалов, комплектующих изделий, а также кредитов;
- 8) цикличность потока наличности и тому подобное.

С точки зрения возможного влияния на конечные результаты деятельности следует различать динамический и статический риски. *Динамический риск* может быть обусловлен непредсказуемыми изменениями стоимости основного капитала в результате принятия определенных управленческих решений или непредсказуемых изменений во внешней среде. Этот тип риска может стать причиной как убытков, так и доходов (при благоприятных изменениях).

Статический риск всегда приводит к убыткам, поскольку его сущностная характеристика связана с потерей реальных активов, а также с потерей дохода через недееспособность субъекта ведения хозяйства.

Финансовый план является ключевым разделом бизнес-плана. Главная цель финансового плана — обобщить основные положения всех предыдущих

разделов бизнес-плана, возводя их в одно целое в стоимостной форме, обосновать целесообразность реализации данного предпринимательского проекта из экономического взгляда.

Особенный интерес к финансовому плану связан с тем, что в нем:

— обобщаются в стоимостной форме результаты разработки остальных разделов бизнес-плана;

— количественно определяется потребность данного бизнеса в инвестициях;

— обосновывается вывод относительно экономической целесообразности реализации предпринимательского проекта.

Расчеты, которые содержит финансовый план, должны дать четкие и ясные ответы на такие вопросы самого предпринимателя, потенциальных инвесторов и кредиторов.

Откуда фирма будет получать средства и на что конкретно последние будут потрачены?

Как соотносятся текущие потребности фирмы в деньгах с движением наличности?

Каким будет финансовое состояние фирмы на конец прогнозируемого периода?

Сможет ли предприниматель выполнить взятые на себя обязательства?

Способный предприниматель ли должным образом распорядиться полученными средствами, чтобы своевременно вернуть долги и обеспечить достаточную прибыль на вложенный капитал?

В процессе разработки этого раздела бизнес-плана следует учитывать такие его особенности.

Во-первых во многих отношениях финансовый план является менее всего гибкой за формой частью бизнес-плана. В отличие от других разделов он должен содержать соответствующий перечень финансовых документов (в том числе таблиц и графиков). Каждый из этих документов должен иметь стандартную форму. Жесткие требования к проработке этих документов вызваны необходимостью обеспечения единственной методики расчетов финансовых показателей. Это означает, что потенциальный инвестор или кредитор может самостоятельно за стандартной методикой провести анализ финансовой информации, которую содержит бизнес-план, оценить финансовое состояние данной фирмы и принять решение относительно вложения своих средств в данный проект.

Во-вторых, инвесторы и кредиторы, как правило, требуют, чтобы финансовый план складывался с перспективой на три года (к тому же с ежемесячными показателями за первый год и ежеквартальными — за второй и третий).

В-третьих, финансовый план не может иметь разногласий с другими разделами бизнес-плана. Если, например, в маркетинг-плане речь идет о намерениях развернуть широкомасштабную рекламную кампанию, то это обязательно должно найти отображение в плане доходов и расходов. Если на

бизнес фирмы влияет фактор сезонности продажи, то его следует учитывать, проектируя движение наличности, и тому подобное.

В-четвертых, в связи с тем, что какой-нибудь финансовый анализ будущего неминуемо характеризуется определенной степенью неопределенности, в финансовом плане целесообразно проработать несколько сценариев развития событий. Рекомендуется разрабатывать как минимум два варианта финансовых показателей. Один из них должен основываться на консервативных предположениях, а второй — учитывать полный потенциал бизнеса.

В-пятых, в финансовом плане нужно (по возможности) подчеркивать достоверность информации, которую он содержит. Качество первичной информации непосредственно отражается на точности финансовых расчетов. Инвесторы часто проводят собственные исследования с целью оценки достоверности расчетов в бизнес-плане. Поэтому в случае отклонения соответствующих финансовых показателей бизнес-плана от средних по отрасли, к которой принадлежит данный бизнес, обязательно нужно дать исчерпывающее объяснение этого.

Цель и особенности разработки финансового плана определяют его содержание, последовательность и уровень детализации проработки. Финансовый план содержит такие основные подразделы.

1. План доходов и расходов (план прибылей и убытков).
2. План денежных поступлений и выплат (план движения наличности).
3. Плановый баланс.

Рядом с основными показателями этих подразделов в финансовом плане должны быть приведены предположения, на основании которых эти показатели рассчитаны. Четко и кратко выложить все эти предположения и предвидения необходимо в текстовой части финансового плана. Без этого все приведенные в финансовом плане расчеты не будут иметь надлежащего практического значения. Лишь после тщательного анализа таких предположений можно оценить, насколько они заслуживают на доверие. Поскольку расчеты всех отмеченных финансовых документов основываются на таких предвидениях, они являются важной составляющей финансового плана.

Для уже существующей фирмы в финансовом плане обязательно следует навести динамику основных финансовых показателей за прошлые годы (как минимум за три). Копии соответствующих финансовых документов направятся в дополнениях.

Соответственно обоснованный финансовый план может быть использован не только для привлечения инвесторов и кредиторов, но и для оценивания результатов деятельности фирмы после фактического учреждения бизнеса.

Итоги темы

1. Бизнес-план — это письменный документ, в котором изложена сущность предпринимательской идеи, пути и средства ее реализации и

охарактеризованы рыночные, производственные, организационные и финансовые аспекты будущего бизнеса, а также особенности управления им.

2. В рыночной системе ведения хозяйства бизнес-план выполняет две важнейшие функции: внешнюю и внутреннюю.

3. Бизнес-планы можно классифицировать по определенным признакам: по сфере бизнеса; по масштабам бизнеса; по характеристикам продукта бизнеса.

4. В процессе разработки бизнес-плана выделяют три стадии: начальную, подготовительную, основную.

5. В структуре бизнес-плана, как правило, выделяют такие составные: титульный лист; содержание бизнес-плана; резюме; отрасль, фирма и ее продукция (услуги); исследование рынка; маркетинг-план; производственный план; организационный план; оценка рисков; финансовый план; дополнения.

6. Ключевым разделом бизнес-плана является финансовый план. Главная цель финансового плана — обобщить основные положения всех предыдущих разделов бизнес-плана, возводя их в одно целое в стоимостной форме, обосновать целесообразность реализации данного предпринимательского проекта из экономического взгляда.

Презентация

Тема 1.21 Бизнес – план в предпринимательской деятельности.

План.

1. Сущность и функции бизнес – плана.
2. Классификация бизнес – плана.
3. Этапы составления бизнес – плана.
4. Структура и логика разработки бизнес – плана.
5. Правила технического оформления бизнес – плана.
6. Технология разработки бизнес – плана.

1. Сущность и функции бизнес-плана

Бизнес-план — это письменный документ, в котором изложена сущность предпринимательской идеи, пути и средства ее реализации и охарактеризованы рыночные, производственные, организационные и финансовые аспекты будущего бизнеса, а также особенности управления им.

В рыночной системе ведения хозяйства бизнес-план выполняет две важнейшие функции:

- 1) ***внешнюю*** — ознакомить разных представителей делового мира с сущностью и основными аспектами реализации конкретной предпринимательской идеи;

2) **внутреннюю** (жизненно важную для деятельности самого предприятия) — проработать механизм самоорганизации, то есть целостную, комплексную систему управления реализацией предпринимательского проекта.

Направления применения внутренней функции бизнес-плана:

- 1) как инструмента стратегического планирования и оперативного управления деятельностью предприятия;
- 2) как механизма анализа, контроля и оценки деятельности предприятия.

2.Классификация бизнес – плана

Классификация бизнес-плана по определенным признакам:

- 1) по сфере бизнеса (производство, строительство, розничная и оптовая торговля, предоставление услуг, посредническая деятельность и тому подобное);
- 2) по масштабам бизнеса (большой, средний, малый);
- 3) по характеристикам продукта бизнеса (традиционный, принципиально новый, производственно-технического или потребительского назначения).

3.Этапы составления бизнес – плана

Начальная стадия:

- 1) осуществляется поиск предпринимательской идеи;
- 2) выбирается сфера деятельности;
- 3) обосновывается целесообразная форма организации бизнеса;
- 4) принимается решение относительно способа учреждения бизнеса.

Традиционно рассматривают три основных способа учреждения бизнеса:

- 1) создание нового предприятия "с нуля";
- 2) приобретение фирмы, что уже существует;
- 3) приобретение франшизы, то есть лицензии, которая предоставляет предпринимателю (фирме) право на продажу (производство, занятие определенной деятельностью) товаров или услуг, у большой фирмы, которая уже хорошо известна потребителям.

Подготовительная стадия.

На подготовительной стадии:

1) собирается и анализируется маркетинговая, производственная, финансовая и общеэкономическая информация о будущем бизнесе (процесс формирования информационного поля бизнес-плана;

2) выясняются благоприятные возможности и угрозы развития бизнеса во внешней среде;

3) оцениваются сильные и слабые стороны фирмы. Сильные стороны фирмы — это ее особенные, уникальные или по крайней мере оригинальные способы конкурентной борьбы. Слабые стороны — это то, в чем фирма отстает от конкурентов;

4) определяется миссия фирмы, то есть главное назначение, специфическая роль, особенный путь в бизнесе, которые будут отличать ее от конкурентов;

5) формулируются конкретные цели деятельности фирмы, то есть четко определяется то, чего фирма хочет достичь за определенный промежуток времени;

6) анализируются стратегические альтернативы и выбирается стратегия деятельности фирмы.

Основная стадия — это непосредственная проработка бизнес-плана.

Главная цель этой стадии — доказать экономическую целесообразность создания данного бизнеса, убедительно показать, как именно деньги или другие ресурсы потенциального инвестора обеспечат ему ожидаемую выгоду. Инвестор должен увидеть прибыль не *после, а до того, как* вложит деньги в предложенный проект

4. Структура и логика разработки бизнес – плана

Структура бизнес – плана:

1. *Титульный лист.*

2. *Содержание бизнес-плана.*

3. *Резюме.*

4. *Отрасль, фирма и ее продукция (услуги).*

4.1. Текущая ситуация и тенденции развития отрасли.

4.2. Описание продукта (услуги) фирмы.

4.3. Патенты, товарные знаки, другие права собственности.

4.4. Стратегия роста фирмы.

5. *Исследование рынка.*

5.1. Общая характеристика рынка продукта.

5.2. Целевой рынок бизнеса.

5.3. Местонахождение фирмы.

5.4. Оценка влияния внешних факторов.

6. *Маркетинг-план.*

6.1. Стратегия маркетинга.

- 6.2. Предполагаемые объемы продажи.
- 7. *Производственный план.*
 - 7.1. Основные производственные операции.
 - 7.2. Машины и оборудование.
 - 7.3. Сырье, материалы и комплектующие изделия.
 - 7.4. Производственные и непроизводственные помещения.
- 8. *Организационный план.*
 - 8.1. Форма организации бизнеса.
 - 8.2. Потребность в персонале.
 - 8.3. Владельцы бизнеса и команда менеджеров.
 - 8.4. Организационная схема управления.
 - 8.5. Кадровая политика и стратегия.
- 9. *Оценка рисков.*
 - 9.1. Типы возможных рисков.
 - 9.2. Способы реагирования на угрозы для бизнеса.
- 10. *Финансовый план.*
 - 10.1. Прибыли и убытки.
 - 10.2. План движения наличности.
 - 10.3. Плановый баланс.
 - 10.4. Финансовые коэффициенты.
- 11. *Дополнения.*

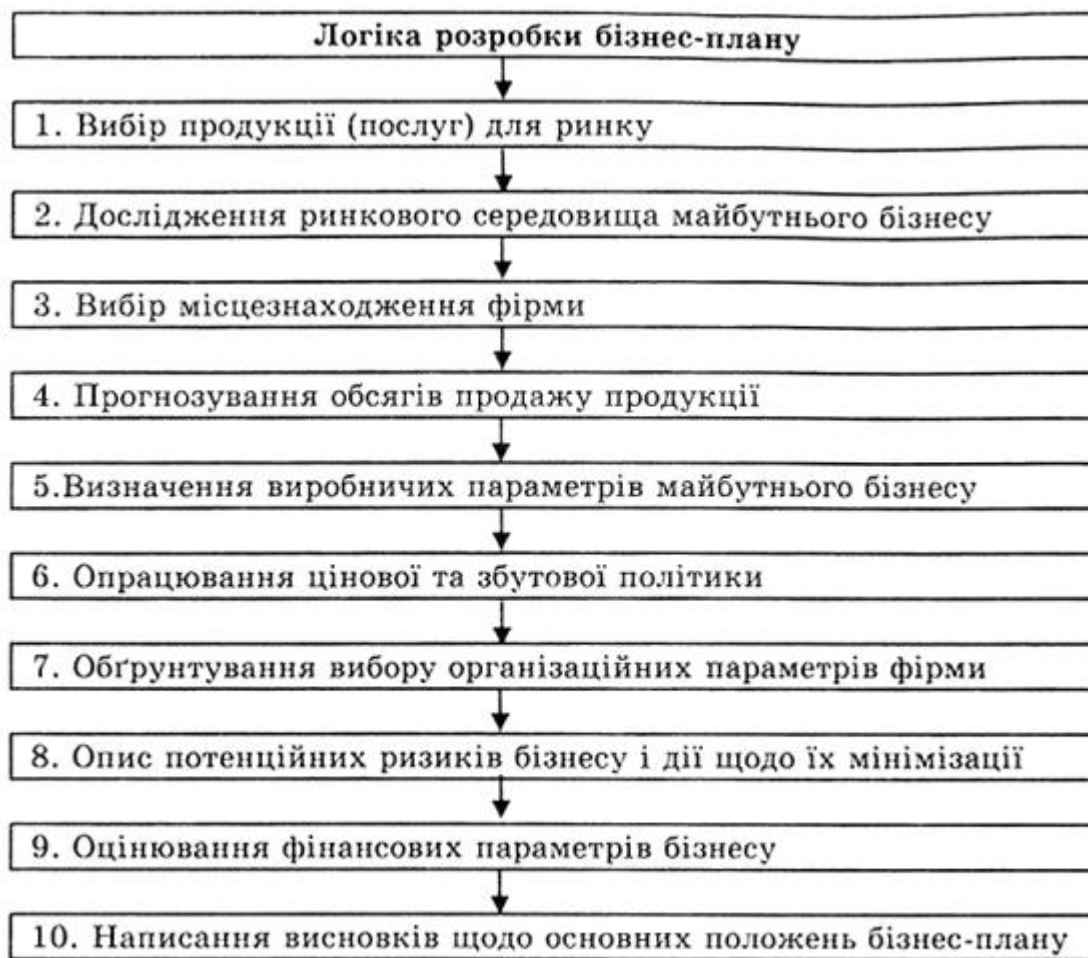


Рис. 13.1. Логіка розробки бізнес-плану

5. Правила технического оформления бизнес – плана.

Существуют также определенные правила технического оформления бизнес-плана. Они предусматривают:

- наличие титульного листа;
- наличие страницы содержания;
- размещение резюме в начале бизнес-плана;
- размещение в конце бизнес-плана дополнений;
- наличие примечаний и ссылок на источники использованной информации.

Форма титульного листа. На титульном листе отмечаются:

- полное название фирмы;
- адрес фирмы;
- телефон фирмы;
- фамилии (названия), титулы, адреса, телефоны владельцев (основателей) фирмы;
- сведения относительно характера и сферы бизнеса фирмы;
- сведения об общих финансовых потребностях;
- указание на конфиденциальность бизнес-плана;
- месяц и год составления бизнес-плана;
- фамилии авторов бизнес-плана.

На титульном листе не должно быть лишних подробностей.

Оформление содержания. Бизнес-план нужно разделить на разделы и параграфы. Поэтому за титульным листом приводится содержание, которое содержит перечень разделов, параграфов, таблиц и другого иллюстративного материала, дополнений.

Итоги темы

1. Бизнес-план — это письменный документ, в котором изложена сущность предпринимательской идеи, пути и средства ее реализации и охарактеризованы рыночные, производственные, организационные и финансовые аспекты будущего бизнеса, а также особенности управления им.

2. В рыночной системе ведения хозяйства бизнес-план выполняет две важнейшие функции: внешнюю и внутреннюю.

3. Бизнес-планы можно классифицировать по определенным признакам: по сфере бизнеса; по масштабу бизнеса; по характеристикам продукта бизнеса.

4. В процессе разработки бизнес-плана выделяют три стадии: начальную, подготовительную, основную.

5. В структуре бизнес-плана, как правило, выделяют такие составные: титульный лист; содержание бизнес-плана; резюме; отрасль, фирма и ее продукция (услуги); исследование рынка; маркетинг-план; производственный план; организационный план; оценка рисков; финансовый план; дополнения.

6. Ключевым разделом бизнес-плана является финансовый план. Главная цель финансового плана — обобщить основные положения всех предыдущих разделов бизнес-плана, возводя их в одно целое в стоимостной форме, и обосновать целесообразность реализации данного предпринимательского проекта на экономический взгляд.

Вопрос для самоконтроля

1. *Что такое бизнес-план?*
2. *В чем заключаются сущность и необходимость разработки бизнес - плана?*
3. *Какие основные цели разработки бизнес-плана?*
4. *Какая общая методология разработки бизнес-плана?*
5. *Что такое подготовительная стадия разработки бизнес-плана?*
6. *Какая структура и стадии разработки бизнес-плана?*
7. *Какие требования к стилю написания и оформления бизнес - плана?*
8. *Какое главное задание и составляющие маркетинг-плана?*
9. *Какое главное задание и составляющие производственного плана?*
10. *Какая цель и структура организационного плана?*
11. *В чем содержание и технология разработки финансового плана?*
12. *Какие цели и задания презентации бизнес-плана?*

Практические задания

1. *Используя образцы (дод. 3), разработайте бизнес-план для вашей будущей фирмы.*
2. *Сделайте расчеты финансового плана бизнес-плана вашей будущей фирмы.*
3. *Организуя проведение презентации бизнес-плана, используя основные цели, задания и разные способы повышения эффективности презентации бизнес-плана.*

Темы рефератов

1. *Бизнес-план — основа успеха.*
2. *Стратегическое планирование в предпринимательской деятельности.*
3. *Бизнес-план в рыночной системе ведения хозяйства.*
4. *Сущностная характеристика бизнес-плана.*
5. *Структура, логика разработки и оформление бизнес-плана.*
6. *Презентация бизнес-плана (цели, задания и организация проведения).*

Тесты

1. *Бизнес-план — это:*
 - 1.1. *Письменный документ, который регламентирует деятельность фирмы.*
 - 1.2. *Письменный документ, который регламентирует отношения между основателями фирмы.*
 - 1.3. *Письменный документ, в котором изложена сущность предпринимательской идеи, пути и способы ее реализации.*
2. *Зависит ли степень детализации бизнес-плана от того, или принадлежит фирма к сфере услуг или к производственной сфере?*
 - 2.1. *Да.*

- 2.2. Нет.
- 2.3. В зависимости от масштабов бизнеса.
- 2.4. В зависимости от характеристики продукта.
- 3. *За какими признаками нельзя классифицировать бизнес-планы?*
 - 3.1. За сферой бизнеса.
 - 3.2. По форме собственности.
 - 3.3. За масштабами бизнеса.
 - 3.4. За характеристиками продукта бизнеса.

4. *Какая стадия не принадлежит к общепризнанным стадиям разработки бизнес-плана?*

- 4.1. Начальная.
- 4.2. Подготовительная.
- 4.3. Основная.
- 4.4. Заключительная.

5. *Какая составляющая не входит к структуре бизнес-плана?*

- 5.1. Резюме.
- 5.2. Продукция (услуги).
- 5.3. Исследование рынка.
- 5.4. Характеристика рынка продукта.
- 5.5. Маркетинг-план.
- 5.6. План сбыта.
- 5.7. Производственный план.
- 5.8. Организационный план.
- 5.9. Финансовый план.

6. *Каким объемом (как правило) ограничивается бизнес-план?*

- 6.1. 10—15 страниц.
- 6.2. 20—25 страниц.
- 6.3. 30—35 страниц.
- 6.4. 40—45 страниц.

Ключ к тестам: 1.3., 2.2., 3.2., 4.4., 5.4., 6.2.

Ключ к тестам по темам 1.20 и 1.21.

Тема 5.1 Сущность и функции менеджмента.

Цель: усвоение понятия «менеджмент», его функций и роли, распределения труда и уровней управления, развивать самостоятельность, воспитывать культуру устной речи.

План

1. Сущность менеджмента. Сравнение понятий «менеджмент» и «управление».
2. Распределение труда и уровни управления.
3. Функции менеджмента.
4. Роль и задание менеджмента.
5. Функциональное и структурное распределение труда.

Литература:

31. Стадник В.В., Йохна М.А., Менеджмент: Учебник, К.: Академ - выдал, 2007. - 472 с.
32. Юргутис И.А., Кравчук И.И. Основы менеджмента: Учебное пособие - К.: Образование, 1998. - 256 с.
3. Кабушкін Н.И. Основы менеджмента, К.: „Освіта, 1998

1. Сущность менеджмента. Сравнение понятий «менеджмент» и «управление».

Менеджмент как наука формировался и развивался в течение многих десятилетий в США и странах Западной Европы. Широкое привлечение его достояний в практику оказывало содействие эффективной деятельности экономических субъектов, усовершенствованию механизмов управления ими, поиска действенных методов хозяйствования и обеспечило ведущую роль этих стран в мировом хозяйстве.

Менеджмент оперирует определенными экономическими категориями, ключевыми среди которых есть «объект» и «субъект».

Менеджмент как вид деятельности нацелен на продуктивное использование организацией привлеченных из внешней среды ресурсов и достижение поставленных целей.

Менеджмент (англ. *manage* — управлять) — вид деятельности, содержанием которой является целенаправленное влияние на работников организации с целью координации их действий для достижения поставленных перед организацией целей.

Решение актуальных для бизнеса задач обеспечивается рациональным и гибким взаимодействием всех элементов организации, которая возможна благодаря созданию эффективной системы менеджмента.

Система менеджмента — совокупность взаимосвязанных элементов управления организацией, которые взаимодействуют между собой и внешней средой для достижения поставленных целей на основе оптимального использования трудовых, материальных, финансовых и других ресурсов.

В отечественной практике наряду с термином «менеджмент» используют термин «управление», хотя сфера применения его более широкая. Термин «управление» употребляют относительно управления техническими системами (автомобилем, станком и т.п.); управление

социальными процессами (через институты гражданского общества); управление социально-экономическим развитием страны (через систему ее органов государственного управления и местного самоуправления), управление хозяйственной деятельностью организаций, которые функционируют в системе рыночных отношений.

Относительно организации как социотехнической системы эти термины часто используют как синонимы. Различаются они лишь тем, что, говоря о «менеджменте», имеют в виду выполнение руководящих действий профессиональным управленцем - менеджером, который имеет специальную подготовку и необходимые знания для управления людьми. Поэтому в дальнейшем термины «менеджмент» и «управление» будут использоваться как равнозначные.

Менеджмент охватывает процессы планирования, организации, мотивации и контролирования во время которых формируются и достигаются определенные цели. Характерной особенностью современного менеджмента является тесная связь с социологией, психологией, конкретными эмпирическими исследованиями деятельности организации.

Оксфордский словарь английского языка дает такие толкования «менеджмента»: менеджмент - это способ и стиль сотрудничества с людьми (работниками); менеджмент - это власть и искусство управления; менеджмент - это умение и административные привычки организовать эффективную работу аппарата управления (служб работников); менеджмент - это органы управления, административные единицы, службы и подразделения.

Итак, не существует однозначного определения менеджмента. В организации его можно рассматривать как специфический аппарат, как специальный инструмент, который используется с целью упорядочения структуры, влияния на внешние и внутренние факторы результативности и производительности, мобилизации и эффективного использования всех видов ресурсов для достижения целей.

Ведущая роль в системе менеджмента принадлежит *менеджерам* — руководителям новой формации, которые имеют всесторонние знания в областях экономики, психологии, социологии, инноватики, владеют современными информационными технологиями, техникой делового общения, благодаря чему умеют четко определять стратегические цели организации и консолидировать действия персонала для их достижения. Усилия менеджеров направляются не только на создание оптимальной архитектуры организации, которая бы оказывала содействие рациональному разделению труда, упорядочивала коммуникационные процессы, а и на формирование высокой культуры человеческого сотрудничества.

Успехи или неудачи отечественных предприятий в значительной мере обусловлены наличием или отсутствием знаний специфики управленческой деятельности у людей, которые ими руководят, причем не только у профессиональных менеджеров, а и у специалистов экономических, маркетинговых или финансовых служб. Поэтому изучение менеджмента как науки являются обязательной составляющей подготовки специалистов

экономических специальностей во всем мире. В Украине дисциплина «Менеджмент» является нормативной составляющей направления подготовки «Экономика и предпринимательство» и входит в соответствующий государственный стандарт образования.

Менеджмент как вид деятельности охватывает не только технический аспект функционирования организации - производственные процессы, а и социальный - людей, поскольку организация есть социотехнической системой. Элементы, на которые нацелена эта деятельность, образуют объекты менеджмента, которые имеют определенные пространственные и временные границы.

Объект менеджмента (объект управления) — *производственно-хозяйственная организация и ее внешнее окружение.*

Организация состоит из подразделений, каждый из которых имеет свою сферу деятельности, а значит, нуждается в применении специфических приемов и методов влияния на него. Такие подразделения выступают также объектами управления, но к ним чаще применяют термин «управляемая система».

Функции управления осуществляет субъект менеджмента, которым может быть один человек или группа людей.

Субъект менеджмента (субъект управления) — *координатор управленческих действий.*

Если управление имеет официальный характер, то субъект управления организационно и юридически оформляется как должность или совокупность должностей, которые образуют подразделение управления. В таком случае он образует *управляющую систему.*

От субъекта управления следует отличать субъект управленческой деятельности, которым может быть только физическое лицо, индивид. Именно через субъектов управленческой деятельности реализуются управленческие отношения.

Субъект управленческой деятельности — *лицо, которое реализует управленческие отношения.*

Через управленческие отношения менеджеры (субъекты управленческой деятельности) влияют на поведение работников организации. Эффективность этого влияния зависит от рационального построения управленческих отношений, поэтому они являются предметом менеджмента как науки.

Предмет менеджмента — *система производственных отношений, которая формируется в организации между работниками управляющей и управляемой систем в процессе создания продукта, предназначенного для потребностей рынка.*

Использование теоретических и практических достояний западного менеджмента в отечественной практике управления даст возможность руководителям организаций усилить их гибкость, мобильность, обеспечить положительные структурные сдвиги, а значит, будет оказывать содействие повышению эффективности их деятельности.

2. Распределение труда и уровни управления.

Распределение труда оказывает содействие выполнению работниками функций более квалифицированно и с меньшими усилиями, что уменьшает расходы организации. Разделение труда может быть горизонтальным и вертикальным. *Горизонтальное разделение труда* предусматривает образование в организации подразделений, которые специализируются на разных видах деятельности. *Вертикальное* — отмежевывает непосредственное выполнение работы от работы по координированию деятельности исполнителей; отображается в иерархии уровней менеджмента.

Результатом вертикального разделения труда есть образованием уровней управления.

Чаще всего выделяют три уровня управления:

- а) технический уровень (низший) - менеджеры, которые руководят преимущественно рабочими (бригадиры, мастера, начальники смен, производственных участков и т.п.);
- б) управленческий уровень (средний) - менеджеры, ответственные за ход производственных процессов в подразделениях, которые состоят из нескольких структурных единиц; менеджеры штабных и функциональных служб аппарата управления; руководители вспомогательных и обслуживающих производств, целевых программ и проектов;
- в) институционный уровень (высший) - администрация предприятия, которая осуществляет общее стратегическое руководство; на этом уровне занято всего 3-7% общего управленческого персонала.

Наличие управления как особого вида деятельности. Чтобы организация могла достичь поставленных целей, необходимо координировать работу всех работников, т.е. управлять (руководить) ими. Назначение управления - предоставить организационной работе системность, порядок, предсказуемость, логику, постоянность, несмотря на изменчивость и сложность среды, в которой работает организация.

Успешность управления организациями в большей мере зависит от понимания их характеристик. Это дает возможность правильно формировать ресурсную базу, привлекая те ресурсы, которые обеспечат организации существенные конкурентные преимущества; разработать эффективную стратегию взаимодействия с факторами внешней среды; сформировать оптимальную управленческую иерархию, эффективные процедуры и механизм управления.

3. Функции менеджмента.

Управленческая деятельность предусматривает выполнение определенных функций. Каждая функция нацелена на решение специфических проблем, с которыми сталкивается организация в своей деятельности. Ныне в теории управления существует несколько классификаций функций менеджмента. Чаще всего за основу классификации

берут степень проявления функции в управленческой деятельности. По этому признаку выделяют общие и конкретные (частичные) функции.

Общие функции менеджмента. К ним относят прогнозирование, планирование, организацию, мотивирование, контролирование и координирование (регулирование). Они определяют только вид управленческой деятельности не зависимо от места его возникновения; присущи управлению любой организацией и всем процессам в организации.

Формируют управленческий цикл; который охватывает стадии:

- принятие управленческого решения;
 - реализацию принятого решения;
 - контроль за реализацией решения.
- Взаимосвязь общих функций управления и их взаимодействие в процессе осуществления управленческий цикл изображен на рис. 1.

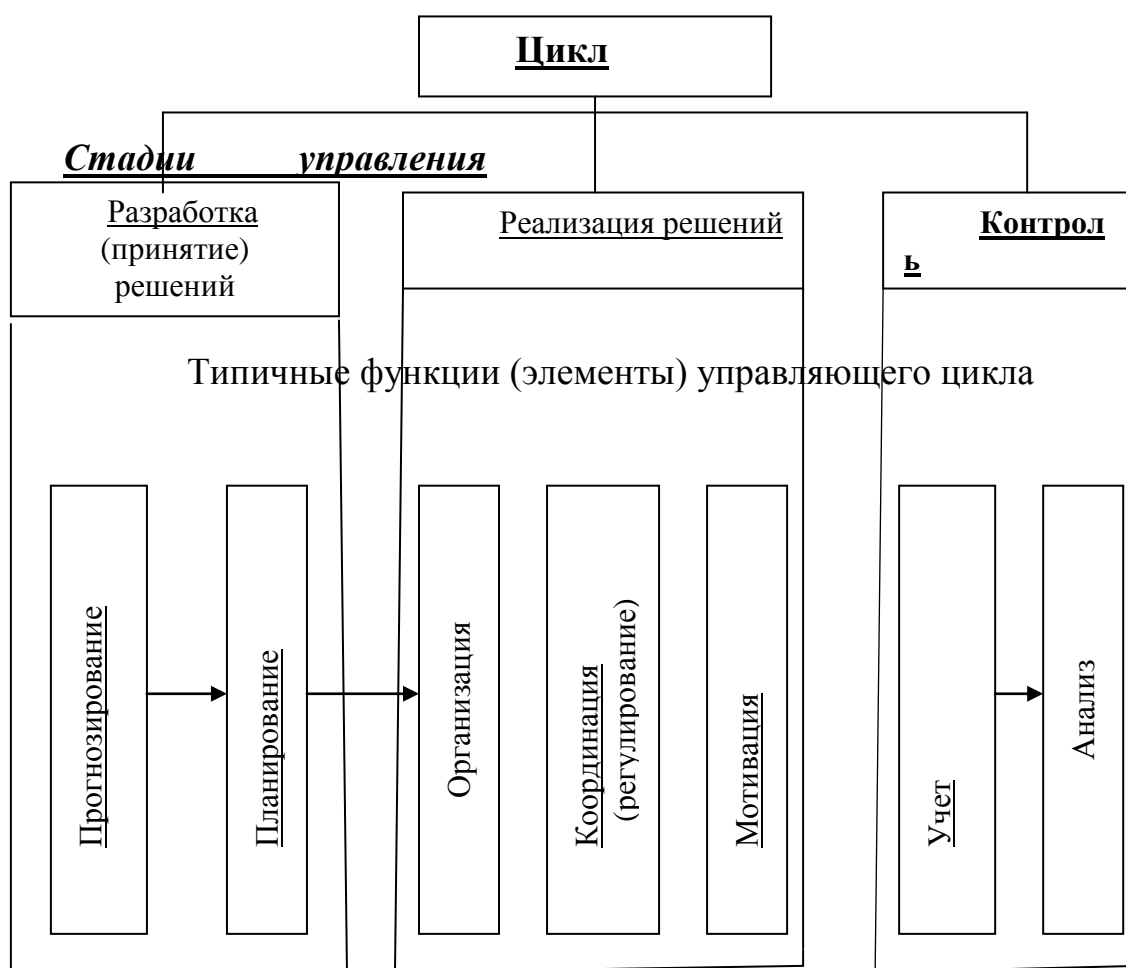


Рис. 1. Взаимосвязь общих функций управления

Важнейшими из общих функций управления является планирование, организация, мотивирование и контролирование.

Конкретные функции менеджмента. Они выделяются соответственно задачам управления деятельностью организации, обусловлены горизонтальным разделением управленческого труда и направлены на конкретные факторы производства или сбыта. К ним относят:

- управление инновациями;
- управление производством;
- управление финансами;
- управление маркетинговой деятельностью;
- управление персоналом и др.

Конкретные функции менеджмента тесно переплетаются, взаимопроникая и дополняя одна другую (рис.2).

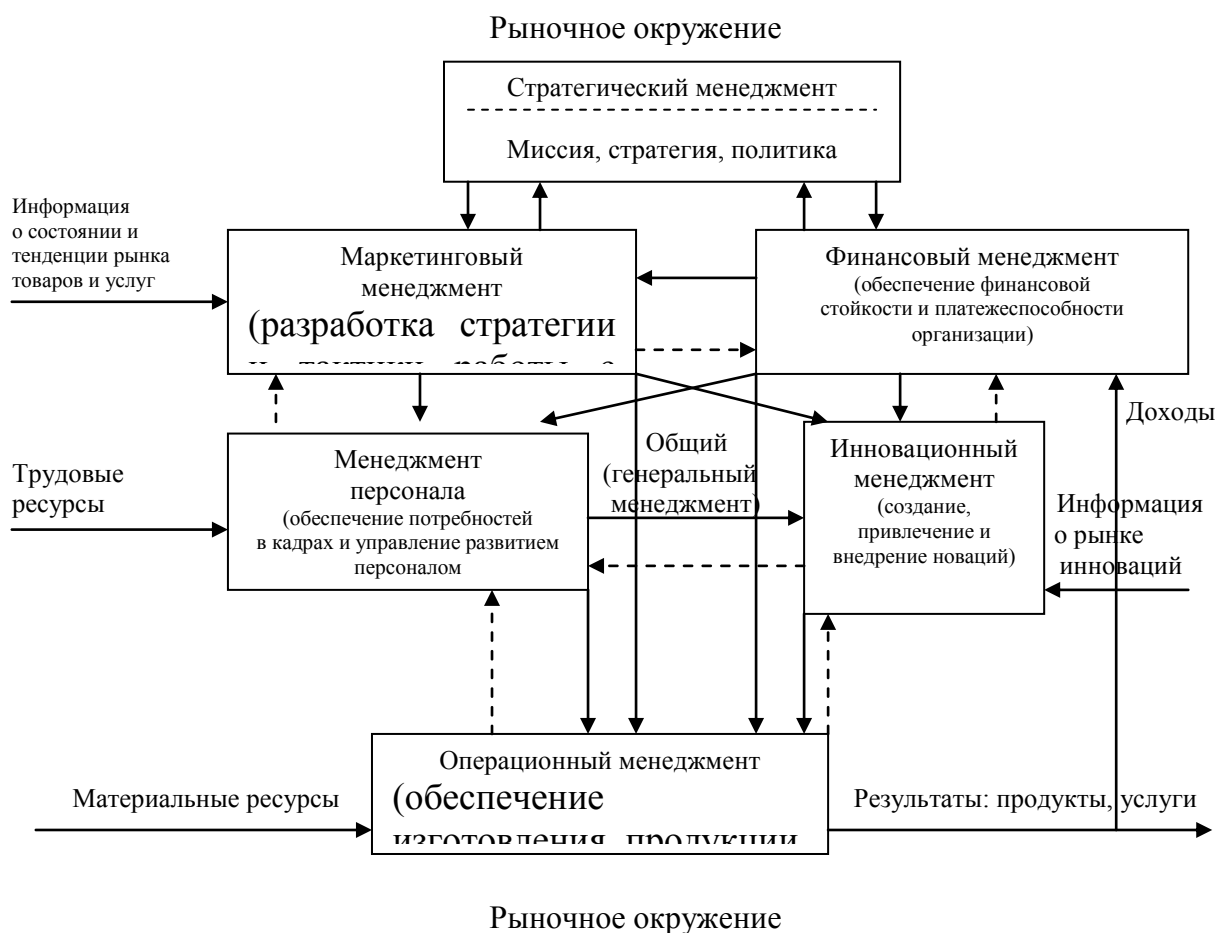


Рис. 2. Взаимосвязь конкретных функций менеджмента

При этом они реализуются через общие. Например, задача приспособления производства к требованиям и спросу рынка требует выполнения функции маркетинга, в пределах которой определяются основные направления и пропорции развития производства, функция планирования; налаживаются организационные отношения между разными подразделениями для реализации управленческих решений и достижения запланированных результатов, функция организации; реализовываются

управленческие решения (функции контролирования, мотивирование и регулирование).

При выполнении каждой из функций менеджеры обрабатывают информацию о состоянии организации и условиях ее взаимодействия с внешней средой, на основе чего принимают решение относительно целей организации и путей и средств их достижения. Итак, последовательное и взаимосвязанное осуществление функций менеджмента обеспечивает процесс управления организацией, целью которого является эффективное функционирование и развитие.

Координация усилий работников организации обеспечивается через общие функции менеджмента - планирование, организацию, мотивацию, контролирование. Выполняя их, менеджеры могут выступать в разных ролях - от генераторов идей до педантичных распорядителей, что дает возможность им эффективно использовать имеющиеся производственные ресурсы.

4. Роль и задание менеджмента.

Задачи менеджмента предприятий могут быть реализованы только благодаря деятельности определенной категории работников - менеджеров.

Менеджер — специалист, который профессионально занимается управленческой деятельностью в конкретной области функционирования предприятия.

Объем работ менеджера определяется видом предпринимательской деятельности, должностью и ее местом в иерархической ее системе, квалификацией управленческого персонала, наличием заместителей и помощников, финансовым состоянием предприятия, его конкурентоспособностью, стилем работы и т.п.. Но при любых условиях роль менеджеров в управленческом процессе характеризуется большим разнообразием функций.

Американский экономист Генри Минцберг, используя метод структурного наблюдения, выделил десять управленческих ролей менеджеров, которые объединил в три группы:

1) межличностные роли:

- номинальный руководитель (главная фигура, символ юридической власти, наделенный правом представлять организацию, подписывать необходимые документы и принимать посетителей);
- лидер (ответственный за мотивацию и активизацию подчиненных, за подбор кадров);
- посредник (согласительное звено в коммуникационных процессах, устанавливающий внешние контакты);

2) информационные роли:

- нервный центр (принимает, накапливает и анализирует несистематизированную информацию);

- распространитель информации (предлагает отобранную необходимую для работы информацию подчиненным);
- представитель (предлагает отобранную информацию внешнему миру, действует как эксперт в своей области);

3) роли, которые нуждаются в принятии решений (завершающие роли):

- предприниматель (занимается проектированием и внесением изменений в деятельность организации);
- ликвидатор отклонений (корректирует действия в случае отклонения от спроектированного сценария развития);
- распорядитель ресурсов (принимает решения, связанные с распределением ресурсов);
- составитель соглашений (принимает участие в переговорах относительно защиты интересов организации).

Менеджеры могут выполнять, все роли не зависимо от должности. Речь идет лишь о преобладании одних ролей над другими и о их содержательной нагрузке.

Особой есть роль предпринимателя. *Предприниматель* — это человек, который сам ставит перед собой важные для него цели, готовый рисковать для их достижения, принимая на себя финансовую, моральную, социальную ответственность; индивид, который ориентируется на инновации, на процесс создания нового. Менеджер, выполняя эту роль, руководствуется в своей работе не только чужими целями, используя имеющиеся ресурсы для их достижения, а сам отыскивает возможности улучшения деятельности организации, иницируя в ней изменения и беря на себя ответственность за их последствия. Сознательное принятие риска, связанного с внедрением инноваций, уподобляет такого менеджера предпринимателю.

Разделение управленческой работы в организации является основой классификации управленческого персонала. Выделяют такие виды разделения труда управленцев: профессионально-квалификационный, функциональный, структурный.

5. Функциональное и структурное распределение труда.

Профессионально-квалификационное разделение труда. Оно учитывает виды и сложность выполняемых работ. По этому критерию управленческий персонал разделяют на руководителей, специалистов, технических исполнителей.

Руководители возглавляют коллектив. Они наделены необходимыми полномочиями принимать решение по конкретным видам деятельности организации, несут ответственность за результаты ее работы. Именно их называют менеджерами. В зависимости от того, какие подразделения они возглавляют — основные производственные или функциональные — различают *линейных менеджеров* (директора, начальники цехов, мастера,

бригадиры) и *функциональных* (главный экономист, начальник отдела маркетинга или кадров и др.).

Специалисты анализируют информацию относительно состояния организации и условий ее деятельности и готовят варианты решений для руководителей соответствующего уровня. К ним принадлежат экономист, бухгалтер, технолог, маркетолог, юрист и др.

Технические исполнители обслуживают деятельность специалистов и руководителей, выполняют информационно-технические операции, освобождая руководителей и специалистов от рутинной работы.

Приблизительное соотношение расходов времени по исполнению названных видов работ работниками разных управленческих категорий представлены в табл. 1.

Таблица 1.

Распределение работ среди управленческого персонала по их видам, %

Виды работ	Категории работников		
	Руководители	Специалисты	Технические исполнители
Работа с информацией	30%	60%	80%
Организационная работа	40%	15%	—
Подготовка и принятие решений	30%	25%	20%

Функциональное разделение труда. Основывается оно на формировании групп работников аппарата управления, которые выполняют одинаковые функции менеджмента, в частности планирование (плановый отдел), мотивирование (отдел работы и заработной платы), контролирование (бухгалтерия, отдел контроля качества) и т.п. Возглавляют эти службы функциональные менеджеры, а в состав их входят специалисты соответствующей специальности.

Структурное разделение труда. Оно осуществляется соответственно масштабам и сфере деятельности организации и отображает систему иерархических отношений в ней. По этому критерию выделяют руководителей трех уровней управления: верхнего, среднего и низового.

Руководители высшего уровня имеют наибольшую власть и несут ответственность за деятельность всей организации. Это директора и их заместители. Они определяют общие направления деятельности предприятия, принимают ключевые решения относительно текущих дел, разрабатывают стратегию, формируют политику и представляют организацию за ее пределами. От их зависят цели фирмы и способы их достижения (рис. 3.).

Потребители, поставщики и конкуренты

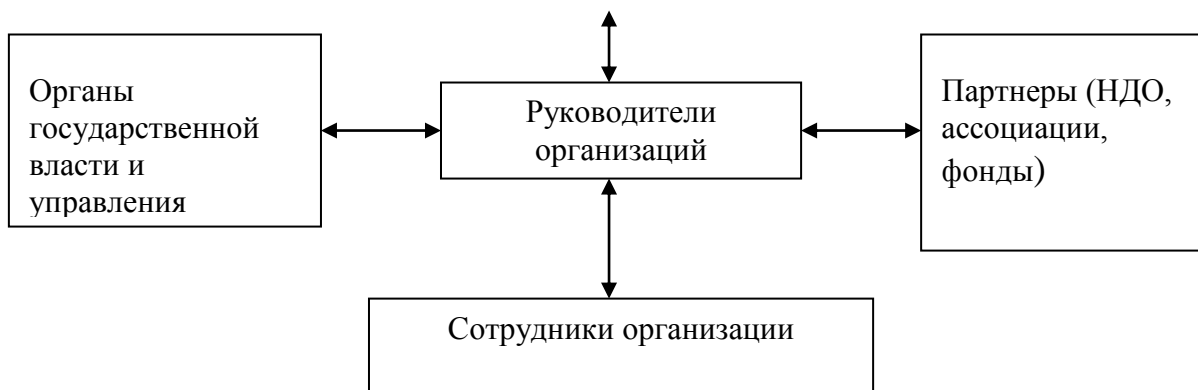


Рис. 3.. Среда взаимодействия руководителя высшего звена управления

Руководители среднего уровня разрабатывают планы общих задач, установленных высшим руководством, вносят предложения относительно улучшения работы возглавляемого ими подразделения и организации в целом, координируют работу руководителей низшего звена. В их деятельности преобладает решение тактических задач.

Руководители низового уровня (менеджеры-контролеры) отвечают за выполнение производственных задач, непосредственное использование выделенных ресурсов, контролируют работу исполнителей, реализуют планы, разработанные на высших уровнях управления. Они решают преимущественно оперативные задачи.

Характер основных решений менеджера зависит от его места в системе иерархических отношений организации, а также от круга функций, закрепленных за ним. Чем выше иерархический уровень менеджера, тем в большей мере его деятельность касается стратегического планирования, а чем ниже - непосредственного выполнения работы.

Эффективность работы менеджера зависит от многих внутренних и внешних факторов, а способность влиять на ход событий - от присущих ему деловых и личностных качеств.

Деятельность в сфере управления характеризуется определенными особенностями:

- менеджер должен иметь более глубокие и более разносторонние знания по сравнению с другими работниками;
- деятельности менеджера присуща более широкая организационная свобода и самостоятельность, сложность и нестабильность, поэтому он должен быть способным принимать рискованные решения;
- потери от низкого качества работы руководителя значительно большие, чем простого рабочего; они могут возрастать, если рассматривать иерархическую пирамиду управления снизу вверх; поэтому управленческие решения должны быть обоснованными;
- высокая ответственность, вероятностный характер работы и частые стрессовые ситуации требуют от менеджера умения руководить своим

физическим и эмоциональным состоянием, быть способным к быстрой релаксации (лат. *relaxatio* - расслабление) и восстановлению сил.

Согласно исследованиям современного английского экономиста Майкла Армстронга успешным руководителям присущи такие качества:

- умение оперировать основными факторами (выделять главное, определяющее) и мыслить концептуально;
- владение соответствующими профессиональными знаниями;
- умение анализировать, принимать решение и решать проблемы;
- умение отслеживать ситуацию;
- способность быстро восстанавливать физические и душевные силы;
- опережающая активность;
- способность к творчеству;
- сбалансированные привычки и желания учиться;
- социальные (коммуникативные) привычки и способности;
- знание самого себя.

Отечественные научные работники, анализируя опыт управления успешными украинскими предприятиями, отмечают, что современный менеджер должен владеть такими деловыми качествами: высокой эрудицией и профессиональной компетентностью; склонностью к лидерству в коллективе; предприимчивостью и способностью эффективно действовать в условиях экономического риска; практическим умом и здравым смыслом; коммуникабельностью; инициативностью и энергичностью; требовательностью и дисциплинированностью и т.п..

Эффективность управленцев в большей мере зависит от уровня их теоретической подготовки. Современный менеджер должен владеть фундаментальными знаниями по макро - и микроэкономике, теории управления, теории личности и лидерства, социологии, психологии и права, информационных технологий и др.

Вместе с тем успешная деятельность менеджеров обеспечивается:

- созданием эффективных систем и механизмов управления;
- правильным определением целей и приоритетов в работе;
- формированием слаженного коллектива, достижением взаимодействия между работниками и координацией их деятельности;
- умелой организацией работы людей, созданием побудительных мотивов, обеспечением развития людей, поддержанием их энтузиазма;
- постоянным усовершенствованием способов, методов и приемов выполнения управленческих операций.

Все это дает возможность менеджерам сформировать условия, при которых управляемая ими организация будет способной гибко реагировать на изменения внешней среды, достигая поставленные цели.

Вопросы. Задача

1. Раскройте сущность терминов «менеджмент», «система менеджмента», «объект и субъект менеджмента», «предмет менеджмента».
2. Почему менеджмент называют искусством управления?
3. Охарактеризуйте организацию как социотехническую систему и объект менеджмента.
4. Приведите классификацию предприятий, которые функционируют в Украине.
5. Охарактеризуйте менеджмент как особый вид деятельности.
6. Назовите основные сферы и уровни менеджмента и проанализируйте соотношение ролей и задач в работе руководителей разных уровней.
7. Раскройте сущность и особенности управленческой деятельности.
8. Охарактеризуйте основные категории управленческих работников.
9. По каким критериями осуществляется разделение труда в управлении?
10. Что определяет состав функций управления?
11. В чем заключается отличие между менеджером и предпринимателем?
12. Какой менеджер будет более успешным - экспериментатор или консерватор? Обоснуйте свою мысль.
13. Почему менеджеры должны иметь положительный взгляд на вещи?
14. Какие черты менеджера помогают ему создать команду-победительницу? Обоснуйте ответ.

Тесты

1. Функции планирования, организации, контролирования, мотивирования, представляют _____ менеджмента:
 - а) философию;
 - б) проблемы;
 - в) процесс;
 - г) дилеммы;
 - д) цели.
2. К общим функциям управления организацией принадлежат:
 - а) прогнозирование, планирование, организация, мотивирование, координирование, контролирование;
 - б) планирование, организация, специализация, мотивирование, контролирование;
 - в) маркетинг, планирование, организация, мотивирование, контролирование
3. Управленческий персонал разделяют на руководителей, специалистов, служащих (технических исполнителей):
 - а) в зависимости от функциональной роли в процессе управления;
 - б) в зависимости от должности, которую они занимают;
 - в) в зависимости от личной роли в управлении предприятием.

4. Действуют на основе единовластия, отвечают за состояние и развитие организации или ее подразделений _____ менеджеры:

- а) линейные;
- б) функциональные;
- в) операционные;
- г) финансовые.

5. К линейным менеджерам не принадлежат:

- а) директор предприятия;
- б) начальник цеха штампования;
- в) начальник отдела рекламы;
- г) начальник сборочного участка.

6. Создание эффективной системы и механизма управления организацией предусматривает:

- а) правильное определение целей и приоритетов в работе;
- б) формирование сплоченного коллектива;
- в) умелую организацию работы персонала, создание побудительных мотивов, обеспечение развития работников, укрепление их единства, поддержание энтузиазма;

7. Какое из утверждений характеризует конкретную функцию менеджмента?

- а) управление финансами;
- б) управление производством;
- в) контролирование;
- г) организация.

8. Что не принадлежит к стадиям управления?

- а) разработка решений;
- б) выбор метода;
- в) принятие решения;
- г) контроль;
- д) взаимодействие.

9. На стадии разработки решений менеджер осуществляет:

- а) контроль;
- б) прогнозирование;
- в) организацию;
- г) планирование.

10. На стадии реализации решений менеджер осуществляет:

- а) организацию;
- б) контроль;
- в) координирование;

- г) мотивирование;
- д) планирование.

11. На стадии контроля решений менеджер осуществляет:

- а) учет;
- б) анализ;
- в) прогнозирование;
- г) организацию.

Тема 5.2 Основные школы управления и современные концепции менеджмента

Цель: сформировать систему знаний об основных школах управления, развивать любознательность, воспитывать культуру речи.

План.

1. Школа научного управления (рационалистическая).
2. Школа рациональной бюрократии.
3. Школа административного управления.
4. Школа человеческих отношений.
5. Школа человеческих ресурсов.
6. Поведенческая, или бихевиористская школа.
7. Школа науки управления.
8. Современные концепции менеджмента: системный подход к управлению организациями, ситуационный подход к управлению организациями.

Литература:

33. Стадник В.В., Йохна М.А., Менеджмент: Підручник, К.: Академ - видав, 2007. - 472 с.
34. Юргутіс І.А., Кравчук І.І. Основи менеджменту: Навчальний посібник – К.: Освіта, 1998. -256 с.
3. Кабушкін Н.І. Основи менеджменту, К.: „Освіта, 1998

1. Школа научного управления (рационалистическая).

В середине XIX ст. началось бушующее развитие промышленности. Появились гигантские предприятия, на которые работали тысячи людей. Необходимо было координировать и контролировать их деятельность, обеспечивать высокое качество их работы. Старая система управления, которая использовала преимущественно эмпирические достижения, с этим заданием не справлялась. Несоответствие старой практики и новых условий было особенно ощутимо на американских предприятиях, которые

стремительно развивались. Именно на них проводились эксперименты по изучению влияния разных факторов и условий труда на его производительность. Результаты экспериментов Ф. Тейлора, Г. Ганта, Ф. и Л. Гилбретов, Г. Эмерсона дали возможность сформулировать основные положения школы научного управления.

Она принадлежит к *классическому* направлению в менеджменте. Основоположник - Фредерик Тейлор (1856-1915), которого называют «отцом научного менеджмента». Пройдя путь от рабочего до главного инженера сталелитейной компании, он особое внимание уделял вопросам нормирования труда, организации рабочих мест и анализа трудовых движений на основе усовершенствованной методики учета расходов рабочего времени. В его работах содержатся конкретные рекомендации относительно улучшения работы рабочих и использования средств производства, введения четкого регламента и стандартов на средства труда, инструменты, рабочие операции и движения; четкого учета рабочего времени, использования дифференцированной оплаты труда и т.п.. Благодаря его исследованиям производительность труда на заводах компании Bethlehem Steel выросла в 3,5-4 раза, заработная плата - на 60%, причем не за счет интенсификации труда, а благодаря более рациональной его организации.

Свои взгляды относительно нормирования и стимулирования труда и роли менеджеров Ф. Тейлор обобщил в книгах «Управление предприятием» (1903) и «Принципы научного управления» (1911). Он рекомендовал придерживаться таких принципов управления: научного изучения содержания и способов выполнения каждой задачи; отбора работников и обучения их рациональным методам выполнения работы; обеспечения рабочего места всем необходимым для выполнения работы; стимулирования выполнения производственных задач.

Ф. Тейлор пропагандировал активное управление производством, суть которого видел в том, чтобы работа каждого исполнителя была спланирована руководителем хотя бы на день заведомо и чтобы каждый работник имел инструктивные карточки с определением конкретной задачи, средств, методов и приемов его выполнения. Главнейшим в управленческой работе Ф. Тейлор считал умение определять и реализовывать цели.

Приверженцем Ф. Тейлора был Генри Гант (1861- 1919), который работал вместе с ним в нескольких компаниях. Он интенсивно использовал в оперативном управлении графические методы, известные ныне как «графики Ганта». Гант начал производственное календарное планирование, которое основывалось на производительности технических средств. Несколько позднее в своих исследованиях он указывал и на социальные аспекты управления.

Распространению системы Ф. Тейлора в развитых странах содействовало супруги Лилин (1878-1972) и Френка Гилбретов (1868-1924). Они продолжали поиск «единого наилучшего метода выполнения работ», изучали вопрос, связанный с выполнением физического труда в

производственном процессе, исследовали связь между научным менеджментом и социологией и психологией. Заслугой Гилбретов является детальное изучение рабочих движений, широкое внедрение в практику и менеджмент измерительных методов и инструментов.

Современник Ф. Тейлора американский инженер Гарингтон Эмерсон (1853-1931) разработал принципы повышения эффективности не только производственного труда, а и любой деятельности человека: в государственном управлении, во внешней политике, в военном деле, на транспорте и в домашнем хозяйстве. Г. Эмерсон определял эффективность как максимально выгодное соотношение между израсходованными усилиями, деньгами, оборудованием и т.п. и экономическим результатом. Это определение не потеряло своего значения и ныне.

Вопреки всем позитивам рационалистической школы, она имела и существенные недостатки: основное внимание уделяла рационализации производства без учета индивидуальных качеств работников, пренебрегала социальные аспекты отношений, игнорировала профессионализм и способность квалифицированных работников подавать идеи и предложения относительно усовершенствования труда. Это препятствовало эффективному использованию всего потенциала производственных предприятий.

2. Школа рациональной бюрократии.

Ее основоположник - немецкий ученый Макс Вебер (1864-1920). Он считал, что управление организациями следует осуществлять на сугубо рациональной, обезличенной основе. Это дает возможность четко определять должностные обязанности и ответственность работников и реально оценивать их работу. Менеджеры на таком предприятии не должны быть его владельцами, которые часто действуют весьма рискованно и субъективно, а должны работать согласно правилам и процедурам, что гарантирует предсказуемость их поведения. Вебер считал, что такая организация будет более эффективной, поскольку в меньшей мере будет зависеть от воли и желания конкретных людей. Однако это было справедливым лишь для больших компаний и относительно стабильных условий хозяйствования, чем характеризовалась первая половина XX ст. Дальше, как показал опыт, соблюдение бюрократических правил и процедур стало отрицательно влиять и на имидж, и на развитие предприятий.

3. Школа административного управления.

Она принадлежит к классическому направлению менеджмента. Основал ее француз Анри Файоль (1841—1925). Он исследовал организацию в общем, а не отдельные направления ее деятельности, изучал и описывал сугубо управленческую работу, чего до него не делал никто. Файоль выделил пять функций управления: планирование, организация, координирование, мотивирование и контролирование. Итак, ученый начал *процессуальный подход* к управлению организацией, рассматривая управление не как множество самостоятельных актов, а как серию повторяемых

взаимосвязанных действий, в пределах которых последовательно и непрерывно реализуются вышеназванные функции. Главная задача менеджмента, по мнению Файоля, состояла именно в обеспечении такой последовательности и непрерывности.

Достижения административной школы менеджмента послужили причиной изменения взглядов на сущность управления: если представители традиционного подхода акцентировали внимание на самостоятельности отдельных управленческих действий, то процессуального - на их взаимообусловленности.

А. Файоль сформулировал 14 принципов административного управления, которые не потеряли своего значения и ныне.

- 1) власть неотъемлема от ответственности;
- 2) разделение труда при специализации (тем не менее в этом процессе есть граница, за которой эффективность резко падает);
- 3) единство распоряжения или единоначалие (противоречит функциональному подходу к управлению, обоснованному Тейлором);
- 4) дисциплина обязательна для всех. Она предусматривает взаимное уважение руководителей и подчиненных;
- 5) единство руководства по принципу "Один руководитель и единый план для совокупности операций, которые имеют общую цель";
- 6) подчинение индивидуальных интересов общим;
- 7) справедливое для всех вознаграждение;
- 8) умная специализация, которая ослабляется с расширением масштабов предприятия;
- 9) иерархия, которая предусматривает минимизацию управленческих степеней и полезность горизонтальных связей;
- 10) порядок, в основу которого положен принцип "Каждому свое место и каждый на своем месте";
- 11) справедливость, которая обеспечивает преданность персонала администрации и объективность администрации;
- 12) стойкость персонала или текучесть - следствие неудовлетворительного руководства;
- 13) инициатива, которая требует от руководителя всестороннего поощрения и угнетения личного тщеславия;
- 14) корпоративный дух, т.е. общность интересов работников и коллективизм в работе.

Исследования административной школы менеджмента создали подпочву для более глубокого изучения возможностей повышения эффективности управления организациями. Эти возможности крылись в сфере человеческих отношений. Первые шаги в этом направлении сделала Меря-Паркер Фоллет (1868—1933). Именно ей принадлежит выражение: «Менеджмент — это обеспечение выполнения работы с помощью других лиц». Она предложила свою концепцию лидерства, которая начала новое направление в менеджменте — *гуманистический*. Приверженцы этого направления уделяли основное внимание анализу поведения людей в

процессе выполнения работы, их социальному взаимодействию. В пределах этого направления сформировались три школы: человеческих отношений, человеческих ресурсов и поведенческая школа.,

4. Школа человеческих отношений.

Кроме М.-П. Фоллет, ее представителями были Честер Барнард (1886-1961) и Элтон Мейо (1880-1949). Барнард исследовал неформальные организации в пределах формальных и создал теорию принятия власти, согласно которой люди сами решают, выполнять ли им приказы. Как правило, приказы выполняются тогда, когда это приносит личную выгоду исполнителям.

Эксперименты, которые Э. Мейо проводил в Хоторне, удостоверяли, что высокую производительность обеспечивают не только рационализация работы, а и отношения между людьми в процессе ее выполнения. Создание комфортной в психологическом плане атмосферы (доброжелательное, внимательное отношение руководства к рабочим, доверие к руководителю и т.п.) оказывает содействие улучшению их труда.

На основе работ Мейо, Фоллет и Барнарда была сформулирована новая философия человеческих отношений, которая учитывала психологические мотивы поведения людей в процессе производства, проблемы групповых отношений, групповые нормы, конфликты и сотрудничество, коммуникационные барьеры, неформальные организации.

Приверженцы концепции «человеческих отношений» утверждали, что экономические интересы людей не единственные побудительные мотивы, что человека можно также поощрить к работе удовлетворением его социальных и психологических нужд. Речь шла о стремлении к личному признанию, формированию чувства коллективизма, собственной значимости и т.п..

На основании концепции «человеческих отношений» были разработаны рекомендации относительно того, как следует руководить подчиненными, как заставить их смириться с дальнейшей интенсификацией труда и др.

5. Школа человеческих ресурсов.

Использование ее положений дает возможность лучше обеспечивать основную человеческую потребность в удовлетворении трудом и полнее обнаруживать все потенциальные возможности работника. Ее основоположники — Абрахам Маслоу (1908—1970) и Дуглас Мак-Грегор (1906—1964). Так, Маслоу сосредотачивался на изучении потребностей индивидуумов, на основе чего разработал *иерархию потребностей работников* и *теорию мотивации*, которая была построена на таких предположениях относительно человеческой природы: человеческие стремления нуждаются в удовлетворении; человеческие действия направлены на полное удовлетворение желаний, но часто индивиды не имеют возможности это сделать. Маслоу подчеркивал, что не следует переоценивать значение денег в стимулировании работников, необходимо

также создавать благоприятную рабочую атмосферу, при которой работники могут обнаруживать все свои способности.

Мак-Грегор предостерегал от упрощенного подхода к проблеме человеческих отношений, которые было присуще классическому менеджменту. Опираясь на собственный опыт работы менеджером и консультантом, а также на работу Маслоу, он сформулировал *теорию X* и *теорию Y* (табл. 1.3). Ученый-практик считал, что классический менеджмент опирается на положение теории X, школа человеческих отношений старается их модифицировать, но соответствует действительности положения теории Y.

Таблица 1

Основные положения теорий X и Y

Теория X	Теория Y
<ul style="list-style-type: none"> - обычный индивид не любит работать и избегает работы; - поскольку большинство людей не любит работать, то для достижения целей организации руководители должны заставлять подчиненных трудиться, контролировать их действия и наказывать за вину; - обычный работник имеет небольшие амбиции, избегает ответственности и хочет, чтобы им руководили. Более всего он ценит свою безопасность 	<ul style="list-style-type: none"> - работа для человека есть такой же естественной, как игра или отдых; - неправильно рассматривать контроль и принуждение как единственно возможные способы побуждения к работе. Целенаправленный человек демонстрирует эффективное самоуправление и самоконтроль; - при определенных условиях обычный индивид не только готов отвечать за порученное дело, а и берет на себя дополнительную ответственность; - большинство работников обнаруживают высокий уровень мастерства и изобретательности; - в современных условиях интеллектуальный потенциал среднего работника используется не полностью

6. Поведенческая, или бихевиористская школа.

Она принадлежит к гуманистическому направлению. Главная задача ее приверженцев (Фредерик Герцберг, Крис Арджирис, Девид Мак-Клелланд и др.), которые приняли за основу классификацию нужд А. Маслоу, - определение и анализ мотивов поведения работника и его взаимодействия с другими людьми в организационном окружении. Достижения этой школы используют по сей день практически всюду; они дают возможность усилить мотивацию людей к труду.

7. Школа науки управления.

Ее представители использовали *количественный подход* к менеджменту. Получила свое развитие в годы Второй мировой войны, когда возникла потребность в объединении усилий менеджеров, членов правительства, ученых разных сфер знаний для решения сложных проблем ведения войны. Война заставила Англию, а потом и США искать способы эффективной противовоздушной обороны и противодействия нападениям немецких подводных лодок. По окончании войны исследования способов повышения эффективности управления с помощью научных методов познания начали проводить и на промышленных предприятиях. Особенно активно концепцию количественного подхода к управлению внедряли в производственный менеджмент, в частности для решения проблем планирования производства, оптимизации его структуры, контроля качества, управления производственными запасами и т.п..

Количественные методы основываются на использовании математики, статистики, а также информационного обеспечения с целью разработки и обоснования управленческих решений. Значительно повысили эффективность этих методов современные компьютерные системы, которые дали возможность применять для решения сложных, формализованных задач новейшие информационные технологии.

6. Современные концепции менеджмента: системный подход к управлению организациями, ситуационный подход к управлению организациями.

Современная система взглядов на управление сформировалась под влиянием изменений в мировом общественном и экономическом развитии. Во второй половине XX ст. страны-лидеры вступили в постиндустриальную эпоху, что было обусловлено ускорением научно-технического прогресса, концентрацией научного и производственного потенциала. Появились новые возможности для роста бизнеса, особенно в областях, которые ориентировались на удовлетворение непосредственных потребностей людей.

В 60—70-е годы XX ст. сформировались два подхода к управлению организациями, которые интегрировали предыдущий опыт, — *системный* и *ситуационный*.

Системный и ситуационный подходы рассматривали организацию как открытую систему, объединенную многочисленными связями с внешней средой.

Системный подход к управлению организациями. Видное место в развитии этого подхода принадлежит американским ученым - основоположнику кибернетики Норберту Винеру (1894-1964) и экономисту Кеннету Боулдингу (нар. 1910). За основу они взяли понятие системы.

Система (греч. systema - образование, составление) - совокупность взаимосвязанных элементов, которые взаимодействуют между собой и внешней средой в процессе достижения поставленных целей.

Согласно системному подходу эффективность каждой организации обеспечивается не одним ее элементом, а является результирующей тесного

взаимодействия всех составляющих. Исследователи американской консалтинговой фирмы «Мак-Кинси» выделили семь таких составляющих, которые, по их мнению, являются важнейшими для развития каждой организации:

- 1) стратегия (strategy) - планы и направления действий, которые являются приоритетными для организации, на основе которых осуществляется распределение ее ресурсов;
- 2) привычки (skill) - выдающиеся профессиональные знания и умения ключевых работников организации;
- 3) общепризнанные ценности (shared values) - важнейшее в деятельности организации, что учитывается всеми работниками при решении производственных и управленческих проблем, накладывая определенные ограничения на выбор способов их решения;
- 4) структура (structure) - внутреннее строение организации, которая отображает иерархическую подчиненность ее структурных элементов и распределение власти между ними;
- 5) системы (systems) - процедуры и рутинные процессы, которые осуществляются в организации;
- 6) штаты (staff) - структура персонала организации (квалификационная, вековая, за статью и т.п.);
- 7) стиль (style) - доминирующий стиль управления организацией.

Ситуационный подход к управлению организациями. Он возник в 60-е года XX ст. Предусматривает отказ от обобщения, от выявления универсальных закономерностей функционирования системы. Согласно этому подходу главным в обеспечении эффективного управления организацией является изучение конкретных условий ее деятельности. Основные положения ситуационного подхода в управлении разработаны американскими теоретиками в сфере управления Питером Друкером (нар. 1909), Игорем Ансоффом (нар. 1929), Майклом Портером (нар. 1947).

В своих исследованиях они приходили к выводу, что все хозяйственные ситуации, которые возникают в деятельности каждой организации, обуславливаются определенной совокупностью внутренних и внешних факторов и могут быть благоприятными или угрожающими для нее. Задачами системы менеджмента есть прогнозирование развития событий, разработка сценариев поведения организации вообще и ее внутренних элементов в частности в каждой из наиболее возможных ситуаций, мониторинг их хода и своевременное корректирование деятельности членов организации в случае такого развития событий, который не был предусмотрен сценарием. Этим обеспечиваются высокие адаптивные свойства организации.

Ситуационный подход предусматривает применение менеджерами разных приемов и методов управленческой деятельности. Менеджеры должны:

- а) владеть всеми приемами и методами управленческой деятельности, знать их слабые и сильные стороны;

- б) уметь правильно интерпретировать ситуацию, в которой оказалось предприятие;
- в) использовать те методы и приемы управления, которые в данной ситуации нанесут наименьший ущерб предприятию и обеспечат наилучший результат. Согласно ситуационному подходу, важнейшему для эффективного менеджмента есть выявление ключевых ситуационных факторов, т.е. тех, которые в наибольшей мере влияют на способность организации быть конкурентоспособной в подавляющем большинстве бизнесов-ситуаций. Этому посвятили свои исследования много научных работников в т.ч. из родственных областей науки - психологии, антропологии, математики, социологии, права и т.п..

Вопрос. Задача.

1. Охарактеризуйте основные положения классического направления теории менеджмента: школы научного управления, бюрократической и административной школ управления.
2. В чем заключается сущность гуманистического подхода в теории менеджмента?
- 3 В чем заключается сущность системной и ситуационной концепций менеджмента?

Тема 5.3.Технология менеджмента . Управленческие решения.

Цель: усвоение типов управленческих решений и технологии их принятия, развитие экономического мышления, воспитание культуры речи.

План

1. Типы управленческих решений и требования к их принятию.
2. Технология принятия управленческих решений.
3. Общие подходы к решению управленческих проблем.

1. Типы управленческих решений и требования к их принятию.

Управленческие решения являются основой процесса управления.

Управленческое решение - результат выбора субъектом управления способа действий, направленных на решение поставленной задачи в существующей или спроектированной ситуации.

Управленческие решения направленные на решение конкретных управленческих задач, которые характеризуются: неопределенностью, а в некоторых случаях и противоречивостью условий; недостаточностью

информации о возможных способах их решения и четких алгоритмов решения; необходимостью решения в ограниченное время.

Учитывая объект управления выделяют такие основные типы управленческих задач:

- 1) концептуальные (стратегические задачи, связанные с долгосрочным планированием, прогнозированием);
- 2) связанные с технико-технологическим аспектом функционирования производства (создание и внедрение новой техники, технологии и т.п.);
- 3) которые возникают вследствие действия человеческого фактора (кадровые вопросы, социально-психологический климат в коллективах и т.п.).

Итак, управленческий процесс возникает как комплекс взаимосвязанных операций, которые выполняются в определенной последовательности и направленные на решения конкретных управленческих задач и достижение целей (рис. 1).

Рис. 1. Содержание процесса управления организацией

Лица, которые принимают решение, работают по стратегическому плану, программами и алгоритмами, определенными вышестоящим органом управления, и с учетом информации, которая поступает от него, из внешней и внутренней среды.

Важнейшими составляющими процесса управления есть проблема, принятие решения относительно ее решения и люди, которые принимают участие в этом процессе на всех его этапах.

Проблема — несоответствие желательного состояния (прежде всего целей) объекта управления его фактическому состоянию.

Итак, проблемы возникают, когда в организации составляется ситуация, которая отличается от запланированной. Каждая проблемная ситуация обусловлена внутренними и внешними факторами.

К *внутренним факторам* принадлежат цели и стратегия организации, технология и ресурсы, структура производства, управление и т.п.. Они формируют организацию как систему, поэтому изменение одного из них предопределяет необходимость принятия мероприятий, которые бы сохранили организацию как целостную систему. Внутренними факторами, которые могут породить проблемы, есть и отклонение в запланированных темпах и объемах работ; они возникают вследствие неправильных действий персонала, отсутствия у работников исполнительской дисциплины или нечеткого размежевания полномочий. Эти проблемы обусловлены

недостатками самой системы управления, их необходимо своевременно обнаруживать, устранять и делать невозможным их появление в будущем.

Внешние факторы — это составные среды, в котором работает организация. Они могут быть прямыми и опосредствованными, угрожающими для нее и такими, что открывают новые возможности. Например, изменение вкусов и приоритетов потребителей создает существенные проблемы со сбытом. Организация может решать их не путем отказа от выпуска обычной для себя продукции, а через ее модификацию или переход на другие рынки и т.п.. Часто новые проблемы кроются в изменении действующего законодательства, налоговой системы и др. Выявление существующих проблем обеспечивает возможность прогнозировать их в будущем, а итак, предотвращать их появление и увеличивать время для подготовки соответствующих управленческих решений.

Принятие решения — процесс выбора наиболее целесообразного с точки зрения ситуационных факторов варианта действий, направленных на достижение приоритетных для субъекта управления целей.

Управленческие решения, направленные на организацию коллективной работы и принимаются человеком, который имеет соответствующие властные полномочия. С помощью управленческих решений:

- устанавливают цели деятельности;
- закрепляют людей за должностями и рабочими местами;
- определяют функции, права и ответственность работников;
- устанавливают правила поведения на работе;
- разрабатывают систему мероприятий по поощрению и административному наказанию работников;
- распределяют ресурсы - материальные, труда, финансовые таін.;
- оценивают качество продукции и т.п..

Лица, которые принимают решение, с субъектами *управленческого решения*. Это менеджеры и группы работников, которые имеют соответствующие полномочия для принятия решений.

Различают индивидуальные и групповые решения. *Индивидуальным решением* присущий высший уровень творчества; их принимают быстрее, поскольку они не нуждаются в согласованиях. Но они чаще оказываются ошибочными, более рискованными, что связано со сложностью и непредсказуемостью внешней среды. Именно поэтому ныне отдают предпочтение *групповым решениям*. К группе привлекают специалистов в тех сферах, которые касаются проблемы, которая возникла в организации. Групповая работа обеспечивает всестороннее исследование проблемы, повышает мотивацию и ответственность каждого, снижает процент ошибок, обеспечивает многовариантность разработок. Результаты групповой работы по обыкновению лучше воспринимаются работниками, чем индивидуальные решения, поскольку отображают мысль коллектива. Вместе с тем групповые решения имеют и недостатки - большие расходы времени через необходимость согласования разных точек зрения на проблему и отсутствие четкой ответственности за принятие окончательного решения.

Управленческое решение имеет комплексный характер. В правовом аспекте - это властный акт субъекта управления, в котором он выражает свою волю, реализует предоставленные ему властные полномочия и несет ответственность за его следствия. С другой стороны, управленческое решение является актом социальным, поскольку принимается людьми и касается людей. Оно есть и психологическим актом, так как представляет собой результат умственной деятельности человека и его волевого усилия. С информационной точки зрения решения является результатом обработки информации, в процессе которого осуществляется выбор варианта, ближайшего к оптимальному, т.е. наилучшего.

Типы управленческих решений и требования к их принятию

Необходимость принятия управленческого решения обусловлена или внешними обстоятельствами (предписание высшей организации, регулирование отношений с предприятиями и организациями), или внутренними (стратегические цели организации, отклонение от заданных параметров производства, возникновение узких мест, выявление резервов, нарушение трудовой дисциплины, поощрение работников и т.п.). В каждой организации принимается большое количество разнообразнейших решений, которые в менеджменте классифицируют за разными признаками (табл. 1).

Таблица 1. Типы управленческих решений

Классификационный признак	Типы решений
Функциональное назначение	Плана, организационные, регулирующие, активизирующие, контрольные
Содержание	Экономические, социальные, технические, научные и т.п.
Характер действий	Директивные, нормативные, методические, рекомендательные, разрешительные
Время действия	Стратегические, тактические, оперативные
Направление влияния	Внутреннего направления, внешнего направления
Способ принятия	Индивидуальные, коллегиальные, коллективные
Уровень принятия решений	Организация в целом, ее структурные подразделения, функциональные службы, отдельные работники
Степень эффективности	Оптимальные, рациональные
Методы подготовки	Креативные, эвристические, репродуктивные

Степень структурированности	Структурированные, слабоструктурированные, неструктурированные
-----------------------------	--

По *функциональному назначению*: — плану: касаются планирования деятельности организации и ее подразделов;

- организационные: структурируют отношения в организации; определяют полномочие и ответственность работников и круг их обязанностей; используют для распределения производственных задач;
- регулирующие: регулируют ход процессов в организации, отстраняют отклонение от запланированного;
- активизирующие: направленные на активацию определенных действий персонала, делают авансы к лучшему выполнению работы;
- контрольные: касаются выбора средств и методов контроля за ходом процессов.

По *смыслу*:

- экономические: направленные на выбор эффективных методов управления экономическими процессами в организации (установление цены, определение форм и систем оплаты труда, использование прибыли и т.п.);
- социальные: сориентированные на выбор эффективных методов управления социальными процессами (управление конфликтами, развитие персонала, улучшение условий работы и т.п.);
- технические: связанные с функционированием технической составляющей (выбор технологий, отладка, регулирование, усовершенствование техпроцессов и т.п.);
- научные: касаются выбора направления научно-исследовательских работ, внедрение инноваций и т.п..

По *характеру действий*:

- директивные: нуждаются в обязательном выполнении;
- нормативные: служат ориентиром, стандартом при принятии других решений в данной сфере;
- методические: в них дается детальное описание действий, которые необходимо выполнить в определенной ситуации;
- рекомендательные: рекомендуют, как лучше совершить в определенной ситуации, но оставляют право выбора другого решения;
- разрешительные: разрешают определенные действия.

По *времени действия*:

- стратегические: направленные на определения стратегических целей и задач, рассчитанных на продолжительную перспективу (5-15 лет или больше);
- тактические: касаются выбора способов и методов реализации стратегии, рассчитанные на 1-2 года;

- оперативные: определяют конкретные мероприятия (рассчитанные на реализацию на протяжении 1 года), за которыми осуществляется организация и регулирование производственных процессов.

По направлению влияния:

- внутреннего направления: направленные вглубь организации для влияния на состояние или функционирование ее внутренних составляющих;
- внешнего направления: определяют способы и методы взаимодействия организации с внешней средой.

По способу принятия:

- индивидуальные: принимаются единолично человеком, который имеет на это полномочие;
- коллегиальные: принимаются после достижения консенсуса группой специалистов;
- коллективные: принимаются всем коллективом, которого касается проблема.

За уровнем принятия решений:

- организация в целом: принимаются высшим уровнем менеджмента;
- структурные подразделения: принимаются линейными руководителями средних и низовых уровней;
- функциональные службы: принимаются функциональными менеджерами;
- отдельные работники: принимаются индивидами (например, выбор способа выполнения порученной задачи).

По степени эффективности:

- оптимальные: ставят целью выбор наилучшего решения;
- рациональные: предусматривают выбор решения, которое дает возможность ликвидировать проблему, но не является наилучшим; принимаются при условиях ограниченности ресурсов.

По методам подготовки:

- креативные: используют творческий подход для генерирования идей относительно нахождения способов решения проблемы;
- эвристические: принятие решения через «озарение»;
- репродуктивные: используют известные и раньше употребляемые способы решения проблемы (воспроизводятся раньше принятые решения).

По степени структурированности:

- структурированные;
- слабоструктурированные;
- неструктурированные.

Для решений разной степени структурированности разрабатывается своя система сбора и обработка информации, свой алгоритм принятия, которое ориентирует руководителей в подготовке решений, выборе наилучшего варианта и его реализации. Так, выделение структурированных (запрограммированных) решений дает возможность разрабатывать стандартные процедуры и программировать решение под ситуации, которые регулярно повторяются. По обыкновению такие решения принимают менеджеры средних и низших уровней. Слабоструктурированные и

неструктурированные решения принимают при условиях неполноты информации, новизны и сложности ситуации. Главную роль здесь сыграют не математические модели, а человек, ее способность разработать новые процедуры, которые дадут возможность решить задачу. Такие решения по обыкновению касаются стратегии развития организации, поэтому принимаются на высочайшем уровне управления. Ныне количество таких решений увеличивается, поскольку среда хозяйствования чрезвычайно сложная, непостоянная и непредусмотренная. Вместе с тем современные информационные технологии оказывают содействие структурированию новых задач, предлагают эффективные модели их решения, которое дает возможность переводить их из разряда неструктурированных к частично структурированным.

С переходом на низшие уровни управления задачи становятся более структурированными. Среднее звено менеджеров работает с задачами обоих типов, при этом доля запрограммированных задач увеличивается при использовании средств автоматизации работы. На нижнем уровне управления преобладают задачи, решения которых осуществляются преимущественно за заранее разработанными правилами и процедурами.

Решения могут принимать:

- интуитивно (с ощущением того, что именно оно есть правильным);
- на основе субъективных суждений, обусловленных знаниями и накопленным опытом (опираясь на здравый смысл, человек избирает альтернативу, которая принесла успех в прошлом);
- на основе рационального способа решения проблемы, который опирается на глубокий анализ причин, которые обусловили проблему, и логические раздумывания относительно возможных способов ее решения. Этот способ чаще всего применяют для решения сложных и нестандартных проблем; нуждается в креативном мышлении и применении разнообразных средств активизации творческого поиска.

Управленческие решения должны отвечать определенным требованиям (рис. 2).

Решение лишь тогда принесет пользу, когда будет нацелено на эффективное использование ресурсов организации и может быть ею реализованное. Оно должно приниматься лицом, которое имеет соответствующие полномочия, и отвечать действующему законодательству. Принятое решение следует формулировать сжато и четко для его однозначного понимания. Своевременно принятое научно обоснованное решение стимулирует развитие организации. Решение слабое, принятое преждевременно или с опозданием, снижает результативность работы коллектива и отдельных исполнителей.

Рис. 2. Требования к управленческим решениям

3. Технология принятия управленческих решений.

Целью управленческой деятельности есть нахождения таких форм, методов, средств и инструментов принятия решений, которые бы оказывали содействие достижению оптимального результата в конкретных условиях.

Рациональная технология принятия и реализации управленческого решения предусматривает такие этапы: подготовку, принятие, реализацию решения.

Этап подготовки — проводка экономического анализа ситуации на микро- и макроуровни; охватывает поиск, накопление, обработка информации, выявление и формулирование проблем, которые нуждаются в решении и тщательном изучении факторов, которые их обусловили.

Этап принятия — охватывает разработку и оценивание альтернативных решений, определение критериев выбора оптимального решения, выбор и принятие решения.

В пределах существующих ресурсных или институционных ограничений из разработанных решений выбирают то, что отвечает обусловленным критериям решения проблемы. Количество предложенных для решения проблемы вариантов зависит от имеющихся ресурсов, времени и информации, необходимой для обоснования решения и т.п..

Процесс подготовки и принятие управленческие решения изображены на рис. 3.

Рис. 3. Блок-схема подготовки и принятие решения

Важным элементом процесса принятия управленческих решений есть оценивания действий на разных его этапах. Так, на этапе диагностики проблемы - это оценивание границ, масштабов и уровня распространения проблемы; на этапе обоснования - оценивание разных вариантов, предложенных для решения проблемы, на этапе принятия решения - оценивание ожидаемых следствий от его реализации. Это оценивание осуществляется за определенными критериями.

На этапе подготовки критерием распознавания проблемы чаще всего служит определенная цель, отклонение от которой свидетельствует о наличии проблемы. Итак, руководители всех уровней должны иметь четко сформулированные цели и задачи своей деятельности. При их отсутствии появление проблемы ощущают сугубо интуитивно или же за поступлением слабых сигналов, которое существенно усложняет процесс принятия решений.

На этапе разработки вариантов решения проблемы применяют разные критерии, которые дают возможность выбрать те, что есть наиболее целесообразными. От обоснованности этих критериев зависит качество управленческого решения и, в итоге, адаптивность и эффективность организации. ...",

Принятие решения еще не означает устранения проблемы. Пока решение не воплощено в жизнь - это не решение, а лишь намерения. Нужна большая организаторская работа, чтобы достичь его реализации. Часто дело усложняется тем, что люди своей деятельностью могут вносить существенные коррективы в начальный вариант решения (улучшать его или ухудшать), и большей частью это вызывает дополнительные «шумы» в системе, которые нужно одолевать. Поэтому в цепочке управленческих операций, направленных на решение проблем, сложным и ответственным есть этап реализации принятых решений.

Этап реализации — разработка мер по конкретизации решения и доведение его к исполнителям; осуществление контроля за его выполнением; внесение необходимых корректив; оценивание результата, полученного вследствие реализации решения.

Выполнение решения предусматривает осуществление таких операций:

- определение календарных сроков (конечных и промежуточных) выполнения решения;
- назначение ответственного исполнителя или нескольких исполнителей, доведение решения к исполнителям, а в случае потребности - ко всему коллективу;
- инструктаж исполнителей, разъяснение каждому его места в общем трудовом процессе, конкретизация задач и ответственности;
- материально-техническое обеспечение процесса работы, в т.ч. обоснованное распределение ресурсов;
- проводка инструктивного совещания, разъяснение целей и задач;
- координация действий исполнителей;
- корректирование прежде принятого решения;
- мотивация деятельности исполнителей;
- учет и контроль выполнения.

Распределяя задачу среди исполнителей, целесообразно исходить из таких соображений:

- если исполнение поручения нуждается в знаниях из разных областей и квалификации, исполнителю следует давать такую задачу, которой бы побуждало его к повышению уровня квалификации и развития способностей;
- объем работы должны отвечать возможностям работника, поскольку и чрезмерная, и недостаточная нагрузка отрицательно влияет на качество выполнения;
- четкое определение круга обязанностей работника сделает невозможным отказ от выполнения определенных работ, связанных с реализацией решения;

- разработанные показатели и стандарты во исполнение работ должны точно отображать степень достижения цели, а также качество осуществляемых операций;
- подчиненным целесообразно предоставлять всю необходимую для выполнения задач информацию и делегировать достаточные полномочия для корректирования процесса реализации решений.

Успешное руководство реализацией решений нуждается в не только рациональном распределении работ между подчиненными, а и способности настраивать их во исполнение задач, оказывать содействие инициативности. Для этого рекомендуют использовать все формы внешнего влияния на работника, чтобы он выполнял задачу быстрее за собственными мотивами, чем под влиянием формальных инструкций. Например, Р. Лайкерт утверждает, что мотивация в сфере выполнения конкретных управленческих решений тем более сильная, чем более весомым есть участие в принятии решений непосредственных участников выполнения задач.

Важная роль в процессе реализации управленческих решений принадлежит *контролированию*, которое обеспечивается отладкам обратной связи. Это особенно важно для реализации решения, которое осуществляется в несколько этапов. Обратная связь дает возможность своевременно получать информацию для корректирования решений, за необходимости вносить изменения в ход их выполнения.

Приведенная схема принятия и реализации управленческих решений отображает логику и технологию управленческой деятельности. На практике этот процесс есть значительно более сложным и допускает параллельное выполнение определенных процедур, которое может сократить время принятия решений.

4. Общие подходы к решению управленческих проблем.

Принятие управленческих решений должны основываться на общенаучной методологии, которая предусматривает применение таких подходов: системного, комплексного, моделирование, экспериментирование, конкретно-исторического, социологических исследований и др.

Системный подход к решению управленческих проблем. Применяют его как способ упорядочения управленческих проблем. Благодаря нему осуществляют их структурирование, определяют пути преодоления, устанавливают взаимосвязи элементов проблем, а также факторы и условия, которые влияют на их решение.

Комплексный подход к решению управленческих проблем. В его основе - исследование управленческих проблем в их взаимосвязи. При этом используют исследовательский приемы областей знаний, которые изучают эти же проблемы. Такой интегрированный подход является необходимым условием решения проблем организации как многоцелевой открытой системы, которая взаимодействует с внешней средой.

Моделирование. Это метод решения сложных управленческих задач. Он дает возможность смоделировать ситуацию и исследовать, как она будет изменяться под влиянием разнообразных факторов. Модели отображают свойства, взаимосвязи, структурные и функциональные параметры системы, которая являются существенными для ее целей. Для решения управленческих проблем чаще всего применяют модели, которые получили названия *«теории игр»*, *«теории очередей»*, *«управление запасами»*, *«линейного программирования»*, *«имитационные»* и т.п.. Они дают возможность решать управленческие задачи с применением *экономико-математических методов*. Это, в частности, оптимизационные задачи (составление планов, балансов, формирование цен и т.п.).

Экспериментирование. Применяется он в тех случаях, когда построение модели есть невозможным из-за значительного количества институциональных факторов (обычае, традиции, нормы поведения, которые сложились в обществе и могут действовать вопреки принятым законам и формальным правилам и процедурам). Эксперимент дает возможность проверить целесообразность нововведений, предложенных для решения задач организации, и в случае положительных результатов расширить границы их применения. Управленческие эксперименты требуют соблюдения определенных принципов: целеустремленности, «чистоты» эксперимента, четкости в определении границ экспериментирования и направлений, выбранных для достижения его целей, методического обеспечения проводки эксперимента, оценки его результатов.

Исторический^-исторический-конкретно-исторический подход к решению управленческих проблем. Согласно нему любое явление рассматривают в динамике. Так, каждый объект управления в своем развитии проходит определенные стадии жизненного цикла: возникновение, рост, зрелость, упадок. Проблемы управления на этих стадиях существенным образом различаются, что предопределяет необходимость применения для их решения адекватных методов.

Методы социологических исследований. Используют их при решении проблем, связанных с поведением работников. Они дают возможность собрать информацию относительно нужд и интересов персонала организации, характера взаимоотношений, которые сложились в коллективе, и т.п.. Для этого применяют анкетирование, наблюдение, самонаблюдение, изучение документов и др. Собранная информация помогает менеджерам прогнозировать реакцию персонала на определенные решения и влиять на поведение людей, обеспечивая реализацию принятых решений.

Общенаучная методология формирует фундамент системы методов управления, среди которых особое значение имеют методы принятия управленческих решений.

Вопрос. Задача

1. Охарактеризуйте факторы, которые определяют проблемную ситуацию.
2. Назовите требования, которые ставят к управленческим решениям.
3. Приведите классификацию управленческих решений.
4. Укажите, какого типа управленческие задачи решаются на разных уровнях управления.
5. Охарактеризуйте стили мышления руководителей относительно принятия управленческих решений.
6. Проанализируйте преимущества и недостатки индивидуального и группового принятия решений.
7. Объясните, почему управленческое решение имеет комплексный характер.
8. Укажите, какие стадии охватывает технология принятия управленческого решения. Опишите блок-схему подготовки и принятия решения.
9. Что такое критерии выбора решений и как их определяют?
10. Укажите, какие ограничения могут влиять на выбор определенного варианта управленческого решения.
11. Какие рекомендации помогают ускорить процесс принятия решений и повысить их качество?
12. Перечислите операции, которые необходимо осуществить при выполнении управленческих решений.

Тесты

1. К характерным признакам управленческих задач относят:

- а) неопределенность или противоречивость условия;
- б) ограниченные временные границы решения;
- в) отсутствие достаточной информации о возможных способах решения;
- г) все ответы правильные;
- д) правильные ответы а) и в).

2. Управленческие задачи концептуального характера решаются на:

- а) институциональному равные управления;
- б) среднему равные управления;
- в) низшему равные управления;
- г) с привлечением всех работников организации.

3. Задачи, которые связаны с технико-технологической стороной функционирования производства, не включают:

- а) освоение новой техники;
- б) освоение новой технологии;
- в) реконструкцию производственных цехов;

- г) реорганизацию структуры управления;
- г) модернизацию существующего оборудования;
- д) создание новых средств производства.

4. Укажите правильное определение:

- а) управленческая проблема - это разрыв между желательным состоянием (целями) объекта управления и его фактическим состоянием;
- б) управленческая проблема - это несоответствие между спроектированной ситуацией и фактическим ходом событий;
- в) управленческая проблема - это отклонение движения управляемой системы от заданного направления под влиянием внешних и внутренних причин;
- г) все ответы правильные; г) правильный ответ а).

5. Рациональная технология принятия управленческого решения не включает следующие этапы:

- а) диагностика проблемы;
- б) определение критериев и ограничений;
- в) подготовка вариантов решения;
- г) оценка эффективности вариантов решения;
- г) выбор решения;

Презентация

Тема 2.Технология менеджмента. Управленческие решения.

План

1. Типы управленческих решений и требования к их принятию.
2. Технология принятия управленческих решений.
3. Общие подходы к решению управленческих проблем.

1. Типы управленческих решений и требования к их принятию.

Управленческое решение - результат выбора субъектом управления способа действий, направленных на решение поставленной задачи в существующей или спроектированной ситуации.

Учитывая объект управления выделяют такие основные типы управленческих задач:

- 1) концептуальные (стратегические задачи, связанные с долгосрочным планированием, прогнозированием);
- 2) связанные с технико-технологическим аспектом функционирования производства (создание и внедрение новой техники, технологии и т.п.);
- 3) которые возникают вследствие действия человеческого фактора (кадровые вопросы, социально-психологический климат в коллективах и т.п.).

Рис. 1. Содержание процесса управления организацией

Проблема — несоответствие желательного состояния (прежде всего целей) объекта управления его фактическому состоянию.

Каждая проблемная ситуация обусловлена внутренними и внешними факторами.

Внутренние факторы : цели и стратегия организации, технология и ресурсы, структура производства, управление и т.п

Внешние факторы:
изменение вкусов и приоритетов потребителей;
изменение действующего законодательства, налоговой системы и др.

Принятие решения — процесс выбора наиболее целесообразного с точки зрения ситуационных факторов варианта действий, направленных на достижение приоритетных для субъекта управления целей.

Таблица 1. Типы управленческих решений

Классификационный признак	Типы решений
Функциональное назначение	Касающиеся планирования, организационные, регулирующие, активизирующие, контрольные
Содержание	Экономические, социальные,

	технические, научные и т.п.
Характер действий	Директивные, нормативные, методические, рекомендательные, разрешительные
Время действия	Стратегические, тактические, оперативные
Направление влияния	Внутреннего направления, внешнего направления
Способ принятия	Индивидуальные, коллегиальные, коллективные
Уровень принятия решений	Организация в целом, ее структурные подразделения, функциональные службы, отдельные работники
Степень эффективности	Оптимальные, рациональные
Методы подготовки	Креативные, эвристические, репродуктивные
Степень структурированности	Структурированные, слабоструктурированные, неструктурированные

Рис. 2. Требования к управленческим решениям

2. Технология принятия управленческих решений.

Рациональная технология принятия и реализации управленческого решения предусматривает такие этапы:

подготовку,
принятие,
реализацию решения.

Рис. 3. Блок-схема подготовки и принятие решения

Этап подготовки — проведение экономического анализа ситуации на микро- и макроуровне; охватывает поиск, накопление, обработку информации, выявление и формулирование проблем, которые нуждаются в решении и тщательном изучении факторов, которые их обусловили.

Этап принятия — охватывает разработку и оценивание альтернативных решений, определение критериев выбора оптимального решения, выбор и принятия решения.

Этап реализации — разработка мер по конкретизации решения и доведение его к исполнителям; осуществление контроля за его выполнением; внесение необходимых корректив; оценивание результата, полученного вследствие реализации решения.

Выполнение решения предусматривает осуществление таких операций:

- определение календарных сроков (конечных и промежуточных) выполнения решения;
- назначение ответственного исполнителя или нескольких исполнителей, доведение решения к исполнителям, а в случае потребности - ко всему коллективу;
- инструктаж исполнителей, разъяснение каждому его места в общем трудовом процессе, конкретизация задач и ответственности;
- материально-техническое обеспечение процесса работы, в т.ч. обоснованное распределение ресурсов;
- проведение инструктивного совещания, разъяснение целей и задач;
- координация действий исполнителей;
- корректирование прежде принятого решения;
- мотивация деятельности исполнителей;
- учет и контроль выполнения.

Важная роль в процессе реализации управленческих решений принадлежит *контролированию*, которое обеспечивается отладкам обратной связи.

4. Общие подходы к решению управленческих проблем.

Системный подход к решению управленческих проблем. Применяют его как способ упорядочения управленческих проблем. Благодаря нему осуществляют их структурирование, определяют пути преодоления, устанавливают взаимосвязи элементов проблем, а также факторы и условия, которые влияют на их решение.

Комплексный подход к решению управленческих проблем. В его основе - исследование управленческих проблем в их взаимосвязи. При этом используют исследовательский приемы областей знаний, которые изучают эти же проблемы.

Моделирование. Это метод решения сложных управленческих задач. Он дает возможность смоделировать ситуацию и исследовать, как она будет изменяться под влиянием разнообразных факторов.

Экспериментирование.

Исторический, конкретно-исторический подход к решению управленческих проблем.

Согласно нему любое явление рассматривают в динамике. Так, каждый объект управления в своем развитии проходит определенные стадии жизненного цикла: возникновение, рост, зрелость, упадок.

Методы социологических исследований

Для этого применяют анкетирование, наблюдение, самонаблюдение, изучение документов и пр.

Вопросы.

1. Охарактеризуйте факторы, которые предопределяют проблемную ситуацию.
2. Назовите требования, которые ставят к управленческим решениям.
3. Приведите классификацию управленческих решений.
4. Укажите, какого типа управленческие задачи решаются на разных уровнях управления.
5. Охарактеризуйте стили мышления руководителей относительно принятия управленческих решений.
6. Проанализируйте преимущества и недостатки индивидуального и группового принятия решений.
7. Объясните, почему управленческое решение имеет комплексный характер.

8. Укажите, какие стадии охватывает технология принятия управленческого решения. Опишите блок-схему подготовки и принятия решения.
9. Что такое критерии выбора решений и как их определяют?
10. Укажите, какие ограничения могут влиять на выбор определенного варианта управленческого решения.
11. Какие рекомендации помогают ускорить процесс принятия решений и повысить их качество?
12. Перечислите операции, которые необходимо осуществить при выполнении управленческих решений.

Тесты

1. К характерным признакам управленческих задач относят:

- а) неопределенность или противоречивость условия;
- б) ограниченные временные границы решения;
- в) отсутствие достаточной информации о возможных способах решения;
- г) все ответы правильные;
- д) правильные ответы а) и в).

2. Управленческие задачи концептуального характера решаются на:

- а) институционному равные управления;
- б) среднему равные управления;
- в) низшему равные управления;
- г) с привлечением всех работников организации.

3. Задачи, которые связаны с технико-технологической стороной функционирования производства, не включают:

- а) освоение новой техники;
- б) освоение новой технологии;
- в) реконструкцию производственных цехов;
- г) реорганизацию структуры управления;
- г) модернизацию существующего оборудования;
- д) создание новых средств производства.

4. Укажите правильное определение:

- а) управленческая проблема - это разрыв между желательным состоянием (целями) объекта управления и его фактическим состоянием;
- б) управленческая проблема - это несоответствие между спроектированной ситуацией и фактическим ходом событий;
- в) управленческая проблема - это отклонение движения управляемой системы от заданного направления под влиянием внешних и внутренних причин;
- г) все ответы правильные; г) правильный ответ а).

5. Рациональная технология принятия управленческого решения не включает следующие этапы:

- а) диагностика проблемы;
- б) определение критериев и ограничений;
- в) подготовка вариантов решения;
- г) оценка эффективности вариантов решения;
- г) выбор решения;

Тема 5.4 Принципы и методы управления

Цель: усвоение принципов и методов управления, развитие самостоятельности, воспитание культуры общения.

План

1. Принципы управления.
2. Методы управления.

Литература:

35. Стадник В.В., Йохна М.А., Менеджмент: Учебник, К.: Академ - выдал, 2007. - 472 с.
36. Юргутіс И.А., Кравчук И.И. Основы менеджмента: Учебное пособие - К.: Образование, 1998. - 256 с.
3. Кабушкін Н.И. Основы менеджмента, К.: „Освіта, 1998

1. Принципы управления.

Принципы управления — правила, нормы управленческой деятельности, соответственно которым создается, функционирует и развивается система менеджмента организации.

Соблюдение рациональных правил в управлении производством есть одним из условий успеха организации, на что первым указал Ф. Тейлор. В работе «Принципы научного управления» (1911) он выделил четыре принципа управления индивидуальной работой рабочих:

- научный подход к выполнению каждого элемента работы;
- научный подход к подбору, обучению и тренингу рабочих;
- стимулирование выполнения производственных задач;
- распределение ответственности за результаты работы между менеджерами и рабочими.

Гарингтон Эмерсон дополнил исследование Ф. Тейлора несколькими фундаментальными положениями относительно роли и места менеджера:

- подчиненный существует для того, чтобы продолжать работу руководителя и расширять его возможности;
- руководитель существует только для того, чтобы сделать продуктивной работу подчиненного;

- компетентные специалисты должны формулировать основные правила, учить всех применять их и постоянно следить за отклонениями от них;
- каждый уровень управления существует не для удовлетворения тех, кто стоит выше, а для обслуживания тех, кто стоит ниже;
- для осуществления любой операции в организации необходимо применять все знания и умения.

Таблица 1. Принципы управления А. Файоля

Принципы	Содержание принципов
Разделение труда	Специализация работ, которая необходимая* для эффективного использования рабочей силы (за счет сокращения числа целей, на которые направляются усилия работника)
Полномочие и ответственность	Каждому работнику должны быть делегированы полномочия, достаточные для того, чтобы нести ответственность за выполнение работы
Дисциплина	Работники должны придерживаться условий сделки, заключенной между ними и руководством; менеджеры должны применять справедливые санкции к нарушителям порядка
Единовластие	Работник получает распоряжение только от одного непосредственного руководителя и отчетывается лишь перед ним
Единство действий	Все действия, которые имеют одинаковую цель, должны быть сгруппированные и выполняться по единому плану
Подчиненность интересов	Интересы организации имеют преимущество перед интересами индивидуума
Вознаграждение персонала	Получение работниками справедливого вознаграждения за свою работу
Централизация	Естественный порядок в организации, которые имеет управляющий центр
Скалярная цепь	Бесперывная цепь команд, которой передаются все распоряжения и осуществляются коммуникации между всеми уровнями иерархии
Порядок	Рабочее место для каждого работника и каждый работник на своем рабочем месте
Справедливость	Установленных правил должны придерживаться на всех уровнях скалярной цепи
Стабильность персонала	Установка на долгосрочную работу в организации, поскольку высокая текучесть снижает эффективность
Инициатива	Поощрение работников к независимым суждениям в пределах делегированных им полномочий
Корпоративный ДУХ	Гармония интересов персонала и организации обеспечивает единство усилий

В управлении современной экономикой необходимо руководствоваться принципами:

- четкое разделение труда;
- соблюдение дисциплины и порядка;
- полномочия и ответственность;
- использование мотивации высокопроизводительного труда;
- обеспечение справедливости;
- уверенность в постоянности и стабильности работы;
- соблюдение взаимоотношений с сотрудниками согласно

иерархической
цепи;

- поощрение инициативы.

Важнейшими становятся те принципы, которые дают возможность полностью раскрыть потенциал человека и направить его в пользу организации:

- развитие творческих способностей персонала;
- привлечение сотрудников к разработке управленческих решений;
- опора на систему гибкого лидерства среди персонала и личные

контакты

работников с внешним окружением;

- использование таких методов сотрудничества с людьми, которые обеспечивают их удовлетворение работой;

- постоянная и целенаправленная поддержка индивидуальной инициативы

работников фирмы и организаций, которые с нею сотрудничают;

- честность и доверие в деловых отношениях;
- ориентация на высокие стандарты работы и стремление к

нововведениям;

- обязательное определение размера вклада работника в общие результаты;

- ориентация на перспективу развития;
- опора на общечеловеческие ценности и социальную

ответственность

бизнеса перед людьми и обществом вообще.

Социальная ответственность - добровольная реакция организации на социальные проблемы общества.

2. Функции управления.

Управленческая деятельность предусматривает выполнение определенных функций. Каждая функция нацелена на решение специфических проблем, с которыми сталкивается организация в своей деятельности. В настоящее время в теории управления существует несколько классификаций функций менеджмента. Чаще всего за основу классификации берут степень проявления функции в управленческой деятельности.

Под **функцией управления** понимают обособленный вид управленческого труда, который возникает на основе его деления внутри процесса управления.

Функция управления - это любое действие, которое осуществляется в системе управления и направленное на смену состояния объекта управления соответственно поставленной цели.

Основными общими функциями управления предприятием являются планирование, организация, координирование, регулирование, мотивирование и контролирование.

Планирование - определение цели развития субъекта хозяйствования и средств ее достижения, предусмотрение плана действий трудового коллектива на определенный период.

В управленческой деятельности планирование служит основой для принятия управленческих решений.

Прогнозирование в управленческом цикле предшествует планированию, поэтому его можно рассматривать как подфункцию. Задача прогнозирования заключается в научном предвидении развития производства и поиска решений, которые обеспечат его развитие в оптимальном режиме.

Организация — это деятельность, которая направлена на создание и развитие объекта управления, включает регламентацию отдельных элементов процесса управления и в зависимости от объекта делится на организацию производства, организацию труда и организацию управления.

Задачами **координирования** являются обеспечение необходимой согласованности действий работников предприятия, т.е. координация их действий соответственно плану.

Функция регулирования заключается в сохранении режима функционирования объекта управления, обеспечении нормального прохождения производственных процессов на предприятии.

Мотивирование — процесс стимулирования трудового коллектива или отдельного работника к деятельности, которая обеспечивает достижение наилучших ее результатов.

Контролирование — процесс проверки выполнения принятых решений и оценки, достигнутых за определенный период результатов, сравнение достигнутого с ожидаемым и текущее корректирование деятельности, которая в совокупности обеспечивает выполнение задач на надлежащем уровне.

К процессам контроля принадлежат:

- определение результатов деятельности на основе сопоставления результатов осуществления решений с запланированными;
- сравнение показателей ожидаемого и фактического выполнения планов;
- анализ вероятных отклонений от запланированных показателей;
- проверка предположений;
- проверка методической и содержательной согласованности планового процесса.

Таким образом, **управление** — совокупность взаимосвязанных процессов планирования, организации, координации, регулирования, мотивации и

контроля, которые обеспечивают практическую реализацию целей предприятия.

Управленческий цикл охватывает стадии:

- принятие управленческого решения;

- реализацию принятого решения;

- контроль за реализацией решения. Взаимосвязь общих функций управления и их взаимодействие в процессе осуществления, управленческий цикл изображен на рис. 1.



Рис. 1. Взаимосвязь общих функций управления

5. Методы управления.

Реализация функций управления осуществляется с помощью методов управления. Привести в действие организованную систему возможно лишь через влияние на нее управляющего органа или лица. Для этого необходимы определенные инструменты влияния. Такими инструментами являются методы управления.

Методы управления — способы влияния на отдельных работников и производственные коллективы вообще с целью достижения определенных целей.

Эффективность функционирования предприятия и его подразделений в значительной мере зависит от правильности применения методов управления.

Основой классификации методов управления есть мотивы, которыми руководствуется человек в процессе деятельности.

Мотив (*лат. moveo — двигаю*) — побудительная причина действий и поступков.

Мотивы прямо или опосредованно влияют на поведение, интересы и потребности людей.

Потребность — физиологическое или психологическое ощущение недостатка чего-то.

Связь между потребностями, мотивами и методами управления изображена на рис.2, где выделено основные группы методов: экономические, организационно-распорядительные (административные) и социально-психологические.



Рис. 2. Связь методов управления с потребностями и интересами людей

Использование этих методов управления может осуществляться лишь на основе системы правовых норм, которая отвечает действующему законодательству. Поэтому к методам управления целесообразно отнести и

совокупность правовых методов, которые формируют условия применения экономических, административных и социально-психологических методов.

Выбор методов управления зависит от содержания и силы проявления мотивов. Реально влиять на поведение человека можно лишь до тех пор, пока актуализированная в мотиве потребность не будет удовлетворена. Это означает, что продолжительное использование одного и того же метода управления, пусть даже эффективного сначала, приводит к тому, что управляемый объект адаптируется к нему, теряет нужную реакцию на управляющее действие. Поэтому использование методов управления не может быть шаблонным. Оно предусматривает постоянный поиск наилучшего способа влияния на объект управления, который дал бы возможность достигать желательных результатов своевременно и наименьшими усилиями.

Методы управления используются не изолированно, а в объединении один с другим.

Экономические методы управления. Материальные интересы участия человека в производственных процессах реализовывают экономические методы управления.

Экономические методы управления — система экономических рычагов и мероприятий, с помощью которых осуществляется влияние на управляемые объекты с целью достижения поставленной цели и обеспечения единства интересов общества, предприятия и отдельных работников.

Эти методы дают возможность влиять на поведение объектов управления на разных уровнях - от индивида до государства. Так, государство относительно предприятия использует такие рычаги, как политика заработной платы, налоги, кредиты, а также система льгот, экономические санкции и т.п.. Предприятие, обеспечивая единство личных и коллективных интересов, влияет на процесс производства с помощью плановых показателей и связанных с их выполнением форм и систем оплаты труда, премирования или экономических санкций, дополнительных материальных поощрений и т.п..

Однако экономические методы управления - это методы косвенного действия, т.е. не заставляют объект управления действовать обязательно и однозначно. Поэтому часто их использование не оказывает содействия достижению желательного результата. Обусловлено это неадекватностью системы экономических стимулов тому результату, который будет получен объектом управления, если он будет действовать вопреки управляющему влиянию. Так, при осуществлении коммерческой деятельности вознаграждением есть, рядом с другими аспектами, прибыль. И, по логике, управляющий фирмой должен стремиться максимизировать его. Однако декларирование больших прибылей требует уплаты больших налогов, что будет препятствовать накоплению средств для развития бизнеса. Поэтому опытный менеджер подыскивает финансовые технологии, чтобы минимизировать налоги.

Вместе с тем, для государства прибыль является весомым источником пополнения бюджета, поэтому все усилия налоговых органов направлены на наказание тех, кто ее скрывает. Итак, имеется противоречие между экономическими интересами государства и предпринимателя. Отсюда вывод, что система экономических методов, которую используют в Украине, - малоэффективна в пределах всей страны и не оказывает содействие достижению стратегической цели — ускорению ее экономического развития.

Пример умелого использования экономических методов - это подход к изменениям в системе налогообложения правительства Р. Рейгана. Во время своей первой предвыборной кампании 1980 года он обещал: снизить налоги; увеличить военные затраты; сократить, а затем и ликвидировать дефицит бюджета. Для аргументации предвыборной программы будущий президент использовал знакомую всем экономистам кривую Лафера, которая графически иллюстрирует, что с повышением налогов бюджетные поступления увеличиваются лишь к определенному моменту, после которого усиление налогообложения дает обратный эффект. Снижение налогов усиливает предпринимательскую активность, расширяет налоговую базу и облегчает сбор налогов. Кривая Лафера стала основанием осуществления реформы государственных финансов, и это дало мощный импульс американской экономике.

Эффективность экономических методов зависит не только от обоснованности системы рычагов, а и от контролирующих усилий субъекта управления. Применение экономических методов возможно только при условиях соблюдения схемы, изображенной на рис 3.

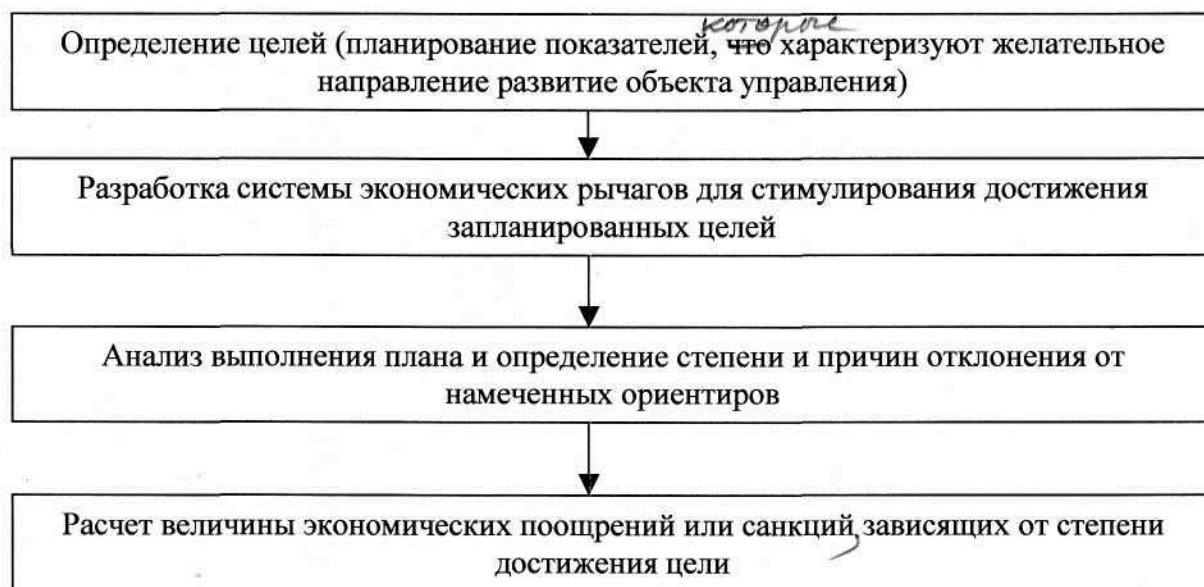


Рис. 3. Порядок применения экономических методов управления

Контролирующие усилия должны быть в наличии на каждой стадии. Так, на первой стадии следует оценить реальность и достижимость поставленных целей; на второй - действенность и конструктивность

экономических рычагов (например, размер налога может быть уменьшен по установленным льготам, если это удобно экономической системе в целом); - на третий - своевременность и полноту анализа; на четвертой - соответствие размера экономического стимула степени достижения цели. Лишь при таких условиях можно обеспечить целенаправленное влияние на поведение объекта управления, не используя при этом прямого администрирования.

Административные методы управления. К функциям менеджера принадлежит и решение оперативных задач, которые возникают вследствие не всегда прогнозируемого действия факторов внешней или внутренней среды. Никакие экономические методы не смогут обеспечить четкость, дисциплинированность порядок работы коллектива. Поэтому арсенал экономических методов должен быть дополнен административными.

Административные методы управления — система способов и приемов организационно-распорядительного действия, которую используют для организации и координации объектов управления с целью выполнения поставленных задач.

Эти методы обеспечивают четкое распределение обязанностей в аппарате управления, соблюдение правовых норм и полномочий в решении вопросов хозяйственной деятельности, а также применение мероприятий принуждения и дисциплинарной ответственности.

Учитывая объект, административные методы управления разделяют на *организационные* (влияют на структуру управления) и *оперативно-распорядительные* (влияют на процесс управления) (рис. 4).

Организационные методы управления применяют в период создания новых организаций (предприятий), а также во время их реорганизации. Это организационное регламентирование, нормирование и организационно-методическое инструктирование.

Организационное регламентирование устанавливает правила, на основе которых действует предприятие, его подразделения, отдельные работники. Эти правила определяются уставом предприятия, положением об отделах, правилами внутреннего распорядка и т.п. В их основе законодательная база, поэтому применяют их с соответствующим правовым обоснованием.

Организационное нормирование определяет границы действия технических, технологических, экономических и организационных норм. Это нормы затрат, нормы выработки, численности рабочих, нормативы отчислений в разные фонды и т.п.

Организационно-методическое инструктирование состоит в доведении к работникам наиболее рационального способа выполнения работ, а также в проверке знаний и умений исполнителей.



Рис. 4 Административные методы управления

Оперативно-распорядительные методы управления. Применяются они при условии, когда уже определены права и обязанности структурных подразделений и работников. Нацелены на детализацию плана, оперативную ликвидацию отклонений от него, регулирование производственного процесса и хозяйственной деятельности, обеспечение четких действий аппарата управления и слаженной работы всех подразделений предприятия. Эти методы обеспечивают организованность и высокую дисциплину, координацию трудовых усилий работников путем прямого (административного) побуждения их к действиям, а также контроль за работой предприятия (организации) и отдельных работников.

Распорядительные действия, всегда обусловлены конкретными причинами и имеют четкий адрес, одностороннюю направленность - от

руководителя до подчиненного. Они существуют в форме: обязательных предписаний (приказ, распоряжение); согласительных действий (совещания, консультации); рекомендаций (разъяснение, указание).

Приказы выдает руководитель предприятия или его заместитель согласно документам, которые поступили в организацию от вышестоящих органов управления. Они являются обязательными для выполнения в установленный срок, даже если это не устраивает исполнителя. Могут быть устными и письменными, но всегда четкими и лаконичными, лишены лишней категоричности.

Распоряжения (в письменной или устной форме) выдают руководители подразделений для выполнения оперативных задач. Они должны быть понятными и объективными, не должны наносить ущерб авторитету работника. Их следует отдавать с учетом индивидуальных качеств работников. Распоряжения эффективны, если развивают инициативу и самостоятельность в подчиненных; степень детализации распоряжения зависит от условий, которые сложились, и способностей работников.

Совещания проводят с целью обработки управленческих решений тактического или стратегического характера. Ход совещаний оформляют в форме протокола. Они имеют обязательный характер. Сроки проведения совещаний, их цели и задачи, порядок ведения и технику управления ими следует планировать заранее. Это дает возможность рассматривать разные вопросы деятельности предприятия, избегать дублирования. В повестку дня рекомендуется прибавлять справочные материалы, а также проекты постановлений. Готовясь к совещанию, руководитель должен продумать тактику его проведения (собственную точку зрения, предложения относительно порядка обсуждения вопросов, методы активизации участников, анализ предложений, способы сглаживания конфликтов, которые возникают в ходе обсуждения, соблюдение регламента).

Консультации проводят при необходимости получить дополнительную информацию относительно решения проблем. Для этого привлекают экспертов, которые владеют необходимыми знаниями или имеют опыт решения подобных проблем.

Указания дают при выполнении сложных задач. Они носят характер рекомендаций; могут содержать подробное объяснение порядка выполнения работ или распределения работ между участниками и назначение ответственного за выполнение.

При применении методов прямого администрирования происходит подчинение одной воли другой. Однако формы такого подчинения должны иметь доброжелательный характер, не вызывать нежелательных эмоций (ощущение зависимости, унижение, раздражение, стрессов), оказывать содействие формированию нормального делового отношения в коллективе, которые предусматривают сознательное, внутренне обоснованное подчинение низших по иерархии высшим. Психологи рекомендуют:

-использовать вежливую форму распоряжения, тогда внимание подчиненного будет сосредоточено на содержании распоряжения, а не на его эмоциональной окраске;

- не персонифицировать распоряжения, не употреблять местоимений «я», «мне», «меня» и пр.;

- использовать вопросительную форму распоряжений. Это снижает вероятность отказа от выполнения распоряжения.

Оперативно-распорядительное действие должно охватывать: вид действия, адресат, задачу и критерии ее выполнения, ответственность, инструктирование, контролирование, стимулирование. Лишь при наличии этих элементов распорядительные методы будут эффективными. Если выпадает хотя бы одно звено, то процесс управления нарушается, а значит, желательный результат не будет достигнут.

Социально-психологические методы управления. Использование менеджером лишь административно-распорядительных методов может нанести большой ущерб организации, поскольку ее работники привыкнут быть пассивными исполнителями чужой воли или будут чувствовать дискомфортно и станут ей сопротивляться. Учитывая это, следует применять и социально-психологические методы.

Социально-психологические методы управления — совокупность специфических способов действия на личные отношения и связи между работниками, а также на социальные процессы в организации.

Они основываются на использовании моральных стимулов к работе, действуют на личность с помощью психологических приемов с целью преобразования административной задачи на сознательную обязанность, внутреннюю потребность человека. Главная цель применения социально-психологических методов - формирование в коллективе положительного нравственно-психологического климата, который активизирует инициативность каждого работника, творческую целеустремленность, самодисциплину. Японские социологи утверждают, что в зависимости от расположения духа, желания человека работать и от нравственно-психологического климата в коллективе производительность труда может существенно возрасть или снижаться.

Применение социально-психологических методов возможно при условиях гибкости менеджеров, понимания ними внутреннего мира человека и особенностей его психологии. Это оказывает содействие применению наиболее эффективных форм активизации коллектива.

Социально-психологические методы по способам действия разделяют на социальные и психологические.

Социальные методы управления. Основываются_они_ на учете особенностей взаимодействия людей, форм общения, культурных норм и ценностей. С их помощью осуществляется управление отношениями в коллективах и между коллективами. Эти методы обеспечивают формирование и развитие трудовых коллективов путем управления

сознанием и поведением людей через потребности, интересы, мотивы, идеалы, цели, наклонности и т.п..

В зависимости от специфики управленческих целей выделяют такие методы:

- повышение социально-производственной активности (почин и новаторство, обмен опытом, соревнование, моральное поощрение, обсуждение, ценностные ориентиры, критика, определение проблем и перспективных целей);

- социально-исторического наследования (социально-производственные традиции, обряды, ритуалы - например, праздник труда, посвящение в рабочие, торжественное собрание и вечера; они выполняют роль методов управления, если их поддерживают);

- управление ролевым поведением (профессиональная роль характеризуется содержанием, правами и ответственностью, социальным статусом, престижем).

Например, угроза снижения социального статуса человека через освобождение от должности заставляет его ответственнее относиться к своим обязанностям;

- усовершенствование коммуникаций (поддержание неформальных отношений в группе, которые оказывают содействие раскрепощению личности, большему доверию между членами коллектива);

- социальное регулирование (составление соглашений, взаимные обязательства, использование разнообразных систем подбора, компромисса и объединения интересов);

- пропаганда и агитация (распространение и разъяснение политики в области экономики, общественной жизни, формирование убеждений и идеалов);

- собственный пример (менеджер должен быть образцом в работе, поведении, отношении к подчиненным);

- организующих условий (формирование определенной организационной культуры).

Психологические методы управления. Их применяют с целью гармонизации отношений работников фирмы, и формирования такого психологического климата, который оказывал бы содействие активизации деятельности всего коллектива.

Психологические методы управления разделяют на такие группы:

- методы формирования и развития трудового коллектива. Они дают

возможность поддерживать на оптимальном уровне количественное соотношение между работниками с учетом их психологической совместимости для регулирования групповых отношений внутри коллектива;

- методы гуманизации отношений в трудовом коллективе. Сориентированные на применении приемлемого для группы стиля руководства, культуры управления и организации труда, этики

управленческой деятельности, создание оптимальных отношений между подчиненными и руководителем, утверждение принципов социальной справедливости относительно трудовых условий и т.п.;

- методы психологического побуждения (мотивации). Направлены на формирование у работников мотивов к высокопроизводительному труду через развитие инициативы и предприимчивости. Наиболее эффективны при условиях ориентированности работников на отдаленные цели, поскольку приемы «короткой мотивации» при временных неудачах могут снизить активность работника или даже вызвать желание изменить место работы;

- методы профессионального отбора и обучения. Предусматривают соответствие психологических характеристик человека работе, которую он выполняет.

Для эффективного применения социально-психологических методов управления необходимо владеть информацией о межличностных и групповых отношениях в трудовых коллективах, способностях и чертах характера каждого работника, психологической совместимости членов коллектива, их симпатиях и антипатиях, влиянии стиля управления на нравственно-психологический климат в трудовых коллективах и т.п.. Учет всех социально-психологических и индивидуальных особенностей работников оказывает содействие развитию социальных ресурсов организации, ее возможностей, необходимых для эффективного выполнения текущих задач и достижения ее целей.

Правовые методы управления. Применение административных и экономических методов управления должно основываться на нормативных, законодательных актах или законах.

Правовые методы управления — совокупность способов действия субъекта управления на объект управления с помощью правовых норм, правовых отношений и правовых актов.

Правовые нормы определяют место предприятия в системе хозяйственного комплекса страны, характер и содержание отношений, в которые оно вступает с другими организациями и предприятиями; регулируют отношения владельца, администрации и работников.

Правовые нормы устанавливают порядок и сроки отчетности и обязательных платежей, определяют виды запрещенной деятельности, наказанной санкции относительно нарушителей норм.

Правовые отношения устанавливаются в процессе заключения соглашений, контрактов с другими предприятиями на снабжение товаров, выполнение работ и предоставление услуг, перевозку грузов, а также договоров аренды, купли-продажи. Возникают также при передаче денежных средств предприятием ассоциации, корпорации (взносы на удержание аппарата управления, на подготовку кадров и др.).

Совершенное изучение системы правовых норм и отношений дает возможность менеджеру принимать правильное управленческое решение, вступая в экономические отношения с другими субъектами хозяйствования.

Правовые акты трудового и хозяйственного законодательства регулируют деятельность администрации предприятия, отношения между руководителями и подчиненными и определяют меру ответственности работника за невыполнение указаний руководителя, который, обеспечивает необходимый уровень трудовой и производственной дисциплины. Они также регулируют поведение подчиненных, руководителей, устанавливая границы их полномочий, защищая подчиненных от нарушений законности и чистого администрирования.

Вопросы к теме:

1. Раскройте сущность принципов управления.
2. Назовите принципы управления, которые являются важными для современных предприятий. Обоснуйте ответ.
3. Охарактеризуйте сущность и сферу применения:
 - а) экономических методов управления;
 - б) административных методов управления;
 - в) социально-психологических методов управления;
 - г) правовых методов управления.
4. Назовите методы, которые наиболее целесообразнее применять для управления студенческой аудиторией; пожарной командой; научным коллективом; бригадой строителей; нанимаемыми работниками фермерского хозяйства; работниками семейной фирмы. Обоснуйте ответ.
5. Понятие и организация управления деятельностью предприятия.
6. Эволюция концепций управления предприятием.
7. Общие функции управления предприятием, их характеристика.

Задания:

1. Способы влияния на отдельных работников и производственные коллективы в целом, необходимые для достижения целей предприятия, - это:
 - а) методы управления,
 - б) принципы управления,
 - в) функции управления,
 - г) стили управления.
2. К экономическим методам управления не принадлежит:
 - а) премирование;
 - б) система налогов;
 - в) формы и системы оплаты труда;
 - г) повышение по службе;
 - д) штрафные санкции.
3. К административным методам управления по ошибке отнесено:

- а) должностные инструкции;
- б) устав предприятия;
- в) распоряжение;
- г) приказы;
- г) протоколы совещаний;
- д) присвоение почетного звания.

4. К социально-психологическим методам управления по ошибке отнесено:

- а) устные распоряжения;
- б) награждение похвальной грамотой;
- в) почин и новаторство;
- г) обмен опытом;
- г) управление ролевым поведением;
- д) использование разных систем отбора персонала.

5. Составление договоров, контрактов с другими предприятиями на поставку товаров, выполнение работ и предоставление услуг - это:

- а) правовые акты;
- б) правовые нормы;
- в) правовые отношения.

6. Нормирование затрат времени, выработки, численности рабочих и т.п. - это:

- а) организационные методы управления;
- б) оперативно-распорядительные методы управления;
- в) экономические методы управления.

7. Методы, нацеленные на детализацию планов, регулирование производственного процесса и хозяйственной деятельности, обеспечение четких действий аппарата управления и слаженной работы всех подразделов предприятия, - это:

- а) организационные методы управления;
- б) оперативно-распорядительные методы управления;
- в) экономические методы управления.

8. К функциям управления по ошибке отнесено:

- а) планирование;
- б) устные распоряжения;
- в) контролирование;
- г) организация;
- д) прогнозирование;
- е) приказ;
- ж) прогнозирование;
- з) регулирование;

- и) поощрение;
- к) координирование;
- л) мотивация.

9. Побудительная причина действий и поступков – это:

- а) потребность;
- б) нехватка;
- в) мотив;
- г) интерес.

10. Работу « Принципы научного управления» в 1911 году написал :

- а) Г.Эмерсон;
- б) Ф. Тейлор ;
- в) А. Файоль;
- г) А. Смит.

Тесты.

Первый вариант : 1,5,9,4,3.

Второй вариант : 2,6,10,9,6.

Третий вариант : 3,7,1,2,9.

Четвертый вариант : 4,8,5,6,10.

Ключ.

Первый вариант : 1а, 2в,3в,4а,5е.

Второй вариант : 1г,д; 2а,3б,4в,5а.

Третий вариант : 1е,2б,3а,4г,д; 5в.

Четвертый вариант : 1а,2б,е,ж,и; 3в,4а,5б.

Презентация

Тема « Принципы и методы управления»

План

- 1.Принципы управления.
- 2.Методы управления.

1. Принципы управления.

Принципы управления — правила, нормы управленческой деятельности, соответственно которым создается, функционирует и развивается система менеджмента организации.

Соблюдение рациональных правил в управлении производством есть одним из условий успеха организации, на что первым указал Ф. Тейлор. В работе «Принципы научного управления» (1911) он выделил четыре принципа управления индивидуальной работой рабочих:

- научный подход к выполнению каждого элемента работы;
- научный подход к подбору, обучению и тренингу рабочих;
- стимулирование выполнения производственных задач;
- распределение ответственности за результаты работы между менеджерами и рабочими.

Гарингтон Эмерсон дополнил исследование Ф. Тейлора несколькими фундаментальными положениями относительно роли и места менеджера:

- подчиненный существует для того, чтобы продолжать работу руководителя и расширять его возможности;
- руководитель существует только для того, чтобы сделать продуктивной работу подчиненного;
- компетентные специалисты должны формулировать основные правила, учить всех применять их и постоянно следить за отклонениями от них;
- каждый уровень управления существует не для удовлетворения тех, кто стоит выше, а для обслуживания тех, кто стоит ниже;
- для осуществления любой операции в организации необходимо применять все знания и умения.

Таблица 1. Принципы управления А. Файоля

Принципы	Содержание принципов
Разделение труда	Специализация работ, которая необходимая* для эффективного использования рабочей силы (за счет сокращения числа целей, на которые направляются усилия работника)
Полномочие и ответственность	Каждому работнику должны быть делегированы полномочия, достаточные для того, чтобы нести ответственность за выполнение работы
Дисциплина	Работники должны придерживаться условий сделки, заключенной между ними и руководством; менеджеры должны применять справедливые санкции к нарушителям порядка
Единовластие	Работник получает распоряжение только от одного непосредственного руководителя и отчитывается лишь перед ним
Единство действий	Все действия, которые имеют одинаковую цель, должны быть сгруппированные и выполняться по единому плану

Подчиненность интересов	Интересы организации имеют преимущество перед интересами индивидуума
Вознаграждение персонала	Получение работниками справедливого вознаграждения за свою работу
Централизация	Естественный порядок в организации, которые имеет управляющий центр
Скалярная цепь	Беспрерывная цепь команд, которой передаются все распоряжения и осуществляются коммуникации между всеми уровнями иерархии
Порядок	Рабочее место для каждого работника и каждый работник на своем рабочем месте
Справедливость	Установленных правил должны придерживаться на всех уровнях скалярной цепи
Стабильность персонала	Установка на долгосрочную работу в организации, поскольку высокая текучесть снижает эффективность
Инициатива	Поощрение работников к независимым суждениям в пределах делегированных им полномочий
Корпоративный ДУХ	Гармония интересов персонала и организации обеспечивает единство усилий

В управлении современной экономикой необходимо руководствоваться принципами:

- четкое разделение труда;
- соблюдение дисциплины и порядка;
- полномочия и ответственность;
- использование мотивации высокопроизводительного труда;
- обеспечение справедливости;
- уверенность в постоянности и стабильности работы;
- соблюдение взаимоотношений с сотрудниками согласно

иерархической цепи;

- поощрение инициативы.

Важнейшими становятся те принципы, которые дают возможность полностью раскрыть потенциал человека и направить его в пользу организации:

- развитие творческих способностей персонала;
- привлечение сотрудников к разработке управленческих решений;
- опора на систему гибкого лидерства среди персонала и личные

контакты

работников с внешним окружением;

- использование таких методов сотрудничества с людьми, которые обеспечивают их удовлетворение работой;

- постоянная и целенаправленная поддержка индивидуальной

инициативы

работников фирмы и организаций, которые с нею сотрудничают;

- честность и доверие в деловых отношениях;
- ориентация на высокие стандарты работы и стремление к

нововведениям;

- обязательное определение размера взноса работника в общие результаты;

- ориентация на перспективу развития;

- опора на общечеловеческие ценности и социальную ответственность

бизнеса перед людьми и обществом вообще.

Социальная ответственность - добровольная реакция организации на социальные проблемы общества.

2. Функции управления.

Функция управления - это любое действие, которое осуществляется в системе управления и направлено на смену состояния объекта управления соответственно поставленной цели.

Основными общими функциями управления предприятием являются планирование, прогнозирование, организация, координирование, регулирование, мотивирование и контролирование.

Планирование - определение цели развития субъекта хозяйствования и средств ее достижения, предусмотрение плана действий трудового коллектива на определенный период.

Прогнозирование - это научное предвидение развития производства и поиска решений, которые обеспечат его развитие в оптимальном режиме.

Организация — это деятельность, которая направлена на создание и развитие объекта управления, включает регламентацию отдельных элементов процесса управления и в зависимости от объекта делится на организацию производства, организацию труда и организацию управления.

Координирование - обеспечение необходимой согласованности действий работников предприятия, т.е. координация их действий соответственно плану.

Регулирование - это сохранение режима функционирования объекта управления, обеспечение нормального прохождения производственных процессов на предприятии.

Мотивирование — процесс стимулирования трудового коллектива или отдельного работника к деятельности, которая обеспечивает достижение наилучших ее результатов.

Контролирование — процесс проверки выполнения принятых решений и оценки, достигнутых за определенный период результатов,

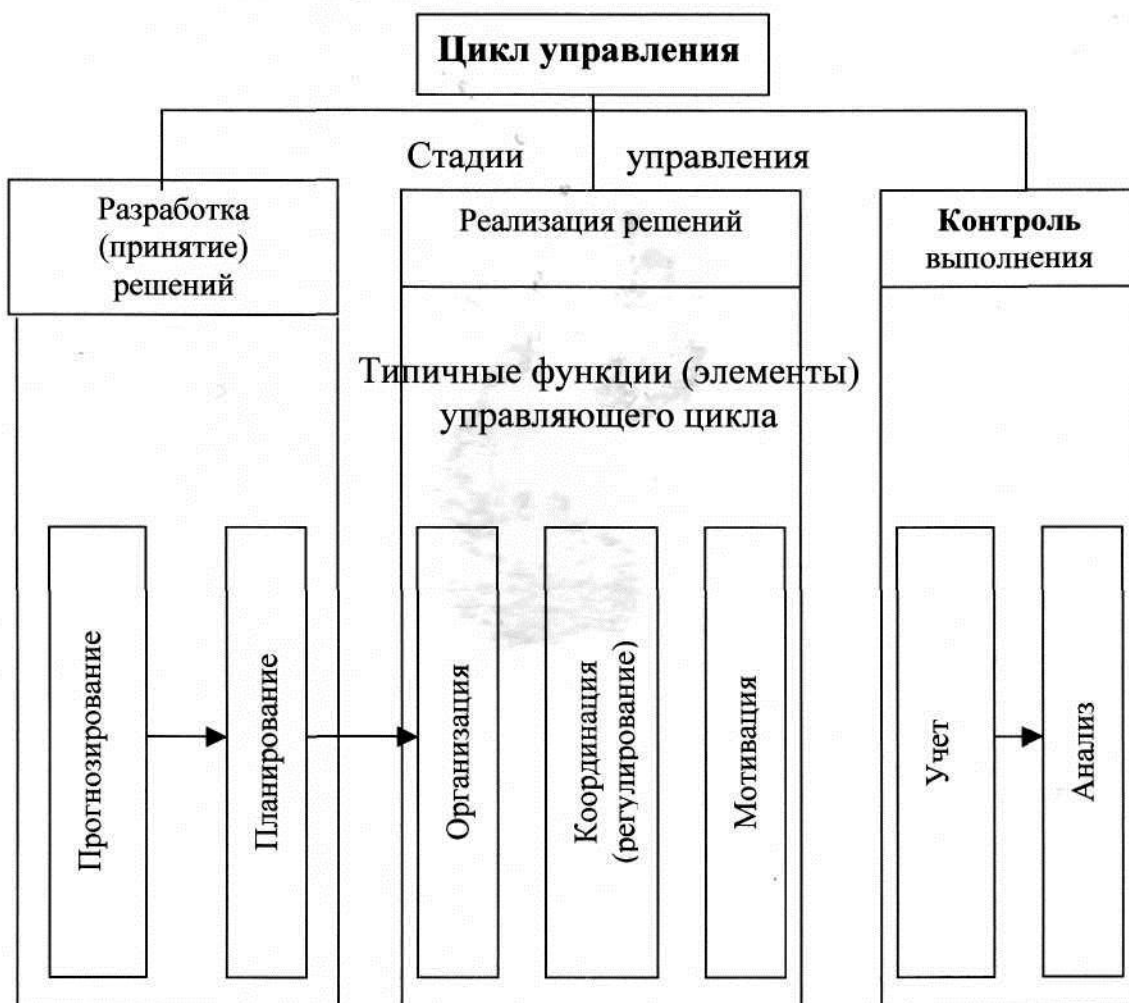
сравнение достигнутого с ожидаемым и текущее корректирование деятельности, которая в совокупности обеспечивает выполнение задач на надлежащем уровне.

К процессам контроля принадлежат:

- определение результатов деятельности на основе сопоставления результатов осуществления решений с запланированными;
- сравнение показателей ожидаемого и фактического выполнения планов;
- анализ вероятных отклонений от запланированных показателей;
- проверка предположений;
- проверка методической и содержательной согласованности планового процесса.

Управленческий цикл охватывает стадии:

- принятие управленческого решения;
- реализацию принятого решения;
- контроль за реализацией решения. Взаимосвязь общих функций управления и их взаимодействие в процессе осуществления, управленческий цикл изображен на рис. 1.



Взаимосвязь общих функций управления

5. Методы управления.

Методы управления — способы влияния на отдельных работников и производственные коллективы вообще с целью достижения определенных целей.

Мотив (лат. moveo — двигаю) — побудительная причина действий и поступков.

Потребность — физиологическое или психологическое ощущение недостатка чего-то.

Экономические методы управления.

Экономические методы управления — система экономических рычагов и мероприятий, с помощью которых осуществляется влияние на



управляемые объекты с целью достижения поставленной цели и обеспечения единства интересов общества, предприятия и отдельных работников.

Порядок применения экономических методов управления

Административные методы управления.

Административные методы управления — система способов и приемов организационно-распорядительного действия, которую используют для организации и координации объектов управления с целью выполнения поставленных задач.

Учитывая объект, административные методы управления разделяют на *организационные* (влияют на структуру управления) и *оперативно-распорядительные* (влияют на процесс управления).

Организационное регламентирование устанавливает правила, на основе которых действует предприятие, его подразделения, отдельные работники.

Организационное нормирование определяет границы действия технических, технологических, экономических и организационных норм. Это нормы затрат, нормы выработки, численности рабочих, нормативы отчислений в разные фонды и т.п.

Организационно-методическое инструктирование состоит в доведении к работникам наиболее рационального способа выполнения работ, а также в проверке знаний и умений исполнителей.



Рис. 4 Административные методы управления

Оперативно-распорядительные методы управления.

Приказы выдает руководитель предприятия или его заместитель согласно документам, которые поступили в организацию от вышестоящих органов управления.

Распоряжения (в письменной или устной форме) выдают руководители подразделений для выполнения оперативных задач.

Совещания проводят с целью обработки управленческих решений тактического или стратегического характера.

Консультации проводят при необходимости получить дополнительную информацию относительно решения проблем.

Указания - носят характер рекомендаций; могут содержать подробное объяснение порядка выполнения работ или распределения работ между участниками и назначение ответственного за выполнение.

Социально-психологические методы управления.

Социально-психологические методы управления — совокупность специфических способов действия на личные отношения и связи между работниками, а также на социальные процессы в организации.

Социальные методы управления основываются на учете особенностей взаимодействия людей, форм общения, культурных норм и ценностей.

В зависимости от специфики управленческих целей выделяют такие методы:

- повышение социально-производственной активности (почин и новаторство, обмен опытом, соревнование, моральное поощрение, обсуждение, ценностные ориентиры, критика, определение проблем и перспективных целей);

- социально-исторического наследования (социально-производственные традиции, обряды, ритуалы - например, праздник труда, посвящение в рабочие, торжественное собрание и вечера; они выполняют роль методов управления, если их поддерживают);

- управление ролевым поведением (профессиональная роль характеризуется содержанием, правами и ответственностью, социальным статусом, престижем);

- усовершенствование коммуникаций (поддержание неформальных отношений в группе, которые оказывают содействие раскрепощению личности, большему доверию между членами коллектива);

- социальное регулирование (составление соглашений, взаимные обязательства, использование разнообразных систем подбора, компромисса и объединения интересов);

- пропаганда и агитация (распространение и разъяснение политики в области экономики, общественной жизни, формирование убеждений и идеалов);

- собственный пример (менеджер должен быть образцом в работе, поведении, отношении к подчиненным);

- организующих условий (формирование определенной организационной

культуры).

Психологические методы управления.

Психологические методы управления разделяют на такие группы:

- методы формирования и развития трудового коллектива;
- методы гуманизации отношений в трудовом коллективе;
- методы психологического побуждения (мотивации);
- методы профессионального отбора и обучения.

Правовые методы управления.

Правовые методы управления — совокупность способов действия субъекта управления на объект управления с помощью правовых норм, правовых отношений и правовых актов.

Правовые нормы определяют место предприятия в системе хозяйственного комплекса страны, характер и содержание отношений, в которые оно вступает с другими организациями и предприятиями; регулируют отношения владельца, администрации и работников.

Правовые отношения устанавливаются в процессе заключения соглашений, контрактов с другими предприятиями на снабжение товаров, выполнение работ и предоставление услуг, перевозку грузов, а также договоров аренды, купли-продажи.

Правовые акты трудового и хозяйственного законодательства регулируют деятельность администрации предприятия, отношения между руководителями и подчиненными и определяют меру ответственности работника за невыполнение указаний руководителя, который, обеспечивает необходимый уровень трудовой и производственной дисциплины.

Вопросы к теме:

1. Раскройте сущность принципов управления.
2. Назовите принципы управления, которые являются важными для современных предприятий. Обоснуйте ответ.
3. Охарактеризуйте сущность и сферу применения:
 - а) экономических методов управления;
 - б) административных методов управления;
 - в) социально-психологических методов управления;
 - г) правовых методов управления.
4. Назовите методы, которые наиболее целесообразнее применять для управления студенческой аудиторией; пожарной командой; научным

коллективом; бригадой строителей; нанимаемыми работниками фермерского хозяйства; работниками семейной фирмы. Обоснуйте ответ.

Тесты

1. Способы влияния на отдельных работников и производственные коллективы в целом, необходимые для достижения целей предприятия, - это:

- а) методы управления,
- б) принципы управления,
- в) функции управления,
- г) стили управления.

2. К экономическим методам управления не принадлежит:

- а) премирование;
- б) система налогов;
- в) формы и системы оплаты труда;
- г) повышение по службе;
- д) штрафные санкции.

3. К административным методам управления по ошибке отнесено:

- а) должностные инструкции;
- б) устав предприятия;
- в) распоряжение;
- г) приказы;
- г) протоколы совещаний;
- д) присвоение почетного звания.

4. К социально-психологическим методам управления по ошибке отнесено:

- а) устные распоряжения;
- б) награждение похвальной грамотой;
- в) почин и новаторство;
- г) обмен опытом;
- г) управление ролевым поведением;
- д) использование разных систем отбора персонала.

5. Составление договоров, контрактов с другими предприятиями на поставку товаров, выполнение работ и предоставление услуг - это:

- а) правовые акты;
- б) правовые нормы;
- в) правовые отношения.

6. Нормирование затрат времени, выработки, численности рабочих и т.п. - это:

- а) организационные методы управления;

- б) оперативно-распорядительные методы управления;
- в) экономические методы управления.

7. Методы, нацеленные на детализацию планов, регулирование производственного процесса и хозяйственной деятельности, обеспечение четких действий аппарата управления и слаженной работы всех подразделов предприятия, - это:

- а) организационные методы управления;
- б) оперативно-распорядительные методы управления;
- в) экономические методы управления.

8. К функциям управления по ошибке отнесено:

- а) планирование;
- б) устные распоряжения;
- в) контролирование;
- г) организация;
- д) прогнозирование;
- е) приказ;
- ж) прогнозирование;
- з) регулирование;
- и) поощрение;
- к) координирование;
- л) мотивация.

11. Побудительная причина действий и поступков – это:

- а) потребность;
- б) нехватка;
- в) мотив;
- г) интерес.

12. Работу « Принципы научного управления» в 1911 году написал :

- а) Г.Эмерсон;
- б) Ф. Тейлор ;
- в) А. Файоль;
- г) А. Смит.

Тесты.

Первый вариант : 1,5,9,4,3.

Второй вариант : 2,6,10,9,6.

Третий вариант : 3,7,1,2,9.

Четвертый вариант : 4,8,5,6,10.

Ключ.

Первый вариант : 1а, 2в,3в,4а,5е.

Второй вариант : 1г,д; 2а,3б,4в,5а.

Третий вариант : 1е,2б,3а,4г,д; 5в.

Четвертый вариант : 1а,2б,е,ж,и; 3в,4а,5б.

Тема 5.5 Авторитет руководителя. Стили управления.

Цель: усвоение понятий «авторитет», « псевдоавторитет», „стиль управления”, характеристики каждого из стилей, тренировок к менеджеру, зависимости эффективности управления от применяемых форм власти, развивать мышление, воспитывать культуру общения.

Литература:

1. Стадник В.В., Йохна М.А., Менеджмент: Учебник, К.: Академ - Видав, 2007. - 472 с.
2. Бабець Е.К., Максимчук А.Г., Григор'ев И.С. Менеджмент: Учебное пособие – Кривой Рог: Издательский дом, 2002.-184 с.
3. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента, К.: „Образование, 1998

План.

1. Авторитет та два его статуса: официальный и реальный.
- 2.Разновидности псевдоавторитетов: авторитет расстояния, авторитет доброты, авторитет педантизма, авторитет чванства, авторитет угнетения.
- 3.Понятие „стиль управления”. Стили управления: авторитарный (автократический), демократический, либеральный.
- 4.Требования к менеджеру любого уровня.
5. Зависимость эффективности управления коллективом от форм власти, которые применяет руководитель. Основные формы власти: власть принуждения, власть награды, законная власть, экспертная власть, харизматическая власть.

1. Авторитет та два его статуса: официальный и реальный.

Как уже отмечалось, успех в управленческой деятельности зависит не столько от силы власти, сколько от силы личного авторитета менеджера. Есть духовные ценности, без которых не может быть подлинного гражданина, сознательного члена коллектива, хорошего руководителя. К таким ценностям относится авторитет менеджера.

Авторитет - заслуженное доверие, которым пользуется руководитель у подчиненных, вышестоящего руководства и коллег по работе. Это признание личности, оценка коллективом соответствия субъективных качеств менеджера объективным требованиям. Авторитет следует рассматривать как систему отношений, ценности и результат работы (рис.1).

Авторитет руководителя, связанный с выполнением его основных функций согласно занимаемой должности, должен подкрепляться личным примером и высокими моральными качествами. В этом смысле следует различать два источника (статуса) авторитета:

официальный, определяемый занимаемой должностью (должностной статус);

реальный авторитет - фактическое влияние, реальное доверие и уважение (субъективный статус).

Руководитель, пользующийся авторитетом, располагает к себе людей, положительно влияет на них. К решениям авторитетного и неавторитетного менеджера подчиненные относятся различно. В первом случае указание принимается без внутреннего сопротивления, с готовностью и выполняется, как правило, без дополнительного административного нажима.

Распоряжения неавторитетного руководства всегда вызывают сложные внутренние переживания, а недоверие к такому менеджеру оборачивается недоверием к его решениям.

Следует иметь в виду, что забота об авторитете руководителя - не только его личное дело, но и высшего руководства, и руководителя одного уровня, и особенно подчиненных, которые призваны его укреплять, оберегать и повышать. С него они должны брать пример добросовестного отношения к труду, организованности, честности, скромности. Авторитет следует рассматривать как фактор, облегчающий управление, повышающий его эффективность

2.Разновидности псевдоавторитетов: авторитет расстояния, авторитет доброты, авторитет педантизма, авторитет чванства, авторитет угнетения.

Укрепляя авторитет, менеджеру необходимо следить за тем, чтобы он не подавлял им, не сковывал инициативу подчиненных. Приемы создания (формирования) авторитета должны отвечать действующим в обществе нормам морали и этики. Искусственные приемы формирования авторитета не приводят к успеху; в результате появляется мнимый, или ложный, авторитет (псевдоавторитет). А.С.Макаренко выделял следующие разновидности псевдоавторитета:

авторитет расстояния - руководитель считает, что его авторитет возрастает, если он "дальше" от подчиненных и держится с ними официально;

авторитет доброты - "всегда быть добрым" - таков девиз данного руководителя. Такая доброта снижает требовательность. Бывает, добрый руководитель оказывает подчиненному "медвежью" услугу;

авторитет педантизма - в этом случае менеджер прибегает к мелочной опеке и жестко определяет все стадии выполнения задания подчиненным, тем самым, сковывая их творчество и инициативу;

авторитет чванства - руководитель высокомерен, гордится и старается всюду подчеркнуть свои бывшие или мнимые нынешние заслуги. Такому руководителю кажется, что эти "заслуги" обеспечивают ему высокий авторитет;

авторитет подавления - менеджер прибегает к угрозам, сеет страх среди подчиненных. Он ошибочно полагает, что такие приемы укрепят его авторитет. В конечном итоге это лишает людей уверенности, инициативы, рождает перестраховку и даже нечестность.

3. Понятие „стиль управления“. Стили управления: авторитарный (автократический), демократический, либеральный.

Слово "стиль" греческого происхождения. Первоначально оно означало стержень для писания на восковой доске, а позднее употреблялось в значении "почерк". Отсюда можно считать, что стиль руководства - это своего рода "почерк" в действиях менеджера.

Более полное определение *стиля руководства*: относительно устойчивая система способов, методов и форм практической деятельности менеджера.

Кроме того, под стилем управления понимают манеру и способ поведения менеджера в процессе подготовки и реализации управленческих решений.

Все определения стиля управления сводятся к совокупности характерных для менеджера приемов и способов решения задач управления, т.е. *стиль* - это система постоянно применяемых методов руководства.

Как видно, стиль и метод руководства существуют в определенном единстве. Стиль представляет собой форму реализации методов руководства, принятую данным менеджером в соответствии с его личными, субъективно-психологическими характеристиками.

Каждому из сложившихся методов руководства адекватен вполне определенный стиль управления.

Стиль руководства - явление строго индивидуальное, так как он определяется специфическими характеристиками конкретной личности и отражает особенности работы с людьми и технологию принятия решения именно данной личности. Регламентируется стиль личными качествами менеджера.

В процессе трудовой деятельности формируется некоторый строго индивидуальный тип, "почерк" руководителя, действия которого повторить в деталях практически невозможно. Как нет двух одинаковых отпечатков пальцев на руке, так и не существует двух одинаковых менеджеров с одинаковым стилем руководства.

Для *авторитарного (автократического) стиля* характерна централизация власти в руках одного руководителя, требующего, чтобы о всех делах

докладывали только ему. Стилю присущи ставка на администрирование и ограниченные контакты с подчиненными. Такой менеджер единолично принимает (или отменяет) решения, не давая возможности проявить инициативу подчиненным, категоричен, часто резок с людьми. Всегда что-нибудь приказывает, распоряжается, наставляет, но никогда не просит. Иными словами, основное содержание его управленческой деятельности состоит из приказов и команд.

Для автократа характерны догматизм и стереотипность мышления. Все новое воспринимается им с осторожностью или вообще не воспринимается, так как в управленческой работе он практически пользуется одними и теми же методами. Т.е. вся власть сосредоточена в руках руководителя-автократа. Даже размещение людей в процессе проведения совещаний подчинено его идеологии (все постоянно должны быть на виду, рис. 2, а). Это создает напряженную обстановку, так как подчиненные в этом случае желали бы избежать тесного контакта с таким менеджером.

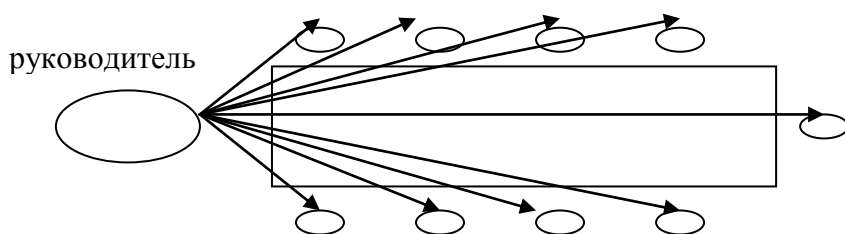


Рис.2,а

5
руководитель

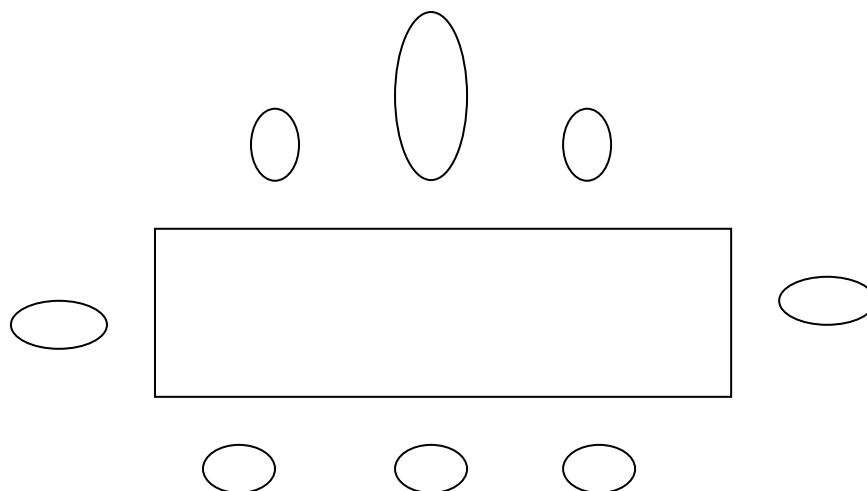


Рис.2,б

Руководитель становится автократом тогда, когда он по своим качествам стоит ниже людей, которыми руководит, или если его подчиненные имеют слишком низкую общую и профессиональную культуру.

Таблица 1. Сравнительная характеристика авторитарного и демократического стилей руководства

характеристика	<u>Стиль руководителя</u>	
	Авторитарный (директивный)	Демократический
«Кредо», принцип	Руководитель – повелитель; руководитель - подчиненный	Руководитель – координатор; Руководитель - партнер
Авторитет	По должности (формальный)	По работе (реальный)
Степень организованности	Детальная организация исполнения работ	Гибкие организационные рамки исполнения работ
Вид решения	Едиличные решения	Коллегиальные решения
Вид распоряжений	Приказ	Просьба
Делегирование полномочий	Делегируются только исполнительские задачи и ответственность за них	Делегируется общая задача и общая ответственность
Вид контроля	Контроль исполнения	Контроль результата

Данный стиль не стимулирует инициативу подчиненных, она, наоборот, часто наказуема автократом, что делает невозможным повышение эффективности работы организации. Под началом автократа неприятно работать, ибо увольнение "неудобных" является целью его управленческой деятельности. В споре он часто произносит сакраментальную фразу: "Мы с тобой не сработаемся". В таких условиях естественно отсутствует удовлетворенность трудом, так как подчиненные автократу сотрудники считают, что их творческие силы не находят должного применения.

Менеджер, использующий преимущественно *демократический стиль*, стремится, как можно больше вопросов решать коллегиально, систематически информировать подчиненных о положении дел в коллективе, правильно реагирует на критику. В общении с подчиненными предельно вежлив и доброжелателен, находится в постоянном контакте, часть управленческих функций делегирует другим специалистам, доверяет людям. Требователен, но справедлив. В подготовке к реализации управленческих решений принимают участие все члены коллектива.

Демократичный менеджер при проведении деловых совещаний размещается, как правило, в середине групп. Это создает непринужденную обстановку при обсуждении проблем развития организации (рис.2, б).

Как видно, приемы и способы воздействия на подчиненных у автократа и демократа существенно разнятся (табл.1).

Руководитель с *либеральным (невмешательским) стилем* руководства практически не вмешивается в деятельность коллектива, а работникам предоставлена полная самостоятельность, возможность индивидуального и коллективного творчества. Такой руководитель с подчиненными обычно вежлив, готов отменить ранее принятое им решение, особенно если это угрожает его популярности. Отличает либералов безынициативность, неосмысленное исполнение директив вышестоящих органов управления.

Из имеющегося арсенала средств воздействия на коллектив основное место у либерала занимают уговоры и просьбы. При выполнении управленческих функций пассивен, можно сказать, "плывет по течению". Менеджер-либерал боится конфликтов, в основном соглашается с мнением подчиненных.

Мягкость в обращении с людьми мешает ему приобрести реальный авторитет, поскольку отдельные сотрудники требуют от него поблажек, которые он и делает, боясь испортить с ними взаимоотношения. Следствием этого может быть панибратство, а "дистанция" руководителя со своими подчиненными на работе крайне незначительна. В конечном счете, руководитель либерального стиля не проявляет сколько-нибудь выраженных организаторских способностей, слабо контролирует и регулирует действия подчиненных и, как следствие, его управленческая деятельность нерезультативна. В конечном итоге все сводится к технологии принятия управленческих решений, в частности менеджер:

- 1) единолично принимает решение и извещает о нем ("чистый автократ");
- 2) "внушает" решение;
- 3) высказывает свои мысли, идеи и предлагает задавать вопросы;
- 4) предлагает пробное решение в качестве опытного образца (модели) для решения;
- 5) раскрывает суть проблемы, дает указания, оценивает предложения, принимает решения ("чистый" демократ);
- 6) устанавливает ограничения и просит сотрудников принять решение;
- 7) позволяет подчиненным действовать без ограничений, установленных руководством "свыше" ("чистое невмешательство").

Исследования немецких ученых выявили зависимость между результатами труда и стилем руководства. Эффективность различных стилей оценивалась в течение трех лет. Самые высокие результаты у коллектива, где преобладает демократический стиль руководства, и самые низкие - либеральный и авторитарный (рис. 3).

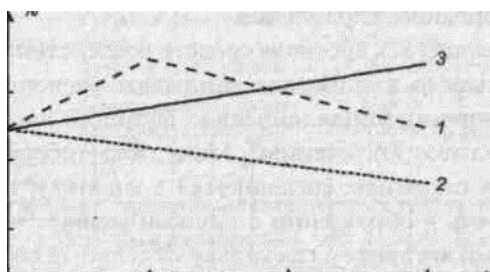


Рис..3. Эффективность различных стилей работы руководителя: 1 — авторитарный стиль, 2 — либеральный; 3 — демократический

Исследовались производительность труда, психологический климат, текучесть кадров и прибыль.

Следует иметь в виду, что каждый из указанных стилей "в чистом виде" встречается очень редко. Гибкость руководителя и заключается в том, чтобы использовать преимущества каждого стиля и применять его в зависимости от особенностей ситуации.

4. Требования к менеджеру любого уровня.

К менеджеру любого уровня предъявляются следующие требования:

- наличие общих знаний в области науки управления предприятием;
- компетентность в вопросах технологии производства в той отрасли, к которой относится фирма по виду и характеру своей деятельности;
- владение не только навыками администрирования, но и предпринимательства, умение видеть и владеть ситуацией на рынках, проявлять инициативу и активно перераспределять ресурсы фирмы в наиболее выгодных сферах применения;
- принятие обоснованных и компетентных решений на основе согласования с нижестоящими руководителями и работниками и распределение участия каждого в их исполнении;
- наличие практического опыта и знаний в области анализа экономической ситуации на основных рынках или их сегментах, на которых уже работает или намеревается работать (фирма);
- умение анализировать деятельность и действия фирм-конкурентов;
- умение предвидеть тенденции развития хозяйственной конъюнктуры, особенности спроса, мер государственного регулирования экономики в своей стране и в других странах, на рынках которых фирма стремится усилить либо удержать свои позиции.

И все же важнейшим требованием к менеджеру любого уровня является умение управлять людьми. К нему относятся:

- знание в совершенстве своих прямых подчиненных, их способностей и возможностей выполнения конкретной поручаемой им работы;

- знание условий, связывающих предприятие и работников; защита интересов тех и других на справедливой основе;

- устранение неспособных с целью удержания единства и правильности функционирования фирмы.

Руководитель, как пишет А.Файоль, должен устранить или предложить устранение всякого функционера, ставшего по какой-либо причине неспособным выполнять возложенные на него задачи. Это требование долга всегда сложное, часто тягостное. Эта обязанность взывает к высшим нравственным качествам начальника и, в частности, к известному гражданскому мужеству, которое подчас труднее проявить, чем военную храбрость.

Рыночная экономика вызывает потребность в управляющих, которые относятся к делу творчески, хорошо информированы, умеют наилучшим образом использовать ресурсы и обеспечивать эффективность функционирования фирмы.

Непреложным фактом в менеджменте является понимание каждым менеджером и, прежде всего, руководителем высшего звена управления, того, что их фирма осуществляет свою деятельность в рыночных условиях и целиком зависит от рынка.

Фирма, существующая благодаря работе своих сотрудников, должна проявлять заботу об удовлетворении жизненных потребностей не только клиентов-потребителей, но и своих собственных работников.

Важно отметить, что услуги американских менеджеров предлагаются фирмам и организациям, заинтересованным в профессиональном и квалифицированном администрировании, на контрактной основе. Их основной задачей является обеспечение выполнения плана производства продукции высокого качества при наименьших потерях труда и материальных ресурсов; создание условий для технического прогресса, развития производства и повышения его эффективности, обеспечения эффективного сбыта продукции предприятия.

5. Зависимость эффективности управления коллективом от форм власти, которые применяет руководитель. Основные формы власти.

Руководитель имеет власть над подчиненными, однако в некоторых ситуациях и подчиненные имеют власть над руководителем, так как последний зависит от них по таким вопросам, как необходимая для принятия решений информация, неформальные контакты с людьми в других подразделениях и т.п. Отсюда следует, что руководитель должен понимать и учитывать тот факт, что, поскольку подчиненные тоже часто обладают властью, использование им в одностороннем порядке своей власти в полном объеме может вызвать у подчиненных такую реакцию, когда они захотят продемонстрировать свою собственную власть. Поэтому следует поддерживать

разумный баланс власти: достаточный для достижения целей организации, но не вызывающий у подчиненных отрицательных реакций.

Власть может принимать разнообразные формы. В связи с этим выделяют три основные формы власти: утилитарную, авторитарно-нормативную и смешанную.

Утилитарная власть - это воздействие посредством сильных мотивов. Исполнитель задания знает, что если он выполнит "то-то", то получит "это".

Авторитарно-нормативная власть - законная власть. Исполнитель верит, что влияющий имеет право отдавать приказания, а его долг - строго их выполнять.

Объединенная власть - власть группы. Эта власть огромна и часто неосознанна. Нормы устанавливаются группами и поэтому наше поведение должно вписываться в нормы и культуру организации.

Во всех случаях, когда мы имеем дело с властью, подразумеваем степень влияния руководителя на подчиненного.

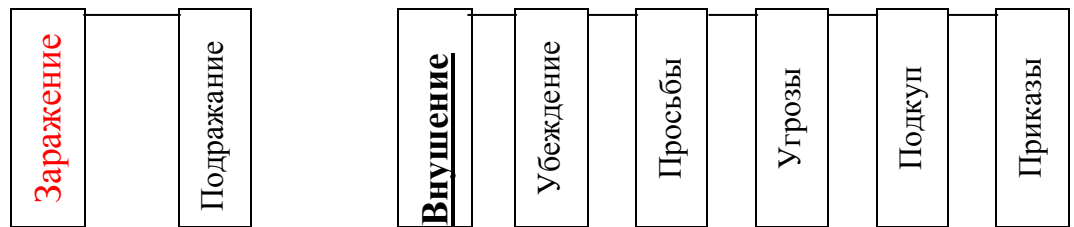
Влияние — это поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение другого.

Конкретные способы влияния весьма разнообразны.

Как видно из рис. 4, выделились две большие группы управленческого влияния - эмоциональное и рассудочное. В группе эмоциональных средств влияния основное место занимает "заражение" и подражание.

"Заражение" - это, пожалуй, самый древний способ влияния на людей. Он характеризуется практически автоматикой, неосознанной передачей эмоционального состояния одного человека другому. Используя механизм заражения, менеджер может значительно повысить сплоченность коллектива, мобилизовать его на выполнение целей организации.





Подражание - это усвоение действий, поступков, манеры поведения и даже способа мышления других лиц. Если "заражение" характеризуется передачей эмоционального состояния, то осознанное подражание представляет собой способ заимствования того лучшего, что есть у других.

Подражанию легко поддаются впечатлительные и слабовольные люди, а также лица с недостаточно развитым самостоятельным мышлением. Зная это, важно выяснить, кто служит для них "эталон" для подражания и в соответствии с этим осуществлять управленческие действия.

В группу способов рассудочного влияния входят: внушение, убеждение, просьба, угроза, подкуп, приказ.

Внушение - это воздействие, основанное на некритическом восприятии того, что внушение как способ влияния на подчиненных является бездоказательным и неаргументированным. Поэтому эффект воздействия достигается за счет личных качеств менеджера: его признание, авторитет, престиж и т.п. Чем они выше, тем эффективнее внушение.

Внушение является односторонним воздействием: активен, как правило, внушающий, а тот, кому внушают, - пассивен. Многие менеджеры успешно влияют на людей с помощью внушения. Особенно большой эффект внушения достигается, если подчиненный возбужден и срочно ищет выход из создавшегося положения. В этот момент он готов следовать любому совету руководителя. В данном случае внушение проявляется больше как убеждение.

Убеждение - эффективная передача своей точки зрения. Руководитель, который влияет путем убеждения, не говорит исполнителю, что надо делать, - он "продает" подчиненному то, что нужно сделать.

Как эффективно использовать влияние путем убеждения?

1. Постарайтесь точно определить потребности слушателя и апеллируйте к этим потребностям.

2. Начинать разговор с такой мысли, которая обязательно придется по душе слушателю.

3. Постарайтесь создать образ, вызывающий большое доверие и ощущение надежности.

4. Просите немного больше, чем Вам на самом деле нужно или хочется (для убедительности приходится иногда делать уступки, а если с самого начала Вы будете просить больше, Вы, по-видимому, получите именно столько, сколько

Вам действительно нужно). Этот метод может сработать и против Вас, если Вы запросите слишком много.

5. Говорите, сообразуясь с интересами слушателей, а не со своими собственными. Частое повторение слова "Вы" поможет слушателю понять, какое отношение к его или ее потребностям имеет то, что Вы, влияющий, хотите, чтобы он сделал.

6. Если высказываете несколько точек зрения, постарайтесь изложить последние аргументы, ибо, услышанные последними, они имеют наибольший шанс повлиять на аудиторию.

Как видно, убеждение, осуществляемое в словесной форме, опирается на рассуждения и логику, а воздействие на чувства и эмоции играет вспомогательную роль. Если внушение носит одностороннюю направленность, то при убеждении активны обе стороны. При этом ведущую роль играет убеждение.

Процесс убеждения представляет собой явную или скрытую дискуссию, цель которой состоит в достижении единства мнений или компромисса. В процессе убеждения рекомендуется использовать такие "усиливающие" аргументы, как:

аргумент к традиции;

аргумент к большинству;

аргумент к авторитетной личности;

аргумент к личности того, кто убеждает;

аргумент к мировому опыту;

аргумент психологического феномена (чувство обиды, зависти, "я лучше всех" и т.п.).

Самая слабая сторона убеждения - это медленное воздействие и неопределенность.

Просьба - способ влияния на подчиненного, основанный на добровольных, побуждающих, непринудительных мотивах.

Прибегая к просьбе, менеджер пытается взывать к лучшей из сторон природы другого человека. Положительный результат достигается в случае, если между руководителем и подчиненным существуют хорошие отношения.

Угроза - запугивание, обещание причинить подчиненному зло. Они основаны на том допущении, что страх иногда является достаточным мотивом, чтобы побудить человека выполнять поручения, с которыми он внутренне не согласен. Как правило, угрозы срабатывают на короткое время (пока подчиненный находится в "зоне страха", т.е. боится руководителя). Угроза вызывает борьбу между двумя личностями, и здесь проигравшим всегда будет тот, кто вынашивает мысль победить в будущем (никому не хочется быть постоянно проигравшим).

Подкуп - склонение на свою сторону, расположение в свою пользу подчиненного любыми средствами. Т.е. руководитель может предоставить своему подчиненному какие-либо преимущества, если он определенным образом изменит свое поведение. В некоторых случаях подкуп - это честный подход, предоставляющий подчиненному дополнительные вознаграждения

за дополнительные усилия, например: "Поработай сегодня сверх нормы и завтра можно будет уйти с работы пораньше".

Приказ - официальное распоряжение властных органов. Исключается альтернатива, поскольку приказ не обсуждают, а выполняют. И если приказ не выполнен, за этим, как правило, следуют негативные последствия.

Каждому менеджеру необходимо знать, что, используя любые способы влияния на подчиненных, следует руководствоваться своего рода Кодексом делового поведения и нормами служебной этики (нормы и правила поведения, основывающиеся на общественном мнении и традициях). В любом случае влияние не должно вызывать у подчиненного чувства раздражения, ненависти, досады и стресса. В этом смысле можно предложить следующие приемы положительного влияния на подчиненных.

1. **"Подавление"** собеседника выдержкой и спокойствием. Если в разговоре с Вами собеседник нервничает и повышает голос, отвечайте на его бурные "атаки" ровным, спокойным и, главное, доброжелательным тоном (иногда с легкой иронией) - и Вы скоро увидите, как Ваш собеседник перейдет на нормальный и спокойный тон, при котором гораздо легче решать все вопросы и проблемы.

Не теряйте душевного равновесия из-за мелочей. ("Не позволяйте мухе выбить вас из седла." Д. Карнеги.)

2/**Концентрированное внимание на одном из подчиненных.** Заставьте себя сосредоточить свое внимание на ком-нибудь из Ваших подчиненных, желательно на том, кто занимает самую низшую должность. Понаблюдайте за ним, постарайтесь представить себе, что он думает, какие у него заботы, интересы, желания, поинтересуйтесь его судьбой - и Вы неожиданно для себя почувствуете живой интерес к этому человеку. И тогда Вам будет легко общаться с ним на неформальной основе, вскоре Вы обнаружите доверие со стороны этого человека. Но самое главное - Вы почувствуете моральную удовлетворенность самим собой.

3.**"Насилие" над собственным мнением.** Заставьте себя в подчиненном, которого Вы почему-то недолюбливаете или даже терпеть не можете, найти какие-то положительные качества. Постарайтесь убедить себя, что Вы до сих пор имели ошибочное мнение о нем, даже если для этого у Вас самые веские основания. Если Вы этого достигнете, у Вас будет взаимопонимание с этим человеком.

4.**Неожиданное решение.** Чего обычно ожидает подчиненный? Наказания. А как относится руководитель к недобросовестному, неисполнительному или отстающему работнику? Конечно же, с неприязнью и недоверием. Эти ответы являются аксиомами. Откажитесь от них. Особенно в тех случаях, если подчиненный смирился с положением "неудачника" и не ждет от Вас доброго слова, не говоря уже о доверии. Окажите ему временное предпочтение перед другими. Дайте ему ответственное поручение. Сделайте это гласно, высказав уверенность в том, что он его выполнит.

Большой воспитательный заряд несут такие решения, которые окрыляют подчиненного. К таким решениям прибегал Макаренко: он доверял

материальные ценности тому, кому, казалось бы, никак нельзя доверять, - бывшему вору. Но предпринимать такие рискованные мероприятия можно лишь тогда, когда Вы сумеете затронуть душу человека таким доверием, которое превосходит страх риска.

5. **Авансированная похвала.** Дав подчиненному, задание и не будучи уверенным, в его выполнении, можно похвалить подчиненного, сказав, что никому другому Вы не можете поручить столь ответственное задание. Через некоторое время Вы убедитесь, что Ваша похвала авансом попала в цель: подчиненный будет старателен.

6. **"Поставьте себя на мое место".** Нет, пожалуй, более простого приема, чем этот. Самый простой, человечески доступный способ проникновенного доказательства своей правоты - это принудить собеседника, выразившего в чем-либо не согласие с Вами, стать на ваше место в качестве официального лица или в качестве порядочного, честного человека. Тогда спорящий быстро поймет, что решить в его пользу вопрос либо невозможно (в связи с ограниченными правовыми компетенциями руководителя), либо противоправно, безнравственно.

Здесь особое место играет рефлексия - размышление (рассуждение) за другого человека, способность мысленно поставить себя в психологическую ситуацию другого человека, думать как бы за него, рассуждать "с его точки зрения", решать, став на его место, задавая себе ситуации, будучи на его месте. Способность рефлексировать в себе образ мыслей, суждения других людей - показатель высокой культуры мышления руководителя.

Одни менеджеры с легкостью и удовольствием применяют в управленческой деятельности различные способы положительного влияния на подчиненных, другие это делают с большим трудом, а третьим часто сделать просто не удастся, что в определенной мере связано с темпераментом и характером личности менеджера.

Вопросы для контроля:

1. На конкретных примерах покажите применение менеджером различных методов управления и стилей руководства. Выявите случаи, когда стиль руководства сдерживает развитие и вступает в противоречие с методами управления.

2. Попытайтесь определить стиль руководства известного Вам менеджера (авторитарный, демократический или либеральный). Дайте Ваши объяснения.

3. Как Вы понимаете стиль руководства?

4. Выявите сходства и различия в стиле и методах руководства.

5. Почему стиль руководства - явление строго индивидуальное?

6. Дайте характеристику авторитарного стиля руководства.

7. Опишите особенности демократического и либерального стилей.

8. Почему стиль, ориентированный на человека, не всегда оказывается эффективным?

9. Почему один и тот же стиль руководства не подходит для всех организаций?

Тесты.

1. Что не присуще авторитарному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) большинство решений принимается коллегиально;
- д) правильное реагирование на критику.

2. Что не присуще демократическому стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) большинство решений принимается коллегиально;
- д) правильное реагирование на критику.

3. Что не присуще либеральному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) при выполнении управленческих функций пассивен;
- д) боязнь конфликтов.

4. Поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение другого - это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

5. Автоматическая, неосознанная передача эмоционального состояния одного человека другому - это:

- а) подражание;

- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

6. Усвоение действий, поступков, манеры поведения и способа мышления других лиц – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

7. Эффективная передача своей точки зрения – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

8. Воздействие, основанное на некритическом восприятии, которое достигается за счет личных качеств менеджера – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

9. Власть, источником которой является стремление людей удовлетворить определенные свои потребности – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

10. Власть, источником которой являются знания – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;

- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

11. Власть, основанная на убеждении подчиненных в праве руководителя отдавать приказы, распределять обязанности для выполнения – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

12. Власть, основанная на силе личных качеств или профессиональных способностях человека:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

13. Власть, основанная на опасении подчиненных потерять работу, должность, премию, уважение, защищенность:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

Ключ к тестам.

1в, г, д; 2а,б,в; 3а,б; 4б; 5в; 6а; 7д; 8г, 9б; 10д; 11в; 12г; 13а.

Ключ по вариантам.

- 1 вариант: 1в,г,д; 2в; 3б; 4а; 5в.
- 2 вариант: 1а; б, в; 2а; 3д; 4г; 5г.
- 3 вариант: 1а,б; 2д; 3в; 4б; 5а.
- 4 вариант: 1б; 2г; 3г; 4д; 5в, г, д.

1 вариант.

1. Что не присуще авторитарному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) большинство решений принимается коллегиально;
- д) правильное реагирование на критику.

2. Автоматическая, неосознанная передача эмоционального состояния одного человека другому - это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

3. Власть, источником которой является стремление людей удовлетворить определенные свои потребности – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

4. Власть, основанная на опасении подчиненных потерять работу, должность, премию, уважение, защищенность:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

5. Власть, основанная на убеждении подчиненных в праве руководителя отдавать приказы, распределять обязанности для выполнения – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

2 вариант.

1. Автоматическая, неосознанная передача эмоционального состояния одного человека другому - это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

2. Усвоение действий, поступков, манеры поведения и способа мышления других лиц – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

3 Власть, источником которой являются знания – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

4. Воздействие, основанное на некритическом восприятии, которое достигается за счет личных качеств менеджера – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

5. Власть, основанная на силе личных качеств или профессиональных способностях человека:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;

- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

3 вариант.

1. Что не присуще либеральному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) при выполнении управленческих функций пассивен;
- д) боязнь конфликтов.

2. Эффективная передача своей точки зрения – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

3. Власть, основанная на убеждении подчиненных в праве руководителя отдавать приказы, распределять обязанности для выполнения – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

4. Власть, источником которой является стремление людей удовлетворить определенные свои потребности – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

5. Власть, основанная на опасении подчиненных потерять работу, должность, премию, уважение, защищенность:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;

- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

4 вариант.

1. Поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение другого - это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение

2. Воздействие, основанное на некритическом восприятии, которое достигается за счет личных качеств менеджера – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

3. Власть, основанная на силе личных качеств или профессиональных способностях человека:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

4. Власть, источником которой являются знания – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

5. Что не присуще авторитарному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;

- в) безынициативность;
- г) большинство решений принимается коллегиально;
- д) правильное реагирование на критику.

Презентация

Тема 4.4 Авторитет руководителя. Стил ь управления.

План.

1. Авторитет та два его статуса: официальный и реальный.
2. Разновидности псевдоавторитетов: авторитет расстояния, авторитет доброты, авторитет педантизма, авторитет чванства, авторитет угнетения.
3. Понятие „стил ь управления”. Стили управления: авторитарный (автократический), демократический, либеральный.
4. Требования к менеджеру любого уровня.
5. Зависимость эффективности управления коллективом от форм власти, которые применяет руководитель. Основные формы власти: власть принуждения, власть награды, законная власть, экспертная власть, харизматическая власть.

1. Авторитет та два его статуса: официальный и реальный.

Авторитет - заслуженное доверие, которым пользуется руководитель у подчиненных, вышестоящего руководства и коллег по работе.

Различать два источника (статуса) авторитета:

официальный, определяемый занимаемой должностью (должностной статус);

реальный авторитет - фактическое влияние, реальное доверие и уважение (субъективный статус).

2. Разновидности псевдоавторитетов.

А.С.Макаренко выделял следующие разновидности псевдоавторитета:

авторитет расстояния - руководитель считает, что его авторитет возрастает, если он "дальше" от подчиненных и держится с ними официально;

авторитет доброты - "всегда быть добрым" - таков девиз данного руководителя;

авторитет педантизма - в этом случае менеджер прибегает к мелочной опеке и жестко определяет все стадии выполнения задания подчиненным, тем самым, сковывая их творчество и инициативу;

авторитет чванства - руководитель высокомерен, гордится и старается всюду подчеркнуть свои бывшие или мнимые нынешние заслуги;

авторитет подавления - менеджер прибегает к угрозам, сеет страх среди подчиненных.

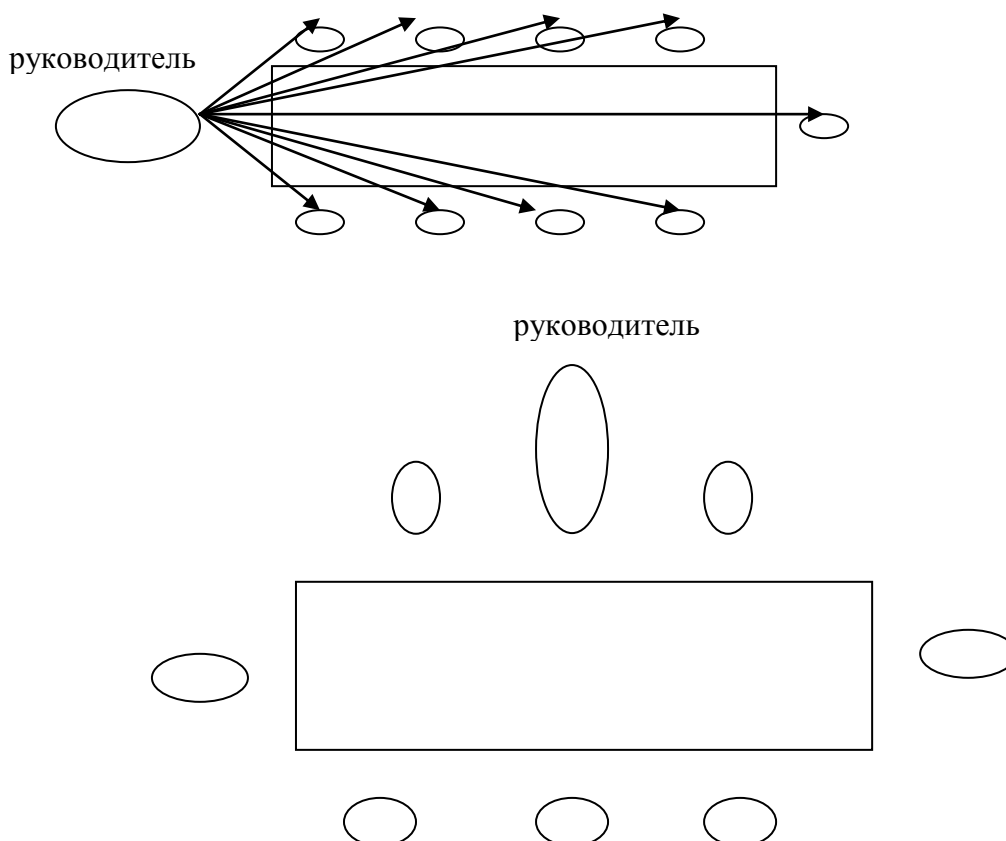
3. Понятие „стиль управления”. Стили управления.

Слово "стиль" греческого происхождения. Первоначально оно означало стержень для писания на восковой доске, а позднее употреблялось в значении "почерк". Отсюда можно считать, что стиль руководства - это своего рода "почерк" в действиях менеджера.

Стиля руководства - относительно устойчивая система способов, методов и форм практической деятельности менеджера.

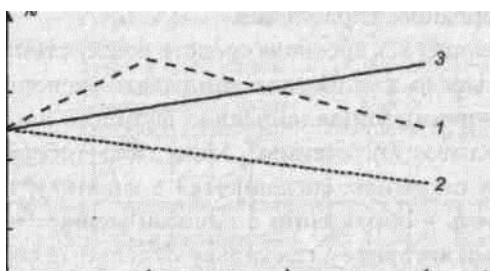
Кроме того, под стилем управления понимают манеру и способ поведения менеджера в процессе подготовки и реализации управленческих решений.

Стиль - это система постоянно применяемых методов руководства.



Сравнительная характеристика авторитарного и демократического стилей руководства

Характеристика	Стиль руководителя	
	Авторитарный (директивный)	Демократический
«Кредо», принцип	Руководитель – повелитель; руководитель - подчиненный	Руководитель – координатор; Руководитель - партнер
Авторитет	По должности (формальный)	По работе (реальный)
Степень организованности	Детальная организация исполнения работ	Гибкие организационные рамки исполнения работ
Вид решения	Единоличные решения	Коллегиальные решения
Вид распоряжений	Приказ	Просьба
Делегирование полномочий	Делегируются только исполнительские задачи и ответственность за них	Делегируется общая задача и общая ответственность
Вид контроля	Контроль исполнения	Контроль результата



Эффективность различных стилей работы руководителя: 1 — авторитарный стиль, 2 — либеральный; 3 — демократический

4. Требования к менеджеру любого уровня.

К менеджеру любого уровня предъявляются следующие требования:

- наличие общих знаний в области науки управления предприятием;
- компетентность в вопросах технологии производства в той отрасли, к которой относится фирма по виду и характеру своей деятельности;
- владение не только навыками администрирования, но и предпринимательства, умение видеть и владеть ситуацией на рынках, проявлять инициативу и активно перераспределять ресурсы фирмы в наиболее выгодных сферах применения;
- принятие обоснованных и компетентных решений на основе согласования с нижестоящими руководителями и работниками и распределение участия каждого в их исполнении;
- наличие практического опыта и знаний в области анализа экономической ситуации на основных рынках или их сегментах, на которых уже работает или намеревается работать (фирма);
- умение анализировать деятельность и действия фирм-конкурентов;
- умение предвидеть тенденции развития хозяйственной конъюнктуры, особенности спроса, мер государственного регулирования экономики в своей стране и в других странах, на рынках которых фирма стремится усилить либо удержать свои позиции;
- знание в совершенстве своих прямых подчиненных, их способностей и возможностей выполнения конкретной поручаемой им работы;
- знание условий, связывающих предприятие и работников; защита интересов тех и других на справедливой основе;
- устранение неспособных с целью удержания единства и правильности функционирования фирмы.

Руководитель, как пишет А.Файоль, должен устранить или предложить устранение всякого функционера, ставшего по какой-либо причине неспособным выполнять возложенные на него задачи. Это требование долга всегда сложное, часто тягостное.

5. Зависимость эффективности управления коллективом от форм власти, которые применяет руководитель. Основные формы власти.

Основные формы власти:

утилитарная,
авторитарно-нормативная,
смешанная.

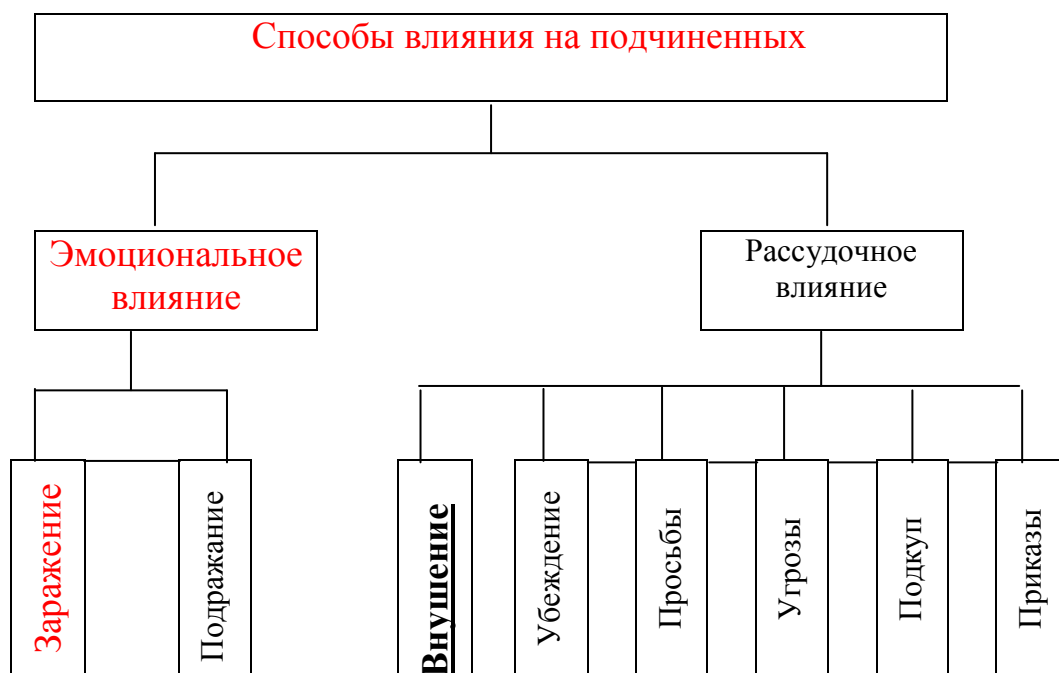
Утилитарная власть - это воздействие посредством сильных мотивов. Исполнитель задания знает, что если он выполнит "то-то", то получит "это".

Авторитарно-нормативная власть - законная власть. Исполнитель верит, что влияющий имеет право отдавать приказания, а его долг - строго их выполнять.

Объединенная власть - власть группы.

Влияние — это поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение другого.

"Заражение" - это практически автоматика, неосознанная передача эмоционального состояния одного человека другому



Подражание - это усвоение действий, поступков, манеры поведения и даже способа мышления других лиц, способ заимствования того лучшего, что есть у других.

Внушение - это воздействие, основанное на некритическом восприятии того, что внушение как способ влияния на подчиненных является бездоказательным и неаргументированным.

Убеждение - эффективная передача своей точки зрения. Руководитель, который влияет путем убеждения, не говорит исполнителю, что надо делать, - он "продает" подчиненному то, что нужно сделать.

Как эффективно использовать влияние путем убеждения?

1. Постарайтесь точно определить потребности слушателя и апеллируйте к этим потребностям.

2. Начиная разговор с такой мысли, которая обязательно придется по душе слушателю.

3. Постарайтесь создать образ, вызывающий большое доверие и ощущение надежности.

4. Просите немного больше, чем Вам на самом деле нужно или

5. Говорите, соотносясь с интересами слушателей, а не со своими собственными

6. Если высказываете несколько точек зрения, постарайтесь изложить последние аргументы, ибо, услышанные последними, они имеют наибольший шанс повлиять на аудиторию.

Просьба - способ влияния на подчиненного, основанный на добровольных, побуждающих, непринудительных мотивах.

Угроза - запугивание, обещание причинить подчиненному зло.

Подкуп - склонение на свою сторону, расположение в свою пользу подчиненного любыми средствами.

Приказ - официальное распоряжение властных органов.

Приемы положительного влияния на подчиненных.

1. **"Подавление"** собеседника выдержкой и спокойствием.

Не теряйте душевного равновесия из-за мелочей. ("Не позволяйте мухе выбить вас из седла." Д. Карнеги.)

2/ **Концентрированное внимание на одном из подчиненных.**

3. **"Насилие" над собственным мнением.** Заставьте себя в подчиненном, которого Вы почему-то недолго любите или даже терпеть не можете, найти какие-то положительные качества.

4. **Неожиданное решение.**

5. **Авансированная похвала.**

6. **"Поставьте себя на мое место".**

Вопросы для контроля:

1. На конкретных примерах покажите применение менеджером различных методов управления и стилей руководства. Выявите случаи, когда стиль руководства сдерживает развитие и вступает в противоречие с методами управления.

2. Попробуйте определить стиль руководства известного Вам менеджера (авторитарный, демократический или либеральный). Дайте Ваши объяснения.

3. Как Вы понимаете стиль руководства?

4. Выявите сходства и различия в стиле и методах руководства.

5. Почему стиль руководства - явление строго индивидуальное?

6. Дайте характеристику авторитарного стиля руководства.

7. Опишите особенности демократического и либерального стилей.

8. Почему стиль, ориентированный на человека, не всегда оказывается эффективным?

9. Почему один и тот же стиль руководства не подходит для всех организаций?

Тесты.

1. Что не присуще авторитарному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) большинство решений принимается коллегиально;
- д) правильное реагирование на критику.

2. Что не присуще демократическому стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;

- г) большинство решений принимается коллегиально;
- д) правильное реагирование на критику.

3. Что не присуще либеральному стилю управления:

- а) централизация власти в руках одного руководителя;
- б) ставка на администрирование;
- в) безынициативность;
- г) при выполнении управленческих функций пассивен;
- д) боязнь конфликтов.

4. Поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение другого - это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

5. Автоматическая, неосознанная передача эмоционального состояния одного человека другому - это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

6. Усвоение действий, поступков, манеры поведения и способа мышления других лиц – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

7. Эффективная передача своей точки зрения – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

8. Воздействие, основанное на некритическом восприятии, которое достигается за счет личных качеств менеджера – это:

- а) подражание;
- б) влияние;
- в) заражение;
- г) внушение;
- д) убеждение.

9. Власть, источником которой является стремление людей удовлетворить определенные свои потребности – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

10. Власть, источником которой являются знания – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

11. Власть, основанная на убеждении подчиненных в праве руководителя отдавать приказы, распределять обязанности для выполнения – это:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

12. Власть, основанная на силе личных качеств или профессиональных способностях человека:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

13. Власть, основанная на опасении подчиненных потерять работу, должность, премию, уважение, защищенность:

- а) власть принуждения;
- б) власть вознаграждения;
- в) законная власть;
- г) харизматическая власть;
- д) экспертная власть.

Ключ к тестам.

1в, г, д; 2а,б,в; 3а,б; 4б; 5в; 6а; 7д; 8г, 9б; 10д; 11в; 12г; 13а.

Ключ по вариантам.

- 1 вариант: 1в,г,д; 2в; 3б; 4а; 5в.
- 2 вариант: 1а; б, в; 2а; 3д; 4г; 5г.
- 3 вариант: 1а,б; 2д; 3в; 4б; 5а.
- 4 вариант: 1б; 2г; 3г; 4д; 5в, г, д.

Тема 5.6: «Конфликты и пути их разрешения»

План

1. Конфликты: виды, структура, стадии протекания
2. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения
3. Стратегия поведения в конфликтной ситуации
4. Конфликты в личностно-эмоциональной сфере
5. Правила поведения в условиях конфликта

Цель: сформировать систему знаний о конфликтах и путях их разрешения; развивать навыки общения, воспитывать культуру речи.

Литература:

- В.Н.Лавриненко, Психология и этика
Делового общения, М.,ЮНИТИ-ДАНА, 2000 г.
- И.В.Самыкина, Энциклопедия офиса, М.,
БИНОМ,1995.
- А.Ю.Панасик, Управление общением,
М, «Экономика,1990.

1. Конфликты: виды, структура, стадии протекания.

Что же такое конфликт? В психологии *конфликт* определяется как «столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями»¹. Как следует из этого определения, основу конфликтных ситуаций в группе между отдельными людьми составляет столкновение между противоположно направленными интересами, мнениями, целями, различными представлениями о способе их достижения.

Типология конфликта. В социальной психологии существует многовариантная типология конфликта в зависимости от тех критериев, которые берутся за основу.

1. Так, например, конфликт может быть внутриличностным, межличностным, между личностью и группой, в которую личность входит, между организациями или группами одного или I различного статуса.

Внутриличностный конфликт вызывается различными психологическими факторами внутреннего мира личности: потребностями, интересами, желаниями, чувствами, ценностями, мотивами и т. п. В зависимости от того, какие внутренние стороны личности вступают в конфликт, выделяют следующие его формы: мотивационный, нравственный, нереализованного желания, ролевой, адаптационный, неадекватной самооценки.

Межличностный конфликт является наиболее распространенной формой конфликта в организациях. Это, как правило, борьба за ограниченные ресурсы: материальные средства, вакантное место, рабочую силу, время использования оборудования или одобрение проекта. Каждый при этом считает, что в ресурсах нуждается именно он, а не кто-нибудь другой. Межличностный конфликт может также проявиться в столкновении различных типов характера, темперамента. Например, два начальника, имеющих холерический темперамент, будут часто конфликтовать друг с другом. Также трудно согласовывают свои действия два лидера в одной организации.

Конфликт между личностью и группой возникает тогда, когда член группы отстает от сложившихся в группе норм поведения и труда. Другой распространенный конфликт этого типа — между группой и руководителем. Наиболее остро такие конфликты протекают при неадекватности стиля руководства уровню зрелости коллектива, из-за несоответствия

компетентности руководителя и специалистов, из-за неприятия нравственного облика и характера руководителя.

Межгрупповой конфликт возникает между различными (формальными и неформальными) группами в организации, между высшим и более низкими уровнями управления.

2. Возможны также классификации конфликтов *по горизонтали* (между рядовыми сотрудниками, не находящимися в подчинении друг к другу), *по вертикали* (между людьми, находящимися в подчинении друг к другу) и *смешанные*, в которых представлены и те и другие. Наиболее распространены конфликты вертикальные и смешанные. Они в среднем составляют 70—80% от всех конфликтов, являются нежелательными для руководителя, так как в них он как бы «связан по рукам и ногам». Дело в том, что в этом случае каждое действие руководителя рассматривается всеми сотрудниками через призму этого конфликта.

3. Допустима также классификация по характеру причин, вызвавших конфликт. Перечислить все причины возникновения конфликта не представляется возможным. Но в целом он вызывается, как указывает Р. Л. Кричевский в книге «Если Вы — руководитель...», тремя группами причин, обусловленными:

1) трудовым процессом;

2) психологическими особенностями человеческих взаимоотношений, то есть их симпатиями и антипатиями, культурными, этническими различиями людей, действиями руководителя, плохой психологической коммуникацией и т. д.;

3) личностным своеобразием членов группы, например, неумением контролировать свое эмоциональное состояние, агрессивностью, некоммуникабельностью, бестактностью и т. д.

4. Конфликты различают и по их значению для организации, а также по способу их разрешения. Различают конструктивные и деструктивные конфликты.

Для *конструктивных* конфликтов характерны разногласия, которые затрагивают принципиальные стороны, проблемы жизнедеятельности организации и ее членов и разрешение которых выводит организацию на новый более высокий и эффективный уровень развития, появляются условия для сотрудничества, взаимопонимания.

Деструктивные конфликты приводят к негативным, часто разрушительным действиям, которые иногда перерастают в склоку и

другие негативные явления, что резко снижает эффективность работы группы или организации.

Стадии и структура конфликта. Несмотря на свою специфику и многообразия, конфликты имеют общие стадии протекания:

- потенциальное формирование противоречивых интересов, ценностей, норм;
- переход потенциального конфликта в реальный или стадию осознания участниками конфликта своих верно или ложно понятых интересов;
- конфликтные действия;
- снятие или разрешение конфликта.

Кроме того, каждый конфликт имеет также более или менее четко выраженную структуру. В любом конфликте присутствуют *объект* конфликтной ситуации, связанный либо с организационными и технологическими трудностями, особенностями опла-1 ты труда, либо со спецификой деловых и личных отношений) конфликтующих сторон.

Следующий элемент конфликта — *цели, субъективные мотивы* его участников, обусловленные их взглядами и убеждениями, материальными и духовными интересами.

Далее, конфликт предполагает наличие *оппонентов, конкретных лиц*, являющихся его участниками.

И, наконец, в любом конфликте важно отличить непосредственный *повод* столкновения от подлинных его *причин*, зачастую скрывааемых.

Руководителю-практику важно помнить, что пока существуют все перечисленные элементы структуры конфликта (кроме повода), он неустраним. Попытка прекратить конфликтную ситуацию силовым давлением либо уговорами приводит к нарастанию, расширению его за счет привлечения новых лиц, групп или организаций. Следовательно, необходимо устранить хотя бы один из существующих элементов структуры конфликта.

Специалистами разработано немало рекомендаций, касающихся различных аспектов поведения людей в конфликтных ситуациях, выбора соответствующих стратегий поведения и средств разрешения конфликта, а также управления им.

2. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения.

Рассмотрим особенности поведения человека в конфликтной ситуации, прежде всего в процессе делового общения.

Как вы уже знаете из предыдущих глав, процесс общения предполагает наличие следующих трех факторов: восприятия, эмоций и обмена информацией. В конфликтных ситуациях легко забыть об этом. Поэтому кратко рассмотрим, что же может создавать почву для их возникновения.

Несовпадение рассуждений. Разногласия из-за несовпадения ваших рассуждений с рассуждениями другой стороны. Ведь то, какой вы видите проблему, зависит от того, с какой колокольни, образно говоря, смотрите на нее. Люди склонны видеть то, что хотят увидеть. Из массы фактов мы изымаем те, которые подтверждают наши взгляды, представления и убеждения, и не обращаем внимания или ошибочно интерпретируем те из них, которые ставят под вопрос наши представления. Однако следует иметь в виду, что понять точку зрения другого — это еще не значит согласиться с ней. Это может помочь лишь сузить область конфликта. Также не следует интерпретировать высказывания или действия другой стороны в негативном плане, так как это вызывает отрицательные эмоции. Но на отрицательные эмоции в свой адрес мы испытываем раздражение и у нас возникает желание компенсировать свой психологический проигрыш, ответив обидой на обиду. При этом ответ должен быть не слабее, и для уверенности он делается с «запасом». Снисходительное отношение, категоричность, подшучивание, напоминание о какой-то проигрышной ситуации и т.п. — все это вызывает отрицательную реакцию у окружающих и служит питательной средой для возникновения конфликтной ситуации.

Особенности восприятия. Люди, очень часто разговаривая, не понимают друг друга. Тому есть много причин. В частности, при межличностном общении значительная часть информации существует на уровне бессознательного и не может быть выражена полностью словами. Из-за ограниченного словарного запаса, недостатка времени или по другим причинам не считается нужным все говорить, а потому иногда воспринимается собеседником за счет невербальных средств коммуникации (мимики, интонации, жестов, поз и т.д.).

Кроме того, у каждого человека существуют свои особенности в восприятии другого человека. В одном из направлений современной психологии — нейролингвистическом программировании — эти различия положены в основу классификации людей на визуалов, аудиалов и кинестетиков. Так, *визуалы* любят зрительно предъявляемое, конкретность, не терпят хождений перед ними во время общения, склонны к обвинительным утверждениям. *Аудиалы* все воспринимают через слуховые

образы, музыку, речь, *кинестетики* — через состояния своего тела. Все это вместе взятое и создает предпосылки к конфликту и трудности в управлении им.

Учитывая трудности в процессе общения, *Е. Мелибруда, В. Зигерт* и *Л. Ланге* разработали модель поведения человека в конфликтной ситуации с точки зрения ее соответствия психологическим стандартам¹. Считается, что конструктивное разрешение конфликта зависит от следующих факторов:

1) адекватности восприятия конфликта, то есть достаточно точной, не искаженной личными пристрастиями оценки поступков, намерений, как противника, так и своих собственных;

2) открытости и эффективности общения, готовности к всестороннему обсуждению проблем, когда участники честно высказывают свое понимание происходящего и пути выхода из конфликтной ситуации;

3) создания атмосферы взаимного доверия и сотрудничества.

Субъективная предрасположенность к конфликтам. Для руководителя полезно также знать, какие *индивидуальные особенности личности* (черты характера) создают у человека склонность или предрасположенность к конфликтным отношениям с другими людьми. Обобщая исследования психологов, можно сказать, что к таким качествам относятся:

- неадекватная самооценка своих возможностей и способностей, которая может быть как завышенной, так и заниженной. И в том, и в другом случае она может противоречить адекватной оценке окружающих — и почва для конфликта готова;

- стремление доминировать, во что бы то ни стало там, где < это возможно и невозможно; сказать свое последнее слово;

- консерватизм мышления, взглядов, убеждений, нежелание преодолеть устаревшие традиции;

- излишняя принципиальность и прямолинейность в высказываниях и суждениях, стремление, во что бы то ни стало сказать правду в глаза;

- критический настрой, особенно необоснованный и неаргументированный;

- определенный набор эмоциональных качеств личности — тревожность, агрессивность, упрямство, раздражительность, подозрительность, болезненная обидчивость.

Но конфликт возникает, если личностные особенности человека или группы приходят в столкновение с вышеназванными особенностями человека, предрасположенного к конфликтам, т. е. при наличии межличностной или социально-психологической несовместимости.

В качестве примера рассмотрим несовместимые типы темперамента при определенных условиях. В нормальной, спокойной обстановке холерик и флегматик успешно справляются с порученной им работой. В аварийной ситуации медлительность флегматика, его желание обдумать ход деятельности и вспыльчивость, неуравновешенность и суетливость холерика могут стать причиной конфликтных отношений между ними.

Еще более часто основой для межличностной несовместимости становятся различия в потребностях, интересах, целях различных людей, вступающих во взаимодействие. Основной интерес, например, у руководителя недавно созданной фирмы или предприятия — расширить дело, а у сотрудников, чтобы как можно больше средств было выделено на зарплату. Это создает трения между ними, которые могут привести к конфликту даже близких людей.

Социально-психологическая несовместимость может также возникнуть из-за того, что группа, окружение предъявляют личности требования, которые расходятся с теми, на которые ориентирован этот человек.

3. Стратегия поведения в конфликтной ситуации.

Поскольку в реальной жизни не так просто выяснить истинную причину конфликта и найти адекватный способ его разрешения, то целесообразно ознакомиться с разработанной *К.У. Томасом* и *Р.Х. Килменном* стратегией поведения в конфликтной ситуации и осознанно выбрать определенную стратегию поведения в зависимости от обстоятельств. Исследователи указывают на пять основных стилей поведения при конфликте:

- конкуренция или соперничество;
- сотрудничество;
- компромисс;
- приспособление;
- игнорирование или уклонение.

Стиль поведения в конкретном конфликте, замечают они, определяется той мерой, в которой вы хотите удовлетворить собственные интересы, действуя при этом пассивно или активно, и интересы другой стороны, действуя совместно или индивидуально.

Приведем рекомендации по наиболее целесообразному использованию того или иного стиля в зависимости от конкретных ситуаций и характера личности человека.

Стиль конкуренции или соперничества. Этот стиль наиболее типичен для поведения в конфликтной ситуации. По статистике более 70% всех случаев в конфликте — это стремление к одностороннему выигрышу, к победе, удовлетворению в первую очередь собственных интересов. Из этого проистекает желание надавить на партнера, навязать свои интересы, игнорируя интересы другой стороны. Его может использовать человек, обладающий сильной волей, достаточным авторитетом, властью. Его можно использовать, если вы делаете большую ставку на свое решение возникшей проблемы, поскольку исход конфликта очень важен для вас:

- обладаете, достаточной властью и авторитетом и вам представляется очевидным, что предлагаемое вами решение — наилучшее;
- чувствуете, что у вас нет иного выбора и вам нечего терять;
- должны принять непопулярное решение и у вас достаточно полномочий для выбора этого шага;
- взаимодействуете с подчиненными, предпочитающими авторитарный стиль.

Однако следует иметь в виду, что эта стратегия редко приносит долгосрочные результаты, так как проигравшая сторона может не поддержать решение, принятое вопреки ее воле, или даже попытается саботировать его. Кроме того, тот, кто сегодня проиграл, завтра может отказаться от сотрудничества.

Этот стиль не может быть использован в близких, личных отношениях, поскольку кроме чувства отчуждения он больше ничего вызвать не может. Известно, что брак, в котором одна сторона подавляет другую, приводит к неразрешимым противоречиям или даже полному разрыву. Не следует использовать этот стиль в ситуации, когда вы не обладаете достаточной властью, а ваша точка зрения по какому-то вопросу расходится, с точкой зрения начальника и вы не имеете достаточных аргументов, чтобы доказать ее.

Сотрудничество. Сотрудничество — наиболее трудный из всех стилей, но вместе с тем наиболее эффективный при разрешении конфликтных ситуаций. Преимущество его в том, что вы находите наиболее приемлемое для обеих сторон решение и делаете из оппонентов партнеров. Он означает поиск путей для вовлечения всех участников в процесс разрешения конфликтов и стремление к удовлетворению нужд всех. Такой подход ведет к успеху в делах и личной жизни. Начать реализацию этой стратегии лучше всего с фразы: *«Я хочу справедливого исхода для нас обоих», «Давайте посмотрим, как мы оба можем получить то, что хотим», «Я пришел к вам, чтобы решить нашу проблему».*

Далее, проникая в глубь разногласий, следует установить, какая потребность стоит за желаниями другой стороны, выяснить, в чем ваши разногласия компенсируют друг друга.

Установлено, что там, где выигрывают обе стороны, они более склонны исполнять принятые решения, поскольку они приемлемы для них, и обе стороны принимали участие во всем процессе разрешения конфликта.

Однако такой стиль требует умения объяснить свои решения, выслушать другую сторону, сдерживать свои эмоции. Отсутствие одного из этих факторов делает этот стиль неэффективным. Для разрешения конфликта этот стиль можно использовать в следующих случаях:

- если каждый из подходов к проблеме важен и не допускает компромиссных решений, однако необходимо найти общее решение;
- основная цель — приобретение совместного опыта работы; стороны способны выслушать друг друга и изложить суть своих интересов;
- существуют длительные, прочные и взаимозависимые отношения с конфликтной стороной;
- необходима интеграция точек зрения и усиление личностной вовлеченности сотрудников в деятельность.

Стиль компромисса. Стиль компромисса находится в середине сетки Томаса — Килменна. Суть его заключается в том, что стороны пытаются урегулировать разногласия, идя на взаимные уступки. В этом плане он несколько напоминает стиль сотрудничества, однако осуществляется на более поверхностном уровне, так как стороны в чем-то уступают друг другу. Этот стиль наиболее эффективен, когда обе стороны желают одного и того же, но знают, что одновременные желания невыполнимы, например, стремление занять одну и ту же должность или одно и то же помещение для работы. При использовании этого стиля акцент делается не на решении, которое удовлетворяет интересы обеих сторон, а на варианте, который можно выразить словами: «Мы не можем полностью выполнить свои желания, следовательно, необходимо прийти к решению, с которым каждый из нас мог бы согласиться».

Стиль компромисса требует определенных навыков в ведении переговоров, чтобы каждый участник их чего-то добился, помня при этом, что делится какая-то конечная величина, и что в процессе ее раздела нужды всех участников не могут быть полностью удовлетворены.

Одним из недостатков стиля является то, что одна сторона может, например, преувеличить свои требования, чтобы потом показаться великодушной или уступить раньше другой. В такой ситуации, возможно, ни

одна сторона не будет придерживаться решения, которое не удовлетворяет ее нужд. Следует также учесть и то, что если компромисс был, достигнут без тщательного анализа других возможных вариантов решения, то он может быть далеко не самым оптимальным исходом конфликтной ситуации.

- В конечном счете, стиль компромисса при разрешении конфликта можно использовать в следующих ситуациях:
- обе стороны имеют одинаково убедительные аргументы и обладают одинаковой властью;
- удовлетворение желания одной из сторон имеет для нее не слишком большое значение;
- возможно временное решение, так как нет времени для выработки другого; или же другие подходы к решению проблемы оказывались неэффективными;
- компромисс позволит хоть что-то получить, чем все потерять.

Стиль уклонения. Стиль уклонения реализуется обычно, если конфликт не затрагивает прямых интересов сторон или возникшая проблема не столь важна для сторон и у них нет нужды отстаивать свои права, или же сторона ни с кем не сотрудничает для выработки решения и невовлеченность в него не отражается на развитии конфликта либо просто сторона не желает тратить время и силы на ее решение. Этот стиль рекомендуется также использовать в тех случаях, когда одна из сторон обладает большой властью или чувствует, что не права, или считает, что нет серьезных оснований для продолжения контактов. Стиль также применим, когда стороне приходится иметь дело с конфликтной личностью. Конфликтующая сторона может использовать стиль уклонения, если она

- считает, что источник разногласий тривиален и несуществен по сравнению с другими более важными задачами;
- знает, что не может или даже не хочет решить вопрос в свою пользу;
- обладает малой властью для решения проблемы желательным для нее способом;
- хочет выиграть время, чтобы изучить ситуацию и получить дополнительную информацию, прежде чем принять какое-либо решение;
- считает, что решить проблему немедленно опасно, так как открытое обсуждение конфликта может только ухудшить ситуацию;
- подчиненные могут сами урегулировать конфликт;
- решение проблемы может ухудшить ваше здоровье;
- когда в конфликте участвуют трудные с точки зрения общения люди - грубияны, жалобщики, нытики и т. п.

Не следует думать, что этот стиль является бегством от проблемы или уклонением от ответственности. В действительности уход или отсрочка могут быть вполне подходящей реакцией на

конфликтную ситуацию, так как за это время она может разрешиться сама собой, или вы сможете заняться ею, когда будете обладать достаточной информацией и желанием разрешить ее, или это не те взаимоотношения, которые вам необходимо поддерживать.

Стиль приспособления. Стиль приспособления означает, что вы действуете совместно с другой стороной, но при этом не пытаетесь отстаивать собственные интересы в целях сглаживания атмосферы и восстановления нормальной рабочей обстановки. Томас и Килменн считают, что иногда это — единственный способ разрешения конфликта, так как к моменту его возникновения нужды другого человека могут оказаться более жизненно важными, чем ваши, или его переживания — более сильными. В таком случае вы жертвуете собственными интересами в пользу другой стороны. Но это не означает, что вы должны отказаться от своих интересов. Вы просто должны как бы отставить их на некоторое время, а потом, в более благоприятной обстановке, вернуться к их удовлетворению за счет уступок со стороны вашего оппонента или каким-либо иным образом.

Стиль приспособления, может быть, применим в следующих наиболее характерных ситуациях:

важнейшая задача — восстановление спокойствия и стабильности, а не разрешение конфликта;

- предмет разногласия не важен для вас или вас не особенно волнует случившееся;
- вы считаете, что лучше сохранить хорошие отношения с другими людьми, чем отстаивать собственную точку зрения;
- вы осознаете, что, правда, на вашей стороне;
- вы чувствуете, что у вас недостаточно власти или шансов победить.

Точно также, как ни один стиль руководства не может быть эффективным во всех без исключения ситуациях, так и ни один из рассмотренных стилей разрешения конфликтов не может быть выделен как самый лучший. Надо научиться эффективно, использовать каждый из них и сознательно делать тот или иной выбор, учитывая конкретные обстоятельства. Для этого желательно определить наиболее характерный для вас стиль разрешения конфликтов на основе теста К. Томаса «*Ваш способ реагирования в конфликте*» (см. раздел «Тесты»).

Этот тест поможет определить, какой из стилей вы используете чаще, какой — реже. Оптимальным поведением в конфликтных ситуациях считается такое, когда применяются все стратегии и каждая из них имеет значение в интервале от пяти до семи баллов по тесту К. Томаса.

Однако, чтобы определить, какой стиль наиболее удобен и лучше всего для вас с точки зрения комфортности, заполните приводимую ниже таблицу. Отвечая на вопросы, постарайтесь записать первый ответ, который пришел вам в голову, поскольку он наиболее правилен, ибо соответствует непосредственной и интуитивной реакции, и не задумывайтесь над тем, какой подход было бы правильно применить в тех ситуациях, с которыми сталкивались в последнее время. Это позволит вам в дальнейшем корректировать свой стиль поведения и определить, насколько комфортно себя чувствуете, применяя предпочитаемый стиль, и что можно получить, развивая свои способности в использовании других стилей.

Проставьте в каждой колонке свою оценку стилям разрешения конфликта от 1 (высокая) до 5 (низкая) в зависимости от того, насколько этот стиль, по вашему мнению, используется вами в большинстве конфликтных ситуаций.

\

Как я обычно реагирую на конфликтные ситуации

Стиль разрешения конфликта	Отношение к стилю			
	Использую чаще	Предпочитаю	Использую реже	Чувствую себя наименее комфортно
<i>Конкуренция</i> (активно отстаиваю собственную позицию) <i>Уклонение</i> (стараясь уклониться от участия в конфликте) <i>Сотрудничество</i> (ищу пути совместного решения проблемы) <i>Компромисс</i> (ищу решение, основанное на взаимных уступках) <i>Приспособление</i>				

Картография конфликта. Для более успешного разрешения конфликта желательно не только выбрать стиль, но и составить *карту конфликта*, разработанную Х. Корнелиусом и Ш. Фейером¹. С ее помощью можно наметить общую стратегию, наиболее характерные этапы и способы разрешения конфликтных ситуаций. В первую очередь следует постараться определить:

- проблему конфликта в общих чертах (например, при конфликте из-за объема выполняемых работ следует составить диаграмму распределения нагрузки);
- истинную причину конфликта (хотя часто сделать это очень трудно);
- действительных участников конфликта (отдельные сотрудники, группы, отделы или организации);
- подлинные потребности и опасения каждого из главных участников конфликта, так как именно они лежат в основе практически любого конфликта;
- существовавшие до конфликтной ситуации межличностные отношения участников конфликта;
- отношение к конфликту лиц, не участвующих в нем, но заинтересованных в позитивном его разрешении.

По мнению специалистов, такая карта позволит:

1) ограничить дискуссию определенными формальными рамками, что в значительной степени поможет избежать чрезмерного проявления эмоций, так как сам процесс составления карты требует переключения сознания человека с эмоции на разум, мышление;

2) создать возможность совместного обсуждения проблемы, высказать людям их требования и желания;

3) уяснить как собственную точку зрения, так и точку зрения других;

4) создать атмосферу эмпатии, т.е. возможности увидеть проблему глазами других, и признать мнения людей, считавших ранее, что они не были поняты;

5) выбрать наиболее оптимальные пути разрешения конфликта.

Однако прежде чем переходить к разрешению конфликта, постарайтесь ответить на следующие вопросы:

- хотите ли благоприятного исхода;
- что нужно сделать, чтобы лучше владеть своими эмоциями;
- как бы вы себя чувствовали на месте конфликтующих сторон;
- нужен ли посредник для разрешения конфликта;
- в какой атмосфере (ситуации) люди могли бы лучше открыться, найти общий язык и выработать решения.

4. Конфликты в личностно-эмоциональной сфере.

Руководителю приходится разрешать конфликты не только в деловой, но и в личностно-эмоциональной сфере. При их разрешении применяются другие методы, поскольку в них, как правило, трудно выделить объект разногласий, отсутствует столкновение интересов.

Как же вести себя с конфликтной личностью? 1. Необходимо иметь в виду, что у таких людей есть некоторые скрытые нужды, которые, как правило, связаны с прошлыми потерями и разочарованиями, и они удовлетворяют их таким образом. Например, сверхагрессивный человек своей агрессивностью пытается подавить малодушие и пугливость.

Следует взять под контроль свои эмоции и дать выход эмоциям этого человека, если намерены продолжать с ним общаться.

Не принимать на свой счет слова и поведение данного человека, зная, что для удовлетворения своих интересов трудный человек так ведет себя со всеми.

При выборе подходящего стиля действия в конфликтной ситуации вам следует учитывать, к какому типу людей он относится.

Если считаете необходимым продолжение общения с трудным человеком, вы должны настаивать на том, чтобы человек говорил правду, неважно какую. Вы должны убедить его в том, что ваше отношение к нему будет определяться тем, насколько он правдив с вами и насколько последовательно он будет поступать в дальнейшем, а не тем, что он будет во всем с вами соглашаться.

Типы конфликтных личностей психологии выделяют следующие типы конфликтных личностей:

1) «*демонстративный*» — чаще всего это холерик и те, которым присуща бурная деятельность в самых разнообразных направлениях. Они любят быть на виду, имеют завышенную самооценку;

2) «*ригидный*» (косный) — люди этого типа не умеют перестраиваться, принимать во внимание мнения и точки зрения окружающих; честолюбивы, проявляют болезненную обидчивость, подозрительность;

3) «*педант*» — личность, которая всегда пунктуальна, придирчива, хоть и исполнительна, зануда, отталкивает людей от себя;

4) «*бесконфликтный*» — человек, сознательно уходящий от конфликта, перекладывающий ответственность в принятии решений на других (если это руководитель, то на своего заместителя). Между тем конфликт нарастает как снежный ком и обрушивается на такую личность;

5) «*практик*» — действующий под лозунгом «Лучшая защита — нападение».

Для такого человека самым важным является преобразование среды, внешнего окружения, изменения позиций других людей, что может приводить к разнообразным столкновениям, напряженности в отношениях.

Существуют и другие типологии трудных людей. Так, *Роберт Брэмсон* в книге «Общение с трудными людьми» выделяет следующие типы трудных людей, с которыми ему пришлось работать в различных фирмах:

- «агрессист» — говорящий грубые и бесцеремонные, задирающие других колкости и раздражающийся, если его не слушают. Как правило, за его агрессивностью скрывается боязнь раскрытия его некомпетентности;
- «жалобщик» — человек, охваченный какой-то идеей и обвиняющий других (кого-то конкретно или весь мир в целом) во всех грехах, но сам ничего не делающий для решения проблемы;
- «разгневанный ребенок» — человек, относящийся к этому типу, по своей природе не зол, а взрыв эмоций отражает его желание взять ситуацию под свой контроль. Например, начальник может вспылить, чувствуя, что его подчиненные потеряли к нему уважение;
- «максималист» — человек, желающий чего-то без промедления, даже если в этом нет необходимости;
- «молчун» — держит все в себе, не говорит о своих обидах, а потом срывает зло на ком-то;
- «тайный мститель» — человек, причиняющий неприятности с помощью каких-то махинаций, считая, что кто-то поступил неправильно, а он восстанавливает справедливость;
- «ложный альтруист» — якобы делающий вам добро, но в глубине души сожалеющий об этом, что может проявиться в виде саботажа, требования компенсации и т.п.;
- «хронический обвинитель» - всегда выискивающий ошибки других, считая, что он всегда прав, а, обвиняя, можно решить проблему.

Можно выделить и другие типы трудных людей, но правила поведения с ними, в общем, одинаковы.

Таким образом, в конфликтной ситуации или в общении с трудным человеком вы должны попытаться увидеть в нем не только друга, но и лучшие качества, поскольку вы уже не сможете изменить ни систему его взглядов и ценностей, ни его психологические особенности и особенности его нервной системы, т. е. необходимо подобрать к нему «ключик», исходя из вашего жизненного опыта и желания не усложнять ситуацию и не доводить человека до стресса. Если же не смогли к нему «подобрать ключ», то остается одно-единственное средство — перевести такого человека в разряд стихийного бедствия.

5. Правила поведения в условиях конфликта.

Поскольку конфликты часто порождают такое эмоциональное состояние, в котором трудно мыслить, делать выводы, подойти творчески к разрешению проблемы, то при разрешении конфликтной ситуации придерживайтесь следующих правил.

1. Помните, что в конфликте у человека доминирует не разум, а эмоции, что ведет к аффекту, когда сознание просто отключается, и человек не отвечает за свои слова и поступки.

2. Придерживайтесь многоальтернативного подхода и, настаивая на своем предложении, не отвергайте предложение партнера, задав себе вопрос: *«Разве я никогда не ошибаюсь?»* Постарайтесь проанализировать оба предложения и посмотрите, какую сумму выгод и потерь они принесут в ближайшее время и потом.

3. Осознайте значимость разрешения конфликта для себя, задан вопрос: *«Что будет, если выход не будет найден?»* Это по-180ЛИТ перенести центр тяжести с отношений на проблему.

4. Если вы и ваш собеседник раздражены и агрессивны, то необходимо снизить внутреннее напряжение, «выпустить пар». Но разрядиться на окружающих — это не выход, а выходка. Но если уж так получилось, что потеряли контроль над собой, попытайтесь сделать единственное: замолчите сами, а не требуйте этого от партнера. Избегайте констатации отрицательных эмоциональных состояний партнера.

5. Ориентируйтесь на положительное, лучшее в человеке. Тогда вы обязываете и его быть лучше.

6. Предложите собеседнику встать на ваше место и спросите; *«Если бы вы были на моем месте, то что бы вы сделали?»* Это снимает критический настрой и переключает собеседника с эмоций на осмысление ситуации.

7. Не преувеличивайте свои заслуги и не демонстрируйте знаки превосходства.

8. Не обвиняйте и не приписывайте только партнеру ответственность за возникшую ситуацию.

9. Независимо от результатов разрешения противоречий старайтесь не разрушить отношения.

Вопросы для контроля.

1. В чем причины возникновения конфликтов? Дайте их типологию.
2. Назовите основные стадии протекания конфликта.

3. Охарактеризуйте основные стили поведения руководителя в конфликтной ситуации. Какой стиль поведения характерен для вас?
4. Что собой представляет карта конфликта?
Расскажите об основных чертах поведения и типах конфликтной личности и путях разрешения конфликтов с ней.
6. Перечислите главные правила поведения в условиях конфликта.
7. Дайте характеристику таких типов «трудных людей», как «агрессист» и «жалобщик».
8. Каковы свойства «максималиста» и «южного альтруиста» как конфликтной личности?
9. Опишите поведение в конфликтных ситуациях следующих типов трудных людей: «разгневанный ребенок», «молчун», «тайный мститель».

Тема 6.1 « Правила оформления деловых документов».

Цель: усвоение требований к оформлению деловых документов, порядка их утверждения, согласования и заверения, развивать экономическое мышление, воспитывать культуру речи.

План.

1. Состав обязательных документов на предприятии.
2. Правила оформления документов.
3. Перечень документов, на которых ставится печать.
4. Порядок утверждения, согласования и заверения документов.
5. Примеры оформления отдельных видов документов: протокола, приказа, актов, справок, деловых писем.

Литература:

1. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: Навч. посіб. -К.: Вища шк., 2005.- 302с.
2. Энциклопедия офиса: Практическое руководство для секретаря. Сост. И.В. Самыкина.- М.: БИНОМ, 1995.- 400с.

1. Состав обязательных документов на предприятии.

Документы, работа с которыми обязательна на предприятии:

- директивные и информационные материалы государственных органов (указы, постановления, правовые акты, инструктивные и информационные письма и т.д.);
- внутренняя распорядительная (директивная) информация (устав предприятия, приказы и распоряжения, контракты, договора и т.п.);
- документы, связанные с оформлением трудовых отношений (трудовые книжки сотрудников, приказы о приеме и увольнении, награждении, наказании и проч.);
- финансово - бухгалтерская документация;
- деловая переписка;
- протоколы собраний и совещаний.

2. Правила оформления документов

В отметке следует указать наименования приложений, количество листов в каждом приложении и количество экземпляров.

Документы могут быть составлены на основе унифицированных текстов, представленных в соответствующей нормативной литературе.

Подпись. Документы подписываются руководителем организации или его заместителями в пределах полномочий. Подписывается, как правило, первый экземпляр документа. Нельзя забывать, что в делах фирмы должны остаться

экземпляры документов, содержащих подписи должностных лиц. Если документ оформлен на бланке фирмы, допускается сокращенное наименование должности лица, подписывающего документ.

При подписании документа несколькими должностными лицами их подписи располагают одну под другой в последовательности, соответствующей занимаемой должности. Расстояния между строчками составляют два-четыре межстрочных интервала.

ПРИМЕР (подписание гарантийного письма):

Генеральный директор подпись И.О.Фамилия

Главный бухгалтер подпись И.О.Фамилия

При подписании документа несколькими должностными лицами одного ранга их подписи располагают на одном уровне.

ПРИМЕР (подписание внутреннего документа):

Коммерческий директор Исполнительный директор

подпись И.О.Фамилия подпись И.О.Фамилия

Подписи располагают на одном уровне и в случае подписания документа, составленного несколькими предприятиями; в наименования должностей лиц включают наименование предприятий. Все экземпляры таких документов, включая приложения, должны содержать подлинные подписи должностных лиц.

ПРИМЕР (подписание договора между двумя фирмами): Директор АО «ВНУ»
Директор ПИК ВИНТИ

подпись Л.В.Поляков подпись А.Я.Родионов

При отсутствии должностного лица, подпись которого заготовлена на проекте документа, документ подписывает лицо, исполняющее его обязанности, или его заместитель. При этом указывается должность лица, подписавшего документ, и расшифровка его фамилии. Исправления допускается вносить чернилами или машинописным способом, например: «и. о.», «зам.». Не допускается подписывать документы с предлогом «за» или с проставлением косой черты перед наименованием должности.

3. Перечень документов, на которых ставится печать

Печать. На документах, требующих особого удостоверения их подлинности, подпись дополняется печатью. Последняя проставляется так, чтобы захватить начало подписи.

Перечень документов, на которые ставится печать:

1. Акты сдачи-приемки и списания;
2. Балансы и другие формы отчетности;
3. Банковские платежные поручения, кассовый план и т.д.;
4. Выписки из документов фирмы и их копии;
5. Гарантийные письма и доверенности;
6. Договора, калькуляции и протоколы к ним;
7. Исполнительные листы;
8. Квитанции к приходному кассовому ордеру;

9. Командировочные удостоверения;
 10. Накладные и счета;
 11. Описи и паспорта архивов;
 12. Сметы, счета и накладные;
 13. Характеристики, справки, связанные с подтверждением трудовой деятельности и зарплатой сотрудников;
 14. Трудовые книжки;
 15. Уставные документы.
4. Порядок утверждения, согласования и заверения документов.

ПОРЯДОК УТВЕРЖДЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ

Если документ подлежит утверждению, этот гриф располагают в правом верхнем углу документа. УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор подпись И.О.Фамилия Дата

Если документ утверждается распорядительным документом (приказом, решением, протоколом), то гриф утверждения состоит из слова «УТВЕРЖДЕНО», названия распорядительного документа в именительном падеже, его даты и номера.

УТВЕРЖДЕНО Приказ генерального директора АО «РиК» 21.05.95 К 4

Перечень документов, подлежащих утверждению:

1. Акты (документальной ревизии и проверок; сдачи-приемки; ликвидации организаций, учреждений и предприятий; списания оборудования; передачи дел на уровне руководства организациями; обследования; экспертизы и т.д.).
2. Балансы филиалов и дочерних фирм.
3. Договоры.
4. Должностные оклады.
5. Заявки на оборудование, материалы, комплектующие изделия и др.
6. Инструкции (правила): должностные, по документационному обеспечению управления, технике безопасности, внутреннего трудового распорядка и т.д.
7. Нормативы (расхода сырья, материалов, электроэнергии; технологического проектирования; численности работников и т.д.),
8. Нормативно-техническая документация внутреннего значения на отдельные виды продукции.
9. Отчеты (специалистов о командировках в зарубежные страны; о производственной деятельности; научно-исследовательских работах и т.д.).
10. Описи.
11. Положения и перечни.
12. Планы.
13. Проектно-сметная документация производственного назначения.
14. Программы (проведения работ и мероприятий; командировок; научных исследований и опытно-конструкторских разработок и т.д.)
15. Сметно-финансовые расчеты и технико-экономические обоснования.
16. Структура и штатная численность.
17. Технические задания (на проведение НИОКР, на проектирование объектов, технических сооружений, оборудования, технологии и т.д.).

Внешнее согласование оформляется грифом согласования, справкой (письмом) о согласовании, листом согласования или представлением протокола обсуждения проекта документа на заседании коллегиального органа.

Гриффы согласования располагают ниже реквизита «Подпись» в левом нижнем углу документа или на отдельном листе согласования.

В грифе указываются должность лица, согласовавшего (завизировавшего) документ (включая наименование организации), его инициалы и фамилия. Не допускается ставить предлог «За» или косую черту перед наименованием должности.

ПРИМЕР:

Генеральный директор подпись М.В.Новоселов

СОГЛАСОВАНО

Начальник

Территориального управления

«Тверское»

подпись В.П.Афанасьев

21.05.95

СОГЛАСОВАНО

Префект

Северного административного округа

подпись А.А.Федотов

21.05.95

ПРИМЕР (согласование письмом):

Генеральный директор подпись И.О.Фамилия

СОГЛАСОВАНО

Письмо Минфина 23.03.95 N 65-7/55

Лист согласования составляют в случаях, когда содержание документа затрагивает интересы нескольких организаций, о чем делается отметка на месте грифа согласования.

ПРИМЕР:

Генеральный директор подпись М.В.Новоселов Лист согласования прилагается

подпись дата

Лист согласования оформляется по следующей форме:

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ Положения об общих принципах сотрудничества

СОГЛАСОВАНО

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора АО

Зам. директора ООО

«РиК»

«К-П»

подпись А.А.Молокоедов подпись Н.Н.Шлямбур

20.05.95

21.05.95

ЗАВЕРЕНИЕ КОПИИ ДОКУМЕНТА

Заверение копии документа осуществляется должностным лицом, удостоверяющим полное соответствие копии подлиннику. При заверении ниже реквизита «Подпись» проставляют заверительную надпись «Верно», наименование должности лица, заверившего копию, его личную подпись, ее расшифровку и дату заверения.

При пересылке копии документа в другие организации или выдаче ее на руки заверительную надпись удостоверяют печатью.

Фирма заверяет копии только тех документов, которые созданы фирмой (исключение составляет изготовление копий с документов, необходимых для приема граждан на работу, учебу, удостоверения их трудовых, жилищных и других прав, при формировании личных дел).

Расшифровку подписи следует печатать на уровне последней строки наименования должности без пробела между инициалами и фамилией.

5. Примеры оформления отдельных видов документов.

Протокол предназначен для записи хода обсуждения вопросов и принятия решений коллегиальным органом управления. Поэтому обязательным является наличие двух подписей: Председателя и Секретаря. Если для принятия решения коллегиальным органом требуется присутствие определенного числа участников, то в разделе «Присутствовали» указывают, сколько человек должно присутствовать и сколько присутствует на заседании.

Текст выступлений оформляется с необходимой степенью полноты воспроизведения хода заседания. Полная форма протокола, как правило, используется при проведении собраний акционеров и учредителей, при возникновении конфликтных ситуаций и т.п. В этом случае, если текст выступлений не передается докладчиком, его содержание записывается в форме простой речи в родительном падеже.

В сокращенной форме протокола тексты выступлений не приводят, может отсутствовать раздел «ВЫСТУПИЛИ», но раздел «ПОСТАНОВИЛИ» воспроизводится полностью.

Приказ - это правовой акт, издаваемый руководителем фирмы для решения важнейших вопросов ее деятельности. Юридическую силу приказа обеспечивают следующие реквизиты: наименование организации, дата и номер, название вида документа, текст и подпись. Заголовок приказа должен отвечать на вопрос «о чем?». Констатирующую часть приказа, если она есть, отделяют от распорядительной части словом «ПРИКАЗЫВАЮ:», которое печатают на отдельной строке.

В текст приказа поправки может вносить только руководитель фирмы, подписывающий приказ, с обязательным удостоверением поправок своей подписью.

Акт - это документ, подтверждающий какое-либо событие. Он составляется как сотрудниками одной фирмы, так и представителями нескольких организаций.

Для стандартных ситуаций (инвентаризация, списание и т.п.) существуют трафаретные формы актов. Для определенных видов актов обязателен гриф утверждения, но, в любом случае, акт подписывается всеми сотрудниками, участвующими в его составлении (причем их должности при подписании не указывают).

Справка - это документ, составляемый для подтверждения каких-либо фактов, касающихся деятельности фирмы. В типовых ситуациях (подтверждение места работы, суммы доходов и т.п.) справка подписывается руководителем фирмы и заверяется печатью, при этом указывается, куда справка представляется. При наличии в справке сведений финансового характера, она подписывается также и главным бухгалтером фирмы.

Деловые письма, как правило, пишутся на бланках организации, содержащих обязательные реквизиты. В письме целесообразно указать дополнительные сведения: расчетный счет фирмы, ссылка на номер и дату входящего документа (на который дается ответ), отметка о наличии приложения, фамилия и телефон исполнителя. Название вида документа (Письмо) не ставится. Датой письма является дата его подписания. Ссылка на номер и дату входящего документа располагается ниже номера и даты письма. Сопоставление дат отправки и получения писем дает представление о степени оперативности работы фирмы.

Адресат - наименование и адрес получателя письма - проставляются в верхнем правом углу немного ниже строки с датой и исходящим номером письма. Название организации - получателя пишется в именительном падеже, а должность и фамилия - в дательном. При этом инициалы пишутся после фамилии, например:

Типография № 4 Директору Сергееву А.В.

Если письмо адресуется частному лицу, то сначала указывается почтовый индекс и адрес, а затем фамилия и инициалы получателя.

В переписке используются следующие сокращения: «господин» - «г.», «господину» - «г-ну», «товарищ» - «т.», «гражданин» - «гр.».

Письмо не должно содержать более четырех адресатов, причем каждый экземпляр должен быть подписан. При направлении письма более чем в четыре адреса составляется список на рассылку, и на каждом письме проставляется только один адресат.

Заголовок к тексту помещается перед текстом письма, слева, и должен содержать одну фразу, отвечающую на вопрос «о чем письмо», например:

О поставке бумаги газетной

О предъявлении претензии

Отметка об исполнителе (составителе письма) включает фамилию исполнителя и номер его служебного телефона, при этом инициалы ставятся после фамилии. Отметка помещается на лицевой или оборотной стороне письма. Например:

Демидов Н.Г.

202 71 61

Поскольку деловые письма обладают правовой значимостью, их текст должен быть однозначным и не допускать нескольких толкований. Целесообразно, чтобы письмо было посвящено лишь одному вопросу, причем рекомендуется в первой части письма изложить факты, послужившие поводом для его написания, а во второй - выводы, просьбы, предложения.

Изложение каждого аспекта содержания следует начинать с нового абзаца, тем самым облегчается его восприятие. Обычно длина абзаца составляет 4-5 предложений, хотя часто встречаются абзацы, состоящие из одного предложения.

В отчетных, финансовых и других документах часто используется табличная форма представления. Таблицы имеют два уровня расположения текста: вертикальный - графы и горизонтальный - строки. Если таблица печатается на нескольких страницах, ее графы должны быть пронумерованы; на последующих страницах проставляются только номера граф. Заголовки и подзаголовки граф и строк таблицы должны быть выражены именем существительным в именительном падеже единственного числа. В заголовках и подзаголовках строк и граф таблицы употребляют только общепринятые

сокращения и условные обозначения. Если в документе приводится одна таблица, то ее не нумеруют слово «Таблица» с порядковым номером без знака №. Оформление таблиц подробно рассмотрено в главе «Машинопись».

В документах, издаваемых на принципах единоначалия (приказ, распоряжение, указание и др.), используют формы изложения текста от первого лица единственного числа (ПРИКАЗЫВАЮ, ПРЕДЛАГАЮ, ОБЯЗЫВАЮ).

В документах, издаваемых на принципах коллегиальности (решения, постановления, например, Общего собрания акционеров или Правления), используют форму изложения текста от третьего лица единственного числа (ПРЕДЛАГАЕТ, РЕШИЛО, ПОСТАНОВЛЯЕТ).

В протоколах используют форму изложения текста от третьего лица множественного числа (СЛУШАЛИ, ВЫСТУПИЛИ, ПОСТАНОВИЛИ), содержание выступлений излагают от третьего лица единственного числа.

В совместных документах двух или нескольких фирм текст излагают от первого лица множественного числа (ПРИКАЗЫВАЕМ, РЕШИЛИ).

В документах, устанавливающих права и обязанности (положение, инструкция, устав, правила и др.), а также документах, содержащих описание, подтверждение фактов, событий, оценку деятельности (акт, заключение, справка, отчет и др.), используют форму изложения от третьего лица единственного или множественного числа (коммерческий директор

ИМЕЕТ право, комиссия УСТАНОВИЛА, фирма РАЗРАБОТАЛА, в состав ВХОДЯТ).

В переписке используют форму изложения от первого лица множественного числа (СЧИТАЕМ, ПРОСИМ, НАПРАВЛЯЕМ).

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие документы должны быть на предприятии в обязательном порядке?
2. На каких документах ставится печать?
3. Какой существует порядок утверждения, согласования, заверения документов?

Тема 6.2 Договорные взаимоотношения и требования к оформлению договоров, контрактов

Цель: усвоение понятий «договор», «хозяйственный договор», их содержания, механизма действия хозяйственных санкций, требований к оформлению контрактов и договоров, развивать экономическое мышление, воспитывать культуру речи.

План.

1. Основные нормативно - правовые документы, которые регулируют имущественные хозяйственные и другие отношения на предприятии: договор и хозяйственный договор.
2. Содержание договора. Содержание хозяйственного договора.
3. Сущность и механизм применения хозяйственных санкций.
4. Требования к оформлению договоров и контрактов.

Литература:

1. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Каравела, 2004.-568 с.

1. Основные нормативно - правовые документы, которые регулируют имущественные хозяйственные и другие отношения на предприятии: договор и хозяйственный договор.

В процессе осуществления хозяйственной деятельности субъекты ведения хозяйства регулируют имущественные хозяйственные и другие отношения между собой благодаря применению двух основных нормативно- правовых документов - договора и хозяйственного договора.

Категория **договор и хозяйственный договор** соотносятся как общее и особенное. Они имеют имущественный характер.

Гражданский кодекс Украины определяет, что **договор** - это договоренность двух или больше сторон, направленная на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей.

Следовательно, **договор** является частной формой (средством) согласования воли двух или нескольких сторон, направленной на достижение определенного правового результата.

Хозяйственным договором является имущественное соглашение между двумя или более субъектами ведения хозяйства, содержанием которого является обязательства имущественного характера в сфере хозяйственной деятельности: при изготовлении и реализации продукции, выполнении работ, предоставлении услуг и тому подобное.

Хозяйственный договор - это зафиксированные в специальном правовом документе на основании соглашения обязательства участников хозяйственных отношений (сторон), направленные на обслуживание (обеспечение) их хозяйственной деятельности.

По экономическому содержанию и юридическим признакам законодательство Украины выделяет такие виды договоров: договор купли-продажи; договор подряда; договор снабжения;

договор контрактации сельскохозяйственной продукции;

договор аренды имущества и лизинг;

договор сохранения;

договор энергоснабжения;

договор совместной деятельности.

2.Содержание договора. Содержание хозяйственного договора.

При заключении хозяйственных договоров стороны могут определить **содержание договора** на основе:

свободного волеизъявления, когда стороны имеют право согласовывать по своему усмотрению какие-нибудь условия договора, которые не противоречат законодательству;

типичного договора, рекомендуемого органом управления субъектам ведения хозяйства для использования при заключении ими договоров, когда стороны имеют

право по взаимному согласию изменять отдельные условия, предусмотренные типичным договором, или дополнять его содержание;

типичного договора, утвержденного Кабинетом Министров Украины, или в случаях, предусмотренных законом, другим органом государственной власти, когда стороны не могут отступать от содержания типичного договора, но имеют право конкретизировать его условия;

договора присоединения, предложенного одной стороной для других возможных субъектов, когда эти субъекты в случае вступления в договор не имеют права настаивать на изменении его содержания.

Содержание хозяйственного договора составляют условия договора, определенные соглашением его сторон, направленной на установление, содержание или прекращение хозяйственных обязательств, как * согласованные сторонами, так и те, что принимаются ими как обязательные условия договора в соответствии с законодательством.

Хозяйственный договор считается заключенным, если между сторонами достигнуто согласие относительно всех его существенных условий.

Существенными являются условия, признанные такими по закону или необходимые для договоров данного вида, а также условия, относительно которых по требованию одной из сторон должно быть достигнуто согласие.

Существенные условия - это условия, при отсутствии которых договор не может считаться заключенным.

При заключении хозяйственного договора стороны обязаны в любом случае согласовать **предмет, цену и срок действия договора**.

Условия о **предмете в хозяйственном договоре** должны определять наименование (номенклатуру, ассортимент) и количество продукции (работ, услуг), а также требования к их качеству.

Цена в хозяйственном договоре определяется при согласии сторон, в договоре могут быть предусмотрены доплаты к установленной цене за продукцию (работы, услуги) высшего качества или выполнение работ в сокращенные сроки сравнительно с нормативами.

В случае признания согласованной сторонами в договоре цены такой, что нарушает требования антимонопольно-конкурентного законодательства, антимонопольный орган имеет право требовать от сторон изменения условия договора относительно цены.

Сторонами действия хозяйственного договора является время, на протяжении которого существуют хозяйственные обязательства сторон, которые возникли на основании этого договора. На обязательства, которые возникли у сторон к заключению ими хозяйственного договора, не распространяются условия заключенного договора, если договором не предусмотрено другое. Окончание срока действия хозяйственного договора не освобождает стороны от ответственности за его нарушение, что имело место во время действия договора.

Хозяйственный договор по общему правилу излагается в форме единого документа, подписанного сторонами и скрепленного печатями. Допускается заключение хозяйственных договоров в упрощенном виде, то есть путем обмена письмами, факсограммами, телеграммами, телефонограммами и тому подобное, а также путем

подтверждения принятия к выполнению заказов, если законом не установлены специальные требования к форме и порядку заключения данного вида договоров.

Проект договора может быть предложен какой-нибудь из сторон. В случае, если проект договора изложен как единый документ, он предоставляется второй стороне в двух экземплярах.

Сторона, которая получила проект договора, в случае согласия с его условиями оформляет договор и возвращает один экземпляр договора второй стороне или посылает ответ письмом, факсограммой и тому подобное в двадцатидневной срок после получения договора.

При наличии возражений относительно отдельных условий договора сторона, которая получила проект договора, составляет протокол разногласий, о чем делается предостережение в договоре, и в двадцатидневной срок посылает второй стороне два экземпляра протокола разногласий вместе с подписанным договором.

Сторона, которая получила протокол разногласий к договору, обязана на протяжении двадцати дней рассмотреть его, в этот же срок принять меры для урегулирования разногласий со второй стороной и внести в договор все принятые предложения, а те разногласия, которые остались неурегулированными, передать в этот же срок в суд, если на это есть согласие второй стороны.

В случае достижения сторонами согласия относительно всех или отдельных условий, отмеченных в протоколе разногласий, такое согласие должно быть подтверждено в письменной форме (протоколом согласования разногласий, письмами, телеграммами, телетайпограммами и тому подобное).

В случае, если стороны не достигли согласия по всем существенным условиям хозяйственного договора, такой договор считается незаключенным (таким, что не состоялся).

Хозяйственный договор должен содержать такие условия (модель хозяйственного договора) :

предмет договора, его количественные и качественные характеристики;
срок действия договора и сроки его выполнения; сумма (стоимость) договора и цена единицы измерения;

порядок выполнения и передачи-принятия выполненных договорных обязательств;

порядок и формы осуществления расчетов;
ответственность за невыполнение (неподобающее выполнение) сторонами договорных обязательств;

обстоятельства, которые не снимают ответственность сторон за невыполнение (неподобающее выполнение) сторонами договорных обязательств (форс-мажор);
способы обеспечения неподобающего выполнения договорных обязательств;
порядок рассмотрения споров, которые возникают по хозяйственному договору.

При определенных обстоятельствах у субъектов ведения хозяйства может возникнуть необходимость ***изменения и расторжения хозяйственных договоров***, что в одностороннем порядке не допускается.

Стороны договора, которая считает необходимым изменить или разорвать договор, должна послать предложение об этом второй стороне по договору. Сторона

договора, которая получила предложение об изменении или расторжении договора, в двадцатидневной срок после получения предложения сообщает второй стороне о результатах его рассмотрения.

В случае, если стороны не достигли согласия изменения (расторжение) договора или в случае неполучения ответа в установленный срок с учетом времени решения суда.

Если судебным решением договор изменен или разорван, договор считается измененным или разорванным со дня вступления в силу данного решения, если другой срок вступления в силу не установлен по решению суда.

3. Сущность и механизм применения хозяйственных санкций

При выполнении договоров каждая сторона должна принять все меры, необходимые для надлежащего выполнения ею обязательств, учитывая интересы второй стороны и обеспечение общехозяйственного интереса. Нарушение обязательств является основанием для применения хозяйственных санкций.

Хозяйственными санкциями признаются мероприятия влияния на правонарушителя в сфере ведения хозяйства, в результате применения которых для него наступают неблагоприятные экономические или правовые последствия.

В сфере ведения хозяйства применяются такие **виды хозяйственных санкций**:

- возмещение убытков;
- штрафные;
- оперативно-хозяйственные;
- административно-хозяйственные.

Основанием для хозяйственно-правовой ответственности участника хозяйственных отношений является совершенное им правонарушение в сфере ведения хозяйства. Участник хозяйственных отношений отвечает за невыполнение или неподобающее выполнение хозяйственного обязательства или нарушения правил осуществления хозяйственной деятельности, если не докажет, что им применены все зависимые от него меры для недопущения хозяйственного правонарушения.

Участники хозяйственных отношений, которые нарушили хозяйственное обязательство или установленные требования относительно осуществления хозяйственной деятельности, должны **возместить нанесенные этим убытки** субъекту, права или законные интересы которого нарушены.

Под **убытками** понимают расходы, понесенные пострадавшей стороной, потеря или повреждение ее имущества, а также неполученные ею доходы, которые она получила бы в случае надлежащего выполнения обязательства или соблюдения правил осуществления хозяйственной деятельности второй стороной.

В состав убытков, которые подлежат возмещению лицом, которое допустило хозяйственное правонарушение, входят:

- стоимость потерянного, поврежденного или уничтоженного имущества;
- дополнительные расходы (штрафные санкции, оплаченные другим субъектам, стоимость дополнительных работ, дополнительно потраченных материалов и тому подобное), понесенные стороной, которая понесла убытки в результате нарушения обязательства второй стороной;

неполученная прибыль (потерянная выгода), на которую сторона, которая понесла убытки, имела право рассчитать в случае надлежащего выполнения обязательства второй стороной;

материальная компенсация морального вреда в случаях, предусмотренных законом.

Штрафные санкции - это хозяйственные санкции в виде денежной суммы (неустойка, штраф, пеня), которую участник хозяйственных отношений обязан оплатить в случае нарушения им правил осуществления хозяйственной деятельности, невыполнения или неподобающего выполнения хозяйственных обязательств.

Неустойкой (штрафом, пеней) является денежная сумма или другое имущество, которые должник должен передать кредитору в случае нарушения должником обязательства.

Кредитор - это лицо, которое наделено правом требовать от своего контрагента (должника) выполнения определенного действия (ряда действий).

Должник - это лицо, которое обязано совершить в интересах кредитора определенное действие (ряд действий) или воздерживаться от определенного действия (ряда действий).

Штрафом является неустойка, которая вычисляется в процентах от суммы невыполненного или неподобающе выполненного обязательства.

Пеней является неустойка, которая вычисляется в процентах от суммы несвоевременно выполненного денежного обязательства за каждый день просрочки выполнения.

Штраф может, в сущности, устанавливаться за какое-нибудь нарушение обязательства, тогда как пеня - в случае просрочки выполнения обязательств, то есть она призвана обеспечить лишь своевременное выполнение обязанностей должника. Пеня является длительной неустойкой, которая стягивается за каждый последующий период (например, за каждый день) просрочки невыполненного в срок (определенный срок) обязательства. Штраф и пеня вычисляются лишь в процентах.

В случае, если нарушено хозяйственное обязательство, в котором хотя бы одна сторона является субъектом ведения хозяйства, которое принадлежит к государственному сектору экономики, либо нарушение связано с выполнением государственного контракта, либо выполнение обязательства финансируется за счет Государственного бюджета Украины или за счет государственного кредита, **штрафные санкции применяются, если другое не предусмотрено законом или договором, в таких размерах:**

1) за нарушение условий обязательства относительно качества (комплектности) товаров (работ, услуг) стягивается штраф в размере двадцати процентов стоимости некачественных (некомплектных) товаров (работ, услуг);

2) за нарушение сроков выполнения обязательства стягивается пеня в размере 0,1 процента стоимости товаров (работ, услуг), относительно которых допущена просрочка выполнения за каждый день просрочки, а за просрочку свыше тридцати дней дополнительно стягивается штраф в размере семи процентов указанной стоимости.

В случае, если размер штрафных санкций законом не определен, санкции применяются в размере, предусмотренном договором.

За нарушение хозяйственных обязательств к субъекту ведения хозяйства и других участников хозяйственных отношений могут применяться **оперативно-**

хозяйственные санкции - меры оперативного влияния на нарушителя с целью прекращения или предупреждения повторения нарушений обязательства, которые используются самими сторонами обязательства в одностороннем порядке.

За нарушение установленных законодательными актами правил осуществления хозяйственной деятельности к субъектам ведения хозяйства уполномоченными органами государственной власти или органами местного самоуправления могут быть применены **административно-хозяйственные санкции**, то есть мероприятия организационно-правового или имущественного характера, направленные на прекращение правонарушения субъекта ведения хозяйства и ликвидацию его последствий.

К субъектам ведения хозяйства могут применяться такие **административно-хозяйственные санкции**:

- исключение прибыли (дохода);
 - административно-хозяйственный штраф;
 - взыскание сборов (обязательных платежей);
 - остановка операций за счет субъектов ведения хозяйства;
 - применение антидемпинговых мероприятий;
 - прекращение экспортно-импортных операций;
 - применение индивидуального режима лицензирования;
 - остановка действия лицензии (патента) на осуществление субъектом ведения хозяйства определенных видов хозяйственной деятельности;
 - аннулирование лицензии (патента) на осуществление субъектом ведения хозяйства отдельных видов хозяйственной деятельности;
 - ограничение или остановка деятельности субъекта ведения хозяйства;
 - отмена государственной регистрации и ликвидация субъекта ведения хозяйства;
 - другие административно-хозяйственные санкции.
- %

Вопросы для контроля:

1. Что такое договор?
2. Что такое хозяйственный договор?
3. Какие условия должен содержать хозяйственный договор?
4. Что называют хозяйственными санкциями? 5. Укажите виды хозяйственных санкций. 6. Что называют штрафными санкциями?
7. Укажите виды штрафных санкций.
8. Какие административно - хозяйственные санкции могут быть применены к субъектам хозяйствования?