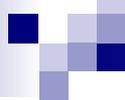




1. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты и цели предпринимательства.

- Понятие «предприниматель» и «предпринимательство» в современном смысле впервые употребил *французский экономист и банкир Ричард Кантильон*. Он высказал мнение, что предприниматель – это человек, действующий в условиях риска. Источником богатства Р. Кантильон считал землю и труд.
- *Французский экономист Ж.Б. Сей* сформулировал определение предпринимательской деятельности как соединение, комбинирования трех классических факторов производства – земли, капитала, труда. Основной тезис Ж.Б. Сей состоит в признании активной роли предпринимателей в создании продукта. Предприниматель – это лицо, которое берется на свой счет и риск и в свою пользу произвести какой-нибудь продукт.
- *Российский ученый-экономист А.В. Бусыгин* понятия, «предпринимательство - стремление и действие к самостоятельному ведению деловой активности по практической реализации конкретной деловой идеи на определенных формализованных началах.

- 
- **Предпринимательство можно определять с различных позиций, таких как:**
 1. деятельность, направленную на максимизацию прибыли;
 2. инициативную деятельность граждан, заключающуюся в выработке товаров и услуг, направленную на получение прибыли;
 3. прямую функцию реализации собственности, основную ее производственную функцию;
 4. процесс организационной новации в целях извлечения прибыли;
 5. действия, направленные на возрастание капитала, развитие производства и присвоение прибыли;
 6. специфический вид деятельности, направленный на неустанный поиск изменений в существующих формах жизни предприятий и общества, постоянная реализация этих изменений.

■ **Объектами предпринимательства** являются:

1. инновационная (исследования, разработки, технические услуги);
2. производственная (по выпуску товаров и оказанию услуг);
3. торгово-посредническая деятельность.

Главным критерием здесь служит не отраслевая принадлежность, а содержание деятельности.

■ **Объектами предпринимательской деятельности** являются изготовленная продукция, выполненная работа или оказанная услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления.

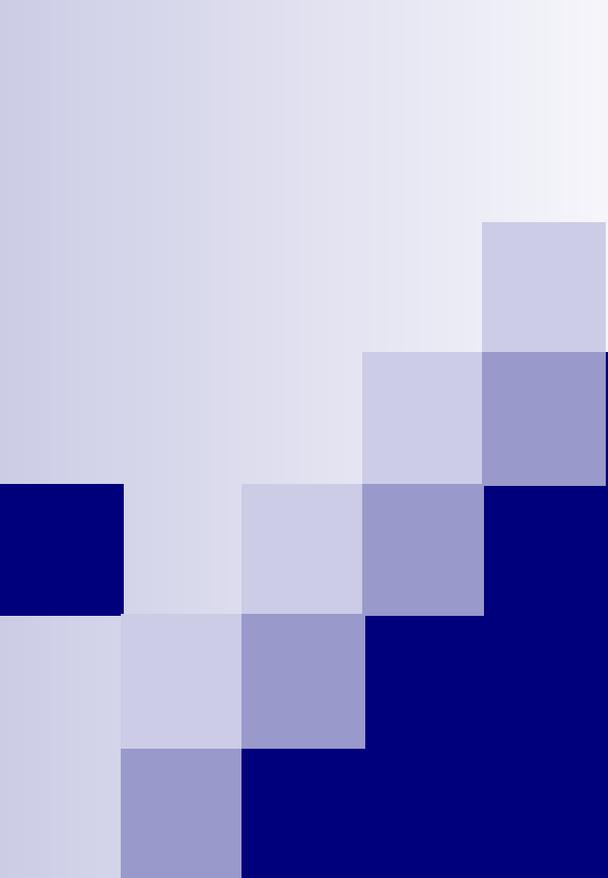
- **Предпринимательская деятельность может осуществляться:**

- 1) путем непосредственного производства какого-либо продукта (товара или услуги);
- 2) путем производства посреднических функций по продвижению товара от производителя к потребителю.

- **Осуществлять предпринимательскую деятельность (заниматься предпринимательством) могут:**

- а) граждане России, не ограниченные по закону в своей деятельности;
- б) граждане иностранных государств и лица без гражданства в пределах полномочий, установленных законами РФ;
- в) объединения граждан – коллективные предприниматели (партнеры).

- Российское законодательство запрещает занятие предпринимательской деятельностью военнослужащим, должностным лицам органов прокуратуры, суда и других правоохранительных органов, лицам, призванным в системе органов государственной власти осуществлять контроль над деятельностью организаций, а также лицам, которым запрещено заниматься этой деятельностью по приговору суда.



2. Предпринимательская среда

- **Предпринимательская среда** - общественная экономическая ситуация, включающая степень экономической свободы, наличие (или возможность появления) предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов.

- **Состав внешней среды** можно разделить на две группы факторов: **прямого и косвенного воздействия** на предпринимательство.
- **Среда прямого воздействия (микросреда)** это законы государственного регулирования, трудовые ресурсы, поставщики, потребители и конкуренты.
- **Среда косвенного воздействия (макросреда)** включает факторы, которые могут и не оказывать прямого воздействия на предпринимательство, но в последствии сказываются на нём. Речь идет о состоянии экономики, научно-технического прогресса, социально-культурных и политических изменениях в обществе, природно-географических и демографических показателях.

Выделяют следующие основные характеристики внешней среды:

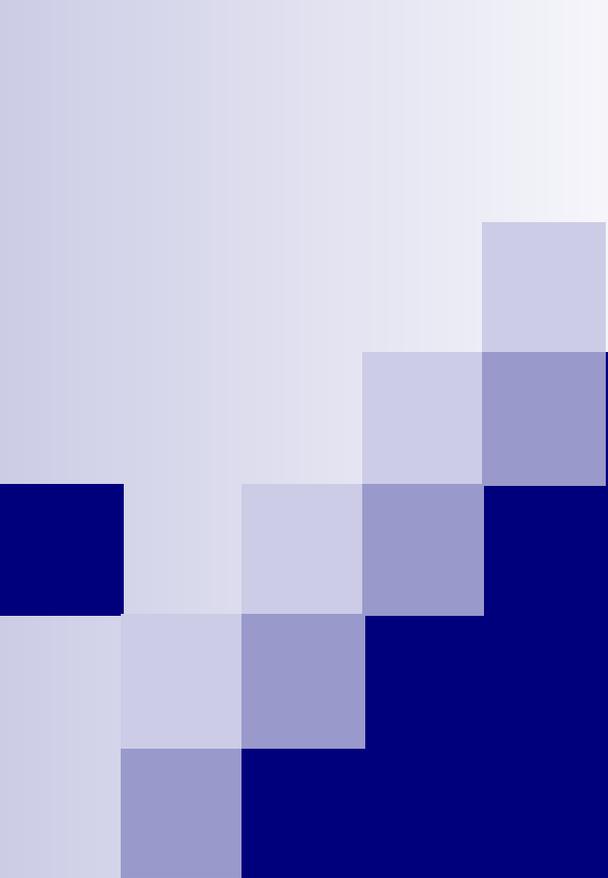
- **взаимосвязанность факторов внешней среды** — уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы. Изменение какого-либо фактора окружения может обуславливать изменение других;
- **сложность внешней среды** — число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора;
- **подвижность среды** — скорость, с которой происходят изменения в окружении организации. Окружение современных организаций изменяется с нарастающей скоростью. Подвижность внешнего окружения может быть выше для одних подразделений организации и ниже для других. В высокоподвижной среде организация или подразделение должны опираться на более разнообразную информацию, чтобы принимать эффективные решения;
- **неопределенность внешней среды** — соотношение между количеством информации о среде, которой располагает организация, и уверенностью в точности этой информации. Чем неопределеннее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения.

Внутренняя среда:

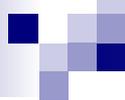
- Цели и задачи
- Технологии
- Люди
- Структура

Направления анализа внутренней среды:

- *производство*
- *персонал*
- *организация управления*
- *маркетинг*
- *финансы и учет*



3. Культура предпринимательства. Личные и деловые черты предпринимателей.

- 
- Причины, по которым одни предприниматели успешны в бизнесе, а другие - нет, всегда вызывали интерес у специалистов. И после ряда исследований они выявили **три группы факторов**, которые в значительной мере влияют на результат будущей деятельности человека, планирующего открыть свое дело:
 - **деловые навыки;**
 - **личные качества;**
 - **способность приносить необходимые жертвы ради воплощения своего замысла в жизнь.**

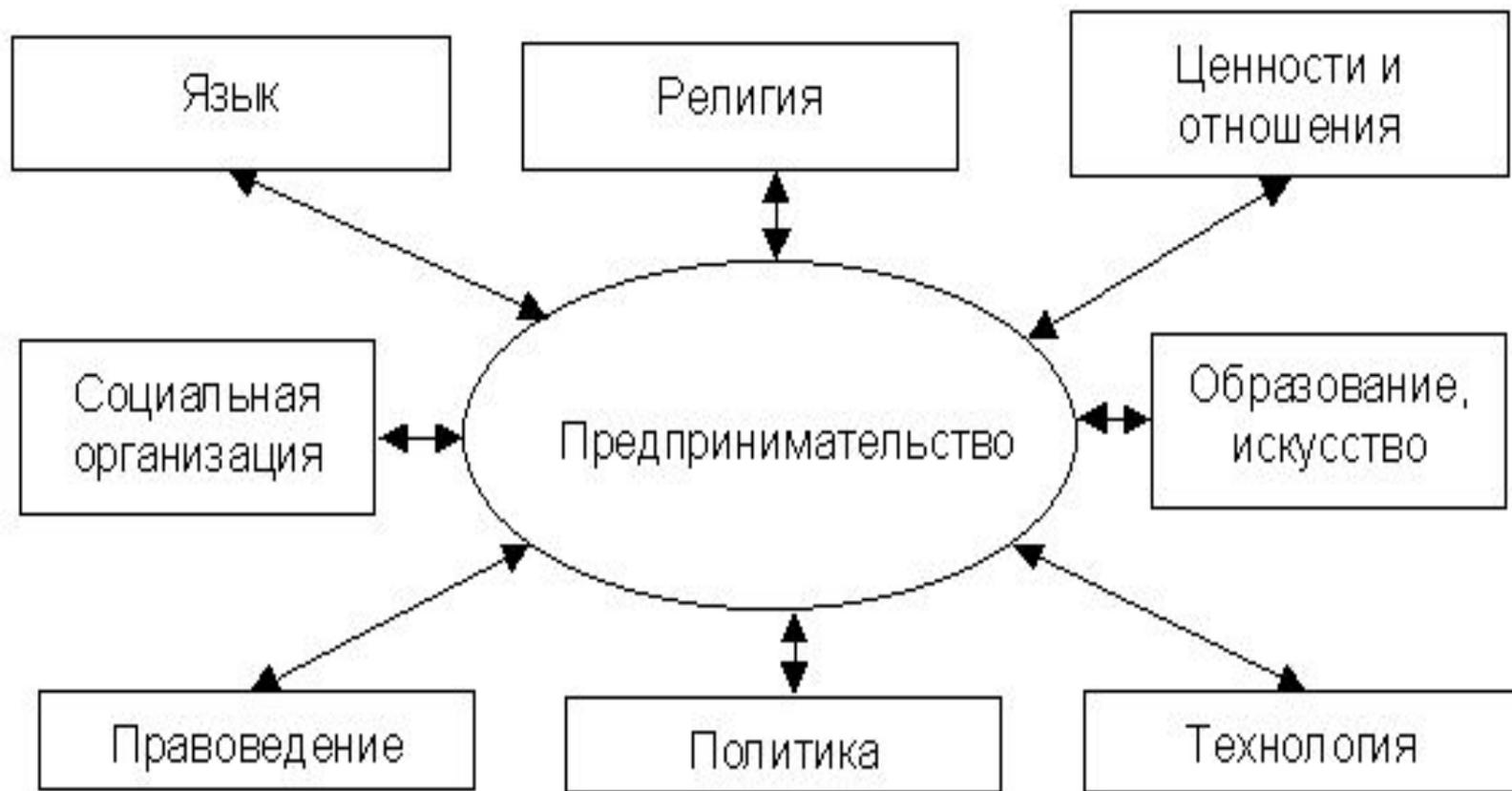
- **Деловые навыки**, которыми должен обладать человек, чтобы стать успешным предпринимателем:
 - высокой общеобразовательной и профессиональной подготовкой;
 - отраслевым опытом, причем, особенно ценны знания отрасли, приобретенные непосредственно перед созданием нового предприятия;
 - опытом руководящей работы - ведь приобретенные ранее качества и проверенные способности делают начинающего предпринимателя более подготовленным в отношении разнообразных задач, возникающих при учреждении нового предприятия;
 - опытом участия в создании предприятий, который позволяет быстрее распознать и оценить трудности раннего этапа работы, преодолеть или даже избежать их;
 - социальными компетенциями во всех областях хозяйственного и профессионального общения с людьми, будь то управление персоналом, работа в группе, переговоры с деловыми партнерами или отношения с клиентом.

- Процесс предпринимательства, на каком бы иерархическом уровне он ни осуществлялся, независимо от сферы совершения сделки тесно связан с **культурной средой**, которая структурно — по отношению к фирме — подразделяется на внешнюю культурную среду и внутреннюю культурную среду.

Внешняя культурная среда является составной частью макросреды, которая оказывает влияние на поведение субъекта и объекта предпринимательства.

Внутренняя культурная среда относится к микросреде фирмы и имеет отношение, как к самой фирме, так и к партнерам, с которыми осуществляется взаимодействие.

- Состав культурной среды характеризуется совокупностью факторов, к которым относят политику, технологию, образование, искусство, ценности и отношения, религию, язык, правоведение, социальный статус.



- **Политика** является всем известной категорией, однако не все предприниматели учитывают возможности этого фактора культуры в организации предпринимательства. Изучение политики может помочь понять потенциал общественного вклада той или иной страны в деловой климат фирмы. Стабильность политического климата, характеристики группировок, партий, поддерживающих зарубежный бизнес или препятствующих ему, степень влияния каждой из этих группировок — это те факторы, которые позволяют оценить степень предпринимательского риска в политическом отношении.

- **Технология** — это область точных понятий, методов, измерений и знаний. Изучение технического уровня среды предпринимательства может дать информацию об уровне развития и потенциале рынка, о степени развитости его инфраструктуры, о том, какова степень урбанизации и развития "промышленных ценностей", а также выявить отношение к науке и нововведениям, установить научный потенциал, возможности проведения научных исследований.
- **Образование и искусство**, их уровень и профиль редко учитываются в организации предпринимательской деятельности. Однако сравнительный анализ этих факторов культуры может оказать помощь при изучении грамотности и ее влияния на техническое и профессиональное обучение, а также на эффективность рыночных связей и предпринимательских отношений. Образовательный уровень формирует отношение к ценностям.

- **Религия** оказывает большое влияние на экономическую деятельность. Все основные религии — буддизм, ислам, христианство и др. — имеют своеобразный взгляд на мир и истинные ценности, который может стимулировать или препятствовать стремлениям к переменам, применению новых методов в предпринимательстве. Для успешного осуществления предпринимательской деятельности необходимо учитывать развитость и роль религии в каждой стране, где планируется организация бизнеса.
- **Язык** является основой, средством всех коммуникаций, в том числе и предпринимательских. На земном шаре имеется около 100 официальных языков и не менее 3000 самостоятельных диалектов.

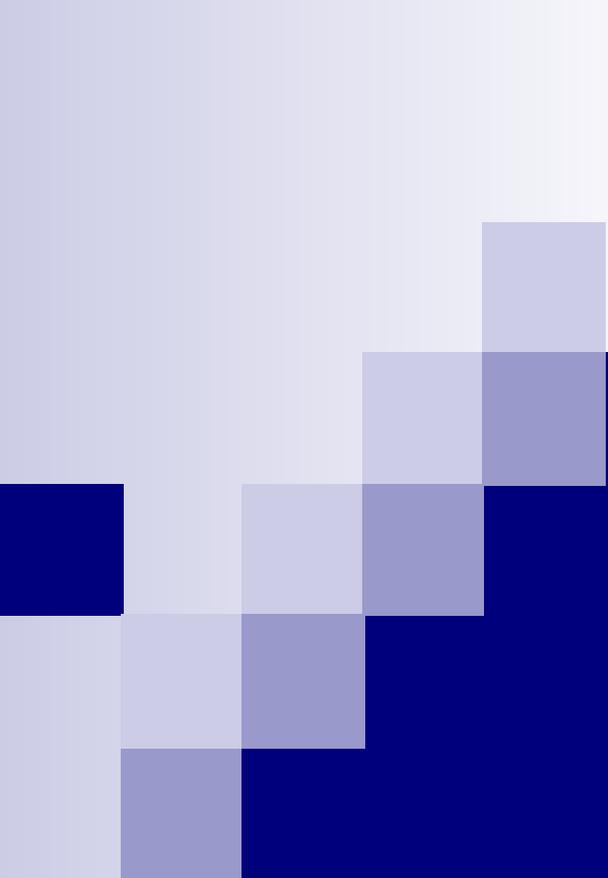
- **Правоведение** — знание законов своей страны, которые отражают нормы и правила отношений к ценностям, к собственности, защите личности, не должны восприниматься предпринимателями как второстепенный элемент культуры. Сравнение и знание различных систем законодательства могут способствовать пониманию традиций бизнеса в различных странах. Это может помочь избежать конфликтов, а в случае необходимости обратиться к органам правовой защиты.
- **Организационная культура** — это комплексная характеристика развитости той или иной социально-экономической структуры, присущих ей типа и формы организации жизни и деятельности людей, уровня их организационных знаний (ценностей), навыков (традиций), умений, мышления и сознания.

■ Личностные качества предпринимателей (наиболее важные из них):

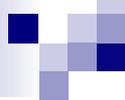
- поиск возможностей и инициативность (видит и использует новые или необычные деловые возможности; действует до того, как его к этому вынудят события);
- упорство и настойчивость (готов к неоднократным усилиям, чтобы встретить вызов или преодолеть препятствие; меняет стратегии, чтобы достичь цели);
- готовность к риску, взвешивает риск, предпринимает действия, чтобы уменьшить риск или контролировать результаты;
- ориентация на эффективность и качество (находит пути делать вещи лучше, быстрее и дешевле; стремится достигнуть совершенства, улучшить стандарты эффективности);

- вовлеченность в рабочие контакты (принимает на себя ответственность и идет на личные жертвы для выполнения работы; берется за дело вместе с работниками или вместо них);
- целеустремленность (формирует цели; имеет долгосрочное видение; ставит и корректирует краткосрочные задачи);
- стремление быть информированным (лично обобщает информацию о клиентах, поставщиках, конкурентах, используя в этих целях личные и деловые контакты для своей информированности);
- систематическое планирование и наблюдение (планирует, разбивая крупные задачи на подзадачи; следит за финансовыми результатами и использует процедуры слежения за выполнением работы);

- способность убеждать и устанавливать связи (использует осторожные стратегии для выполнения и убеждения людей, а также деловые контакты как средство достижения своих целей);
- независимость и самоуверенность (стремится к независимости от правил и контроля других людей; полагается лишь на себя перед лицом противостояния или в случае отсутствия успеха; верит в свою способность выполнять трудные задачи).



4. Формы организации предпринимательства.



■ **Фирма** - это организация, владеющая одним или несколькими предприятиями и использующая ресурсы для производства товара или услуги с целью получения прибыли. Для классификации фирм используются разные признаки. Главными из них являются два: форма собственности и величина фирмы.

Если взять за основу собственность, то можно выделить три вида фирм, или предпринимательства:

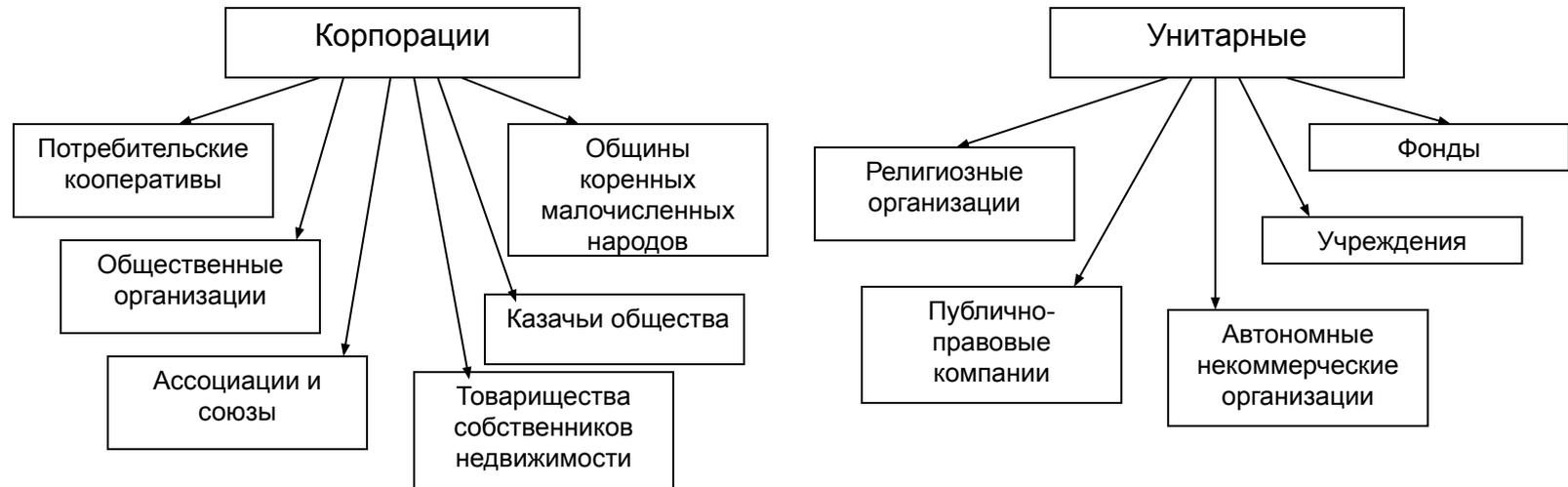
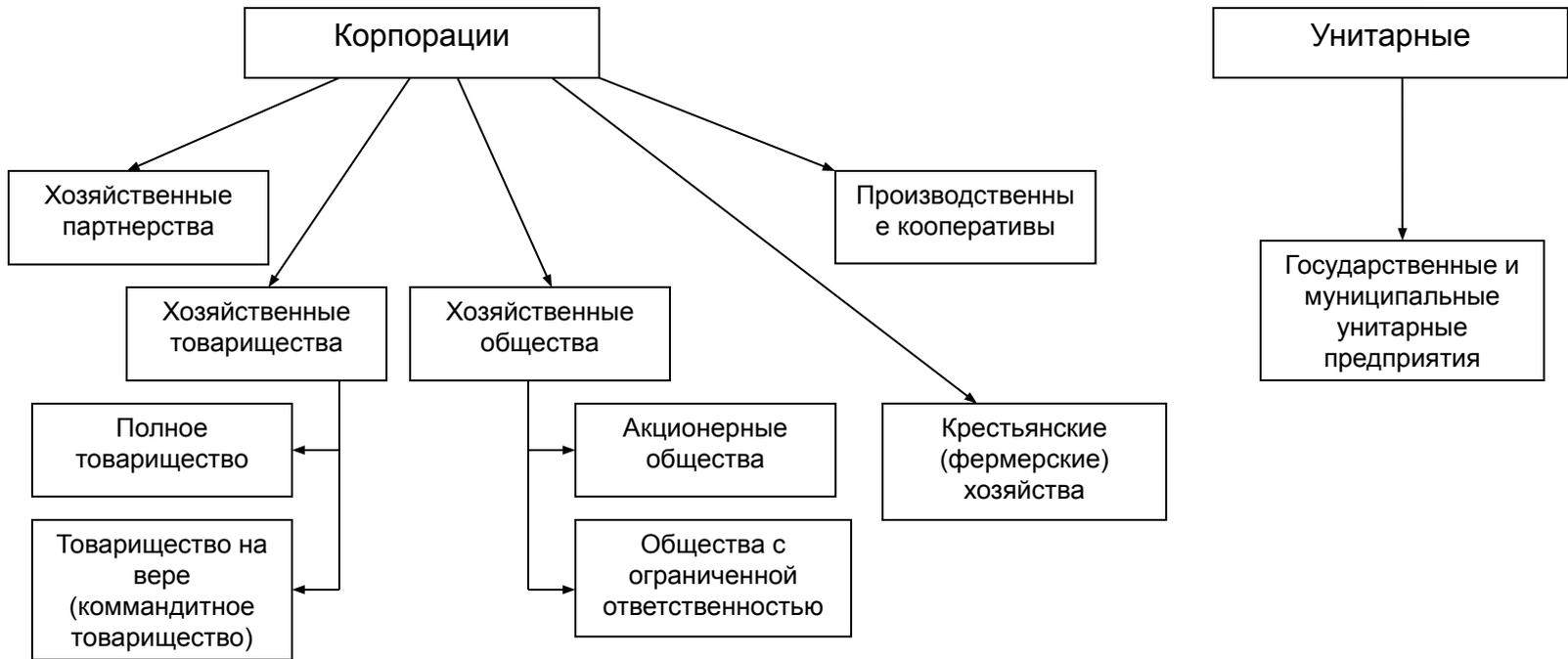
- индивидуальное, или частное предпринимательство;
- товарищество, или партнерство;
- корпорация (акционерное общество).

- **Индивидуальным предпринимательством** называется бизнес, владельцем которого является один человек. Владелец индивидуального бизнеса одновременно выполняет функции менеджера. Он несет неограниченную имущественную ответственность.

**ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН ОТ
05.05.2014 N 99-ФЗ "О
ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В
ГЛАВУ 4 ЧАСТИ ПЕРВОЙ
ГРАЖДАНСКОГО КОДЕКСА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И О
ПРИЗНАНИИ УТРАТИВШИМИ
СИЛУ ОТДЕЛЬНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ
ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ АКТОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"**

ПОНЯТИЕ ЮРЛИЦА В СТ. 48 ГК РФ ИЗЛОЖЕНО ЛАКОНИЧНЕЕ, ЧЕМ РАНЕЕ.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.



Корпорациями являются организации, учредители (участники) которых обладают правом участия (членства) в них и формируют их высший орган в соответствии с [п. 1 ст. 65.3](#) ГК РФ.

К данным организациям отнесены все коммерческие юрлица (за исключением унитарных предприятий), а также ряд некоммерческих:

- потребительские кооперативы;
- общественные организации;
- ассоциации (союзы);
- товарищества собственников недвижимости;
- казачьи общества, внесенные в соответствующий госреестр;
- общины коренных малочисленных народов.

Некоммерческие корпорации

Общины коренных малочисленных народов

Казачьи общества

Потребительские кооперативы

Жилищные кооперативы

Жилищно-строительные кооперативы

Гаражные кооперативы

Садоводческие потребительские кооперативы

Огороднические потребительские кооперативы

Дачные потребительские кооперативы

Общества взаимного страхования

Кредитные кооперативы

Фонды проката

Сельскохозяйственные потребительские кооперативы

Общественные организации

Политические партии

Профсоюзные организации

Общественные движения

Органы общественной самодеятельности

Территориальные общественные самоуправления

Ассоциации и союзы

Некоммерческие партнерства

Саморегулируемые организации

Объединения работодателей

Объединения профсоюзов, кооперативов и общественных организаций

Торгово-промышленные палаты

Нотариальные палаты

Адвокатские палаты

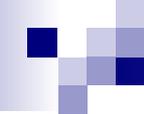
Товарищества собственников недвижимости

Товарищества собственников жилья

Садоводческие некоммерческие товарищества

Огороднические некоммерческие товарищества

Дачные некоммерческие товарищества



юрлица, учредители которых не становятся их участниками и не приобретают в них прав членства. К ним относятся государственные и муниципальные унитарные предприятия (являющиеся коммерческими организациями), а также следующие некоммерческие организации:

УНИТАРНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

- 
- общественные, благотворительные и иные фонды;
 - государственные учреждения (в том числе государственные академии наук), муниципальные и частные (в том числе общественные) учреждения;
 - автономные некоммерческие организации;
 - религиозные организации;
 - публично-правовые компании.



на публичные и непубличные

ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ

ОБЩЕСТВА РАЗДЕЛЕНЫ



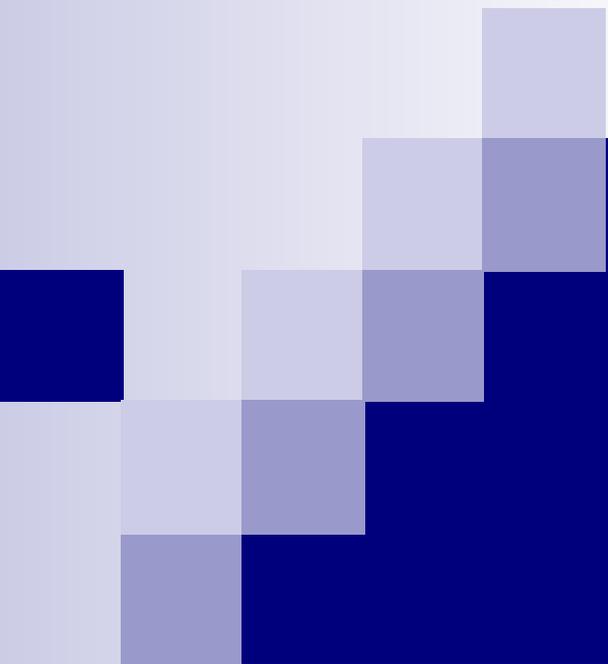
относятся акционерные общества, акции которых и конвертируемые в такие акции ценные бумаги публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах.

Положения о публичных обществах применяются также к акционерным обществам, устав и фирменное наименование которых содержат указание на то, что общество является публичным.

ПУБЛИЧНЫЕ

ответственностью и акционерные общества, которые не отвечают признакам публичного общества (п. п. 1 относятся общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества, которые не отвечают признакам публичного общества (п. п. 1 и 2 ст. 66.3 ГК РФ).

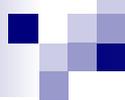
К НЕПУБЛИЧНЫМ ОБЩЕСТВАМ



5. Нормативно-правовое обеспечение предпринимательской деятельности.

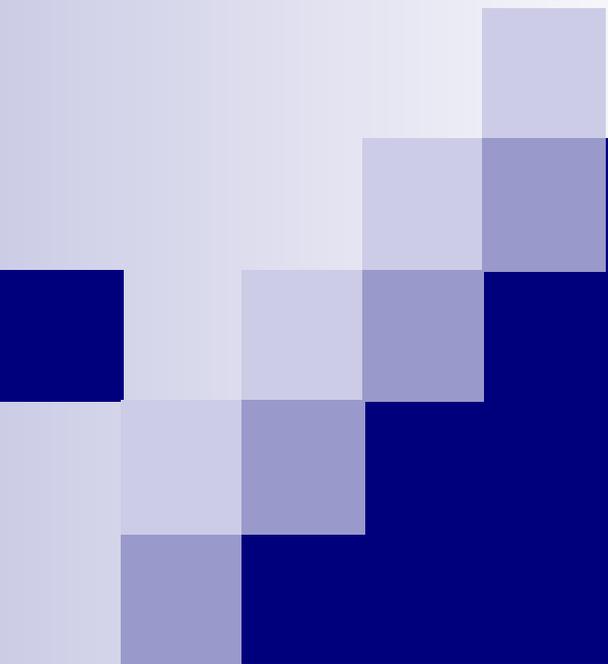
Основные нормативно-правовые акты

- Конституция РФ
- ГК РФ
- от 08.08.2001 №129 – ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц»
- от 26.10.2002 №127 – ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»
- от 24.07.07 №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»



Предпринимательство - это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от использования имущества - продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке (ст.2 ГК РФ)

- **Прибыль** – это полученные доходы, уменьшенные на величину расходов, с учетом особенностей для отдельных видов организаций, указан. в ст.248 НКРФ.
- **Администрат. ответственность за осуществление предпринимательской деятельности:** без государственной регистрации в качестве индивид. предпринимателя или без государственной регистрации юр. лица; без спец. разрешения (лицензии), если такое разрешение обязательно; с нарушением условий, предусмотренных спец. разрешением (лицензией). Если эти деяния не причинили крупного ущерба гражданам, организациям или государству и связаны с извлечением дохода, не превышающего 200МРОТ, то совершившие их лица привлекаются к администр. ответственности. Ответственность за осуществление некоторых видов лицензируемой деятельности без лицензии или с нарушением условий лицензирования установлена и в др. нормах.

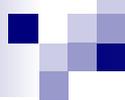


6. Субъекты и ответственность субъектов предпринимательской деятельности



■ **Субъектами предпринимательства выступают:**

- собственно предприниматели;
- потребители;
- граждане, работающие по найму;
- государственные органы.

- 
- Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель – это лицо осуществляющее свою деятельность на свой страх и риск, под свою экономическую и юридическую ответственность, а также коллективы предпринимателей и различные предпринимательские объединения, взаимодействующие:
 - с потребителем как основным его контрагентом;
 - с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника;
 - с наемными работниками;
 - с партнерами по бизнесу

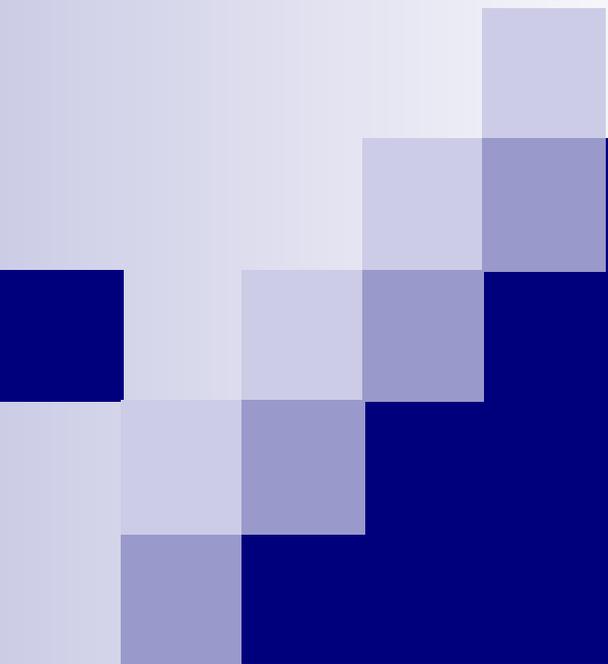
- Под **ответственностью** предпринимателя понимается обязанность, необходимость совершить определенные действия, направленные на восстановление неисполненных установленных (договором) обязательств, нарушенных прав хозяйствующих субъектов, клиентов, работников, государства.
- **Гражданская ответственность**, ее предприниматели как субъекты рыночной экономики несут в первую очередь, она представляет собой установленные гражданским законодательством юридические последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения предусмотренных обязанностей и обязательств.

- 
- Гражданская ответственность является имущественной, носит компенсационный характер, так как главная цель ее применения – восстановление прав потерпевшей стороны (кредитора). С точки зрения уровня (роли) ответственности виновной стороны подразделяется:
 - Солидарную
 - Субсидарную
 - Административную
 - Уголовную

- **Солидарная ответственность (обязанность)**, возникает, если солидарность обязанности (требования) предусмотрена договором или установлена законом, в частности при неделимости предмета обязательства. Обязанности нескольких должников по обязательству, связанному с предпринимательской деятельностью, равно как и требования нескольких кредиторов в таком обязательстве, являются солидарными, если законом, иными правовыми актами и условиями обязательства не предусмотрено иное (ст. 322 ГК РФ). При солидарной обязанности должников кредитор в праве требовать исполнения обязательств как от всех должников совместно, так и от любого из них в отдельности, при этом как полностью, так и в части долга.

- **Субсидиарная ответственность** - это дополнительная ответственность лиц (сторон), которые наряду с должником отвечают перед кредиторами за надлежащее исполнение обязательства в случаях, предусмотренных законом или договором.
- **Административная ответственность** предпринимателей и должностных лиц предпринимательских организаций установлена за совершение ими административного правонарушения при осуществлении предпринимательской деятельности. Для предпринимателей основной формой административного наказания (ответственности) является штраф - денежное взыскание, установленное в пределах от одной десятой до 100 минимальных размеров оплаты труда (МРОТ) в соответствии с Кодексом РФ об административных правонарушениях, до 5 000 МРОТ - в соответствии с федеральными законами.

- **Уголовная ответственность** - это (в соответствии с положениями Уголовного кодекса РФ) один из видов юридической ответственности предпринимателей, возникающей при совершении противоправных действий в процессе предпринимательской деятельности. Основанием уголовной ответственности предпринимателей является совершение действия, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного УК РФ, в первую очередь, в гл. 22 "Преступления в сфере экономической деятельности". Виновным в преступлении признается лицо, совершившее противоправное деяние умышленно или по неосторожности. Штраф устанавливается судом в пределах от 25 до 1 000 МРОТ или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от 2 недель до одного года. Размер штрафа устанавливается судом в зависимости от тяжести и вида совершенного преступления в сфере экономической деятельности.



7. Договорные отношения в предпринимательской деятельности

Статья 420 ГК РФ Понятие договора

1. Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.
2. К договорам применяются правила о двух- и многосторонних сделках, предусмотренные [главой 9](#) настоящего Кодекса.
3. К обязательствам, возникшим из договора, применяются общие положения об обязательствах ([статьи 307](#)). К обязательствам, возникшим из договора, применяются общие положения об обязательствах (статьи 307 - [419](#)).³ К обязательствам, возникшим из договора, применяются общие положения об обязательствах (статьи 307 - 419), если иное не предусмотрено правилами настоящей [главы](#).³ К обязательствам, возникшим из договора, применяются общие положения об обязательствах (статьи 307 - 419), если иное не предусмотрено правилами настоящей главы и [правилами](#) об отдельных видах договоров, содержащимися в настоящем Кодексе.
4. К договорам, заключаемым более чем двумя сторонами, общие положения о договоре применяются, если это не противоречит многостороннему характеру таких договоров.

Виды договоров в зависимости от их юридической направленности:

- 1. Основные и предварительные договоры.
- 2. Договоры в пользу их участников и договоры в пользу третьих лиц.
- 3. Односторонние и взаимные договоры.
- 4. Возмездные и безвозмездные договоры.
- 5. Свободные и обязательные договоры.
- 6. Взаимосогласованные договоры и договоры присоединения.

Статья 421. Свобода договора

Граждане и юридические лица свободны в заключении договора.

- В случаях, когда условие договора предусмотрено нормой, которая применяется постольку, поскольку соглашением сторон не установлено иное (диспозитивная норма), стороны могут своим соглашением исключить ее применение либо установить условие, отличное от предусмотренного в ней. При отсутствии такого соглашения условие договора определяется диспозитивной нормой.
- Если условие договора не определено сторонами или диспозитивной нормой, соответствующие условия определяются обычаями делового оборота, применимыми к отношениям сторон.

Статья 424. Цена

Исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон.

- В предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и т.п.), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами и (или) органами местного самоуправления.

Статья 425. Действие договора

- Договор вступает в силу и становится обязательным для сторон с момента его заключения.
- Окончание срока действия договора не освобождает стороны от ответственности за его нарушение.

■ **Статья 426 ГК РФ Публичный договор**

Публичным договором признается договор, заключенный коммерческой организацией и устанавливающий ее обязанности по продаже товаров, выполнению работ или оказанию услуг, которые такая организация по характеру своей деятельности должна осуществлять в отношении каждого, кто к ней обратится (розничная торговля, перевозка транспортом общего пользования, услуги связи, энергоснабжение, медицинское, гостиничное обслуживание и т.п.).

- 2. Цена товаров, работ и услуг, а также иные условия публичного договора устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей.

3. Отказ коммерческой организации от заключения публичного договора при наличии возможности предоставить потребителю соответствующие товары, услуги, выполнить для него соответствующие работы не допускается.

При необоснованном уклонении коммерческой организации от заключения публичного договора применяются положения, предусмотренные пунктом 4 [статьи 445](#) настоящего Кодекса.

и т.д.

Статья 430 ГК РФ Договор в пользу третьего лица

1. Договором в пользу третьего лица признается договор, в котором стороны установили, что должник обязан произвести исполнение не кредитору, а указанному или не указанному в договоре третьему лицу, имеющему право требовать от должника исполнения обязательства в свою пользу.

и т.д.



Глава 28. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА

Статья 432. Основные положения о заключении договора

1. Договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Статья 433. Момент заключения договора

- 1. Договор признается заключенным в момент получения лицом, направившим оферту, ее акцепта.
- 2. Если в соответствии с законом для заключения договора необходима также передача имущества, договор считается заключенным с момента передачи соответствующего имущества [\(статья 224\)](#).
- 3. Договор, подлежащий государственной регистрации, считается заключенным с момента его регистрации, если иное не установлено законом.

Статья 435. Оферта

- Офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение

Оферта должна содержать существенные условия договора.

Статья 438. Акцепт

Акцептом признается ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии.

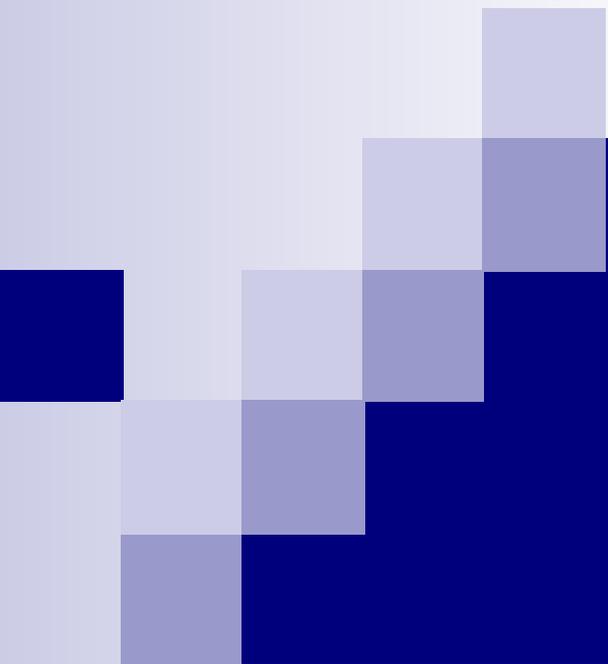
Акцепт должен быть полным и безоговорочным.
Молчание не является акцептом

Статья 436. Безотзывность оферты

- Полученная адресатом оферта не может быть отозвана в течение срока, установленного для ее акцепта, если иное не оговорено в самой оферте либо не вытекает из существа предложения или обстановки, в которой оно было сделано.

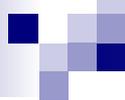
Статья 422. Договор и закон

- 1. Договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами, действующим в момент его заключения.
- 2. Если после заключения договора принят закон, устанавливающий обязательные для сторон правила иные, чем те, которые действовали при заключении договора, условия заключенного договора сохраняют силу, кроме случаев, когда в законе установлено, что его действие распространяется на отношения, возникшие из ранее заключенных договоров.



**8. Внутрифирменное
предпринимательство:
сущность, цели и
качественные показатели.**

- В теоретических исследованиях уделяется внимание не только предпринимательству как способу ведения дел на самостоятельной независимой основе, но и *внутрифирменному предпринимательству*, или *интрапренерству*.
- Под *интрапренерством* понимается развитие духа предпринимательства и его осуществление внутри существующего предприятия.
- *Интрапренер* – это человек, иницилирующий и ведущий свою предпринимательскую деятельность в рамках сложившегося, действующего предприятия.

- 
- **Целью интрапренерства является повышение эффективности предприятия за счет:**
 - активизации и использования творческого потенциала сотрудников;
 - повышения эффективности использования ресурсов предприятия;
 - быстрой реакции на изменения потребностей рынка;
 - быстрой реализации всевозможных нововведений (технических, организационных и т. п.);
 - создание основы для дальнейшего развития производства.

■ Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности

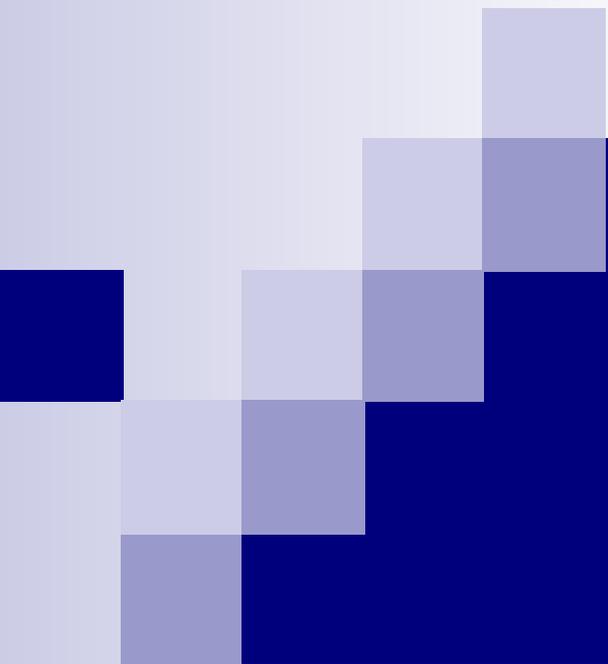
- *Организация* (от лат. organizo – «придаю стройный вид») – форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры; система, призванная выполнять заданные функции, решать определенный круг задач. Например, предприятие, компания, школа, банк, правительственное учреждение, фирма и т. п.
- *Структура организации* – разделение организации (как экономического объекта) на подразделения, отделы, участки, цеха, группы с целью упорядочения управления, налаживания взаимодействия звеньев; установление подчиненности и соподчиненности, ответственности.

- *Оптимальная структура организации* – структура организации, наилучшим образом удовлетворяющая достижению цели организации с минимальными издержками производственных ресурсов.
- *Структура организационно-правовая* – установление вида, типа предприятия, компании, фирмы в соответствии с правовыми нормами, предусмотренными законодательством – Гражданским кодексом (государственное предприятие, акционерное общество, товарищество и др.) – и создание на этой основе адекватной организационной структуры.

Система критериев, используемых для оценки результатов деятельности предприятия

Критерии работы	Возможные критерии и индексы
Рост	Объём продаж, его изменение в %
Конкурентная сила	Доля рынка Известность торговой марки Предпочтения покупателями торговой марки фирмы
Инновационность	Объём продаж, обеспеченный новыми товарами Доля в продаже новых товаров Снижение издержек обеспеченное новыми технологиями
Прибыльность	Сумма прибыли Прибыльность продаж Прибыльность инвестиций Прибыльность чистых активов Прибыльность собственного капитала

Критерии работы	Возможные критерии и индексы
Выгода для владельцев	Доходы на 1 акцию Соотношение курс акции/доход Изменение курсовой стоимости акций
Выгода для потребителей	Соотношение цен на товары фирмы с ценами конкурентов Качество товаров Удовлетворённость покупателей товарами фирмы
Выгода для общества	Сумма платежей в бюджет Рост занятости
Выгода для работников	Уровень заработной платы, льготы для работников Развитие персонала возможность повышения по службе Уровень текучести кадров



9. Предпринимательская идея и ее выбор. Создание собственного дела.

- Предпринимательская идея — конкретное целостное знание о целесообразности и возможности заниматься определенным видом предпринимательской деятельности, а также четкое осознание цели такой деятельности, путей и средств ее достижения.

- **Отдельными элементами такого целостного знания есть:**
 - 1) осознание необходимости работать на границе своих способностей (физических, умственных, организаторских и др.);
 - 2) отказ от предыдущего вида занятий, профессии и т.п.;
 - 3) стремление стать владельцем, прежде всего владельцем предприятия (отказ от работы на других лиц);
 - 4) стремление постоянно увеличивать свое богатство путем создания товаров и услуг, необходимых для общества;
 - 5) стремление реализовать свою цель, добиться признания в обществе;
 - 6) четкое понимание бизнес модели;

- 7) знание определенного вида предпринимательской деятельности, путей создания предприятия в соответствующей сфере или области народного хозяйства;
- 8) умение выбрать оптимальную организационную и организационно-правовую форму его существования;
- 9) знание возможных рисков, которые ожидают деятельность предприятия и умение управлять ими, нейтрализовать наиболее плохие отрицательные стороны;
- 10) умение организовать учет на предприятии и знание основ такого учета;
- 11) знание внешних факторов, которые влияют на предпринимательскую деятельность: действующего законодательства, форм и средств экономической политики, конкуренции со стороны иностранных товаропроизводителей.

- **Процесс поиска предпринимательской идеи можно разделить на два основных этапа:**
 - 1 этап: поиск идей;
 - 2 этап: оценка и выбор идей.

- **Типы предпринимательских решений:** организационные, кадровые, финансовые, правовые.

- **Методы принятия решений:**
 1. Экономические
 2. Административные
 3. Социально-психологические

1. Экономические

Основой экономических методов принятия предпринимательских решений является системный анализ таких категорий, как:

- цена,
- издержки производства,
- финансы и т.д.

На основе данных комплексного анализа принимается решение

2. Административные

Система директивно-распорядительных и организационных мер воздействия на людей.

Формы выражения – нормы и нормативы, приказы, распоряжения, директивы...

Носят обязательный характер для нижестоящего звена.

2 группы:

- организационные;
- распорядительные.

3. Социально-психологические

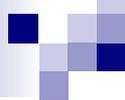
- моральное поощрение;
- социальное планирование;
- мотивация;
- убеждение;
- внушение;
- личный пример;
- регулирование межличностных и межгрупповых отношений;
- создание и поддержание морального климата в коллективе



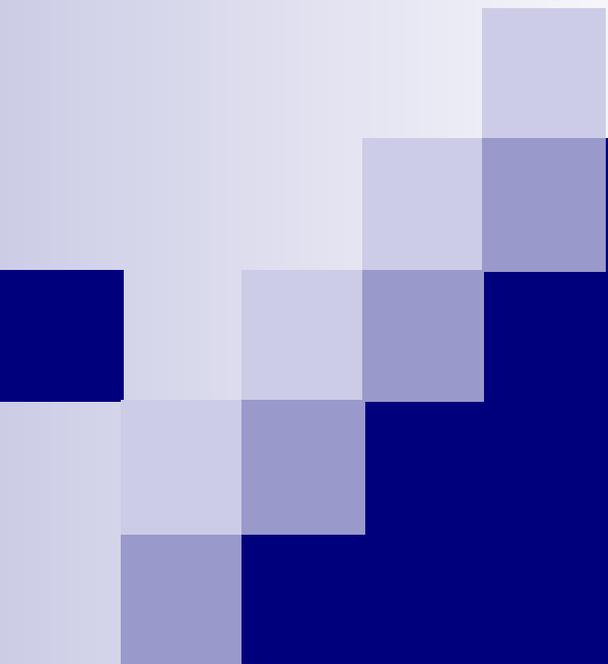
В настоящее время наиболее перспективными являются синтетические (комплексные) модели управления, учитывающие специфику вышеперечисленных.

■ Основные этапы создания собственного дела:

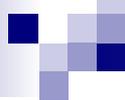
- выбор и обоснование концепции фирмы и обсуждение ее с потенциальными партнерами;
- определение экономической модели – целей, задач, направлений деятельности, потенциальных клиентов фирмы;
- формирование круга учредителей создаваемой фирмы, определение функциональной роли каждого из них в деятельности фирмы;
- определение формы собственности и организационно-правовой формы создаваемой фирмы;
- подготовка учредительных документов фирмы;
- регистрация учредительных документов фирмы;

- 
- постановка на учет зарегистрированной фирмы в местные финансовые и статистические органы;
 - открытие расчетного или текущего счета фирмы в рублях и иностранной валюте;
 - официальная регистрация печати фирмы;
 - создание фирменного стиля и регистрация товарного знака фирмы;
 - приобретение лицензий на те виды деятельности, которые требуют обязательного лицензирования;
 - учреждение дочерних предприятий и филиалов в том случае, если это признано необходимым;
 - наполнение расчетного счета фирмы средствами, предназначенными для формирования уставного капитала фирмы.

- **Основные документы при создании собственного дела:**
 - **учредительные документы:** чем подробнее составлены, тем меньше возникает проблем во взаимоотношениях учредителей в текущей деятельности, при ликвидации и т.д.
 - **бизнес-план:** необходим для обоснования эффективности проекта перед инвестором, кредитором (при финансовом оздоровлении) или иным лицом (возможно перед самим собой)
 - **план управления проектом создания предприятия:** подробно описывает процесс создания нового предприятия от общей концепции до конкретных исполнителей. План управления проектом удобен для использования в управленческих целях. Составляется когда деньги уже найдены. Основная цель – выполнить проект (создать новое предприятие) удовлетворив при этом все требования (качество) в заданные сроки, уложившись в выделенную сумму.
 - **смета затрат:** зачастую единственный документ при создании субъектов малого бизнеса – учредитель(ли) подсчитывает все затраты связанные с открытием бизнеса и сравнивает с имеющейся у него суммой (которой он готов рискнуть)



**10. Формы вступления в сферу
предпринимательства
Участие в соучереждении
нового
предприятия**



Формы вступления в сферу предпринимательства

- создание бизнеса
- покупка бизнеса
- покупка доли
- аренда
- франчайзинг
- наследование

■ Покупка предприятия.

Собственник продаваемого предприятия по договору продажи предприятия в соответствии с ГК РФ должен передать в собственность покупателя предприятие в целом как имущественный комплекс. Предприятие в целом или его часть могут быть объектом купли-продажи, залога, аренды и других сделок, связанных с установлением, изменением и прекращением вещных прав.

Продажа предприятия покупателю продавцом осуществляется по *передаточному акту*, в котором указываются данные о составе предприятия и об уведомлении кредиторов о продаже предприятия, а также сведения о выявленных недостатках переданного имущества и перечень имущества, обязанности по передаче которого не исполнены продавцом ввиду его утраты. Предприятие считается переданным покупателю со дня подписания передаточного акта обеими сторонами. С этого момента на покупателя переходит риск случайной гибели или случайного повреждения имущества, переданного в составе предприятия.

■ **Выкуп партнерской доли.**

Войти в сферу предпринимательской активности также можно, используя весьма широко практикуемый способ - перекупку чьей-либо доли в уставном капитале того или иного предприятия.

Выкуп партнерской доли есть форма перехода собственности от продающего такую долю к покупающему, который становится совладельцем предприятия. Продавать и покупать можно не всю долю, а только ее часть. И в этом случае данная сделка есть форма приобретения прав собственника. При подготовке к совершению подобной сделки покупатель партнерской доли обычно знакомится с информацией, дающей ему возможность составить достаточно полное представление, о деятельности предприятия.

■ Наследование предприятия. (ст.1178)

1. Объект наследования - предприятие как имущественный комплекс, в состав которого могут входить все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также некоторые исключительные права.

2. Если среди наследников не оказалось предпринимателей или никто из них преимущественным правом не воспользовался, предприятие, входящее в состав наследства, переходит в общую долевую собственность наследников. Размер доли каждого из наследников в праве собственности на предприятие определяется в соответствии с причитающимися им наследственными долями либо в соответствии с долями, установленными соглашением самих наследников, принявших наследство. Последний случай может иметь место, например, когда большая доля права собственности на предприятие перешла к одному из наследников за счет уменьшения его доли в ином имуществе наследодателя.

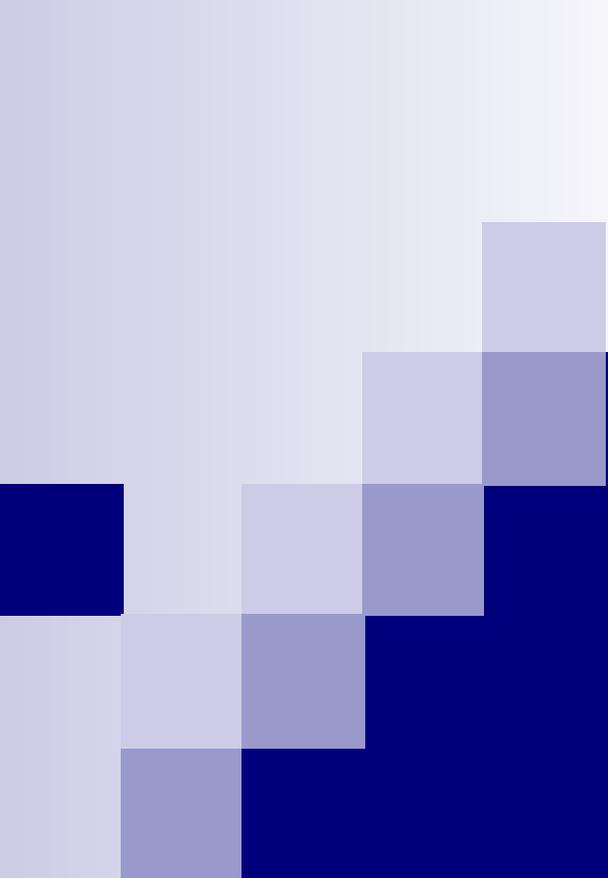
■ **Аренда.**

- Договор аренды предприятия заключается в письменной форме путем составления одного документа, подписанного сторонами, подлежит государственной регистрации и считается заключенным с момента такой регистрации.
- Договор аренды предприятия заключается на срок, установленный договором. Если в договоре аренды предприятия срок аренды не установлен, такой договор считается заключенным на неопределенный срок. В последнем случае каждая из сторон вправе в любое время отказаться от договора, предупредив об этом другую сторону за 3 месяца. Законом или договором может быть установлен иной срок предупреждения о прекращении договора аренды предприятия, заключенного на неопределенный срок.
- Арендатор предприятия обязан в течение всего срока действия договора аренды предприятия поддерживать предприятие в надлежащем техническом состоянии, в том числе проводить текущий и капитальный ремонты.
- Арендатор предприятия обязан своевременно вносить плату за пользование предприятием как имущественным комплексом, порядок, условия и сроки внесения которой устанавливаются договором аренды предприятия.
- При прекращении договора аренды предприятия арендованный имущественный комплекс должен быть возвращен арендодателю в соответствии с положением договора аренды предприятия и ГК РФ.

■ Франчайзинг

В общем смысле, франчайзинг — это «аренда» товарного знака или коммерческого обозначения. Использование франшизы регламентируется договором между франчайзером и франчайзи. Содержание договора может быть различно, от простых, до очень сложных, содержащих мельчайшие подробности использования товарного знака. Как правило, в договоре регламентируется сумма отчислений за пользование франшизы (она может быть фиксированная, единократная за определенный период, процент от продаж). Требование отчислений может и отсутствовать, но в таком случае, франчайзи обязуется покупать у франчайзера определенное количество товара/работ/услуг.

Отдельным пунктом договоров могут служить условия использования товарного знака/бренда. Эти требования могут быть как очень простыми (например франчайзи может использовать бренд в определенной отрасли), так и жесткими (например, франчайзи обязуется использовать оборудование в магазине в точном соответствии с требованиями франчайзера, от размеров и цвета полок до униформы персонала)



11. Малый бизнес

Под субъектами малого предпринимательства понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов не превышает 25 %, доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 % и в которых средняя численность работников за отчетный период не превышает следующих предельных уровней (малые и средние предприятия):

- а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;
- б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек (№209-ФЗ от 24.07.07 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»)

■ Стратегии роста малых фирм.

1. Стратегия копирования («Ложный гриб»). Сущность заключается в том, что малая фирма, используя результаты научно-исследовательских работ более крупных фирм по оригинальным продуктам, выпускает копии этих продуктов по ценам и качеству значительно уступающим, как правило, оригиналу.
2. Стратегия оптимального размера («Премудрый пескарь»). Малая фирма осуществляет свою деятельность под девизом: «не высовываться» за рамки своей рыночной ниши. Эта стратегия хотя и обеспечивает выживаемость малой фирмы, но служит препятствием расширению деятельности фирмы.
3. Стратегия участия в продукте крупной фирмы («Жалящая пчела»). Использование данной стратегии возможно тогда, когда отдельный мелкий элемент продукции более крупной фирмы — это конечный продукт для данной фирмы. Во избежание зависимости от более крупной фирмы малая фирма должна стремиться ограничить долю оборота, приходящегося на одного крупного клиента, т.е. мелкая фирма должна стремиться поставлять нескольким крупным фирмам товары таким образом, чтобы доля для каждой из них в общем объеме продаж фирмы не превышала 20%.

4. Стратегия использования преимуществ крупной фирмы («Хамелеон»). Это стратегия франчайзинга, в соответствии с которой заключается договор между мелкой и крупной фирмой, согласно которому крупная фирма обязуется снабжать мелкую фирму собственными товарами, рекламными услугами, отработанными технологиями бизнеса, представляет краткосрочный кредит на льготных условиях, сдает в аренду свое оборудование. Малая фирма обязуется иметь деловые контакты с данной крупной фирмой, вести бизнес «по правилам» этой крупной фирмы и перечислять определенную договором долю от суммы продаж в пользу крупной фирмы.

■ Проблемы малого бизнеса.

- имущественная проблема, которая заключается в отсутствии прав собственности и полной зависимости от арендодателя;
- получение кредита;
- несовершенство государственного управления и отсутствие ясной политики в отношении предпринимательской деятельности.

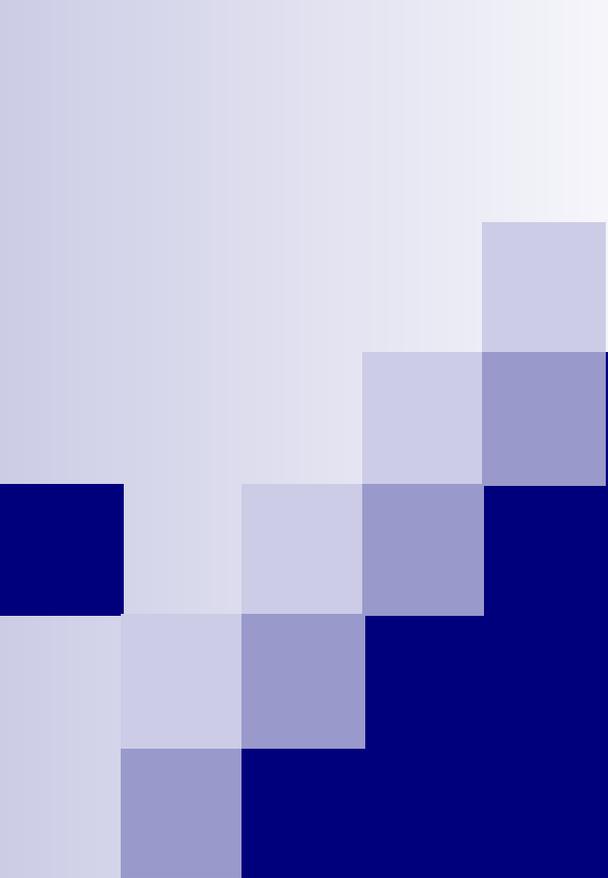
■ **Государственная поддержка малого бизнеса.**

- формирование инфраструктуры поддержки и развития малого предпринимательства;
- создание льготных условий
- установление упрощенного порядка регистрации, лицензирования деятельности, сертифицирования, предоставление статистической и бух. отчетности;
- поддержка внешне экономической деятельности включая развитие торговых, научно-технических, производственных и информационных связей с зарубежными государствами;
- организация подготовки, переподготовки и повышение квалификации кадров для малого предпринимательства.

Страна	Количество малых и средних предприятий, тыс.ед.	Общая сумма государственной поддержки	Сумма государственной поддержки, на один предпринимательский субъект		Годовая процентная ставка для субъектов малого предпринимательства, %
			тыс. руб.	тыс.дол.	
Германия	3400	15,0 млрд.евро	191,0	5,9	1,5
США	21200	70,0 млрд.дол.	102,0	3,3	3
Россия	1138	40,5 млрд.руб.	36,0	1,1	17-19

Распределение сфер деятельности предпринимательства в Перми: (в %). [Деловая Пермь от 23.11.2010., № 36]

- оптовая и розничная торговля-40,4
- операции с недвижимым имуществом-21,4
- строительство-14,6
- обрабатывающие производства-9,2
- транспорт и связь-5,2
- финансовая деятельность-2,7
- гостиницы и рестораны-2,0
- предоставление прочих коммунальных, социальных услуг-1,8
- здравоохранение-1,0
- производство и распределение электроэнергии-0,5
- сельское хоз-во, охота, лесное хоз-во-0,5
- образование-0,3
- добыча полезных ископаемых-0,3
- государственное управление-0,1



12. Предпринимательская тайна

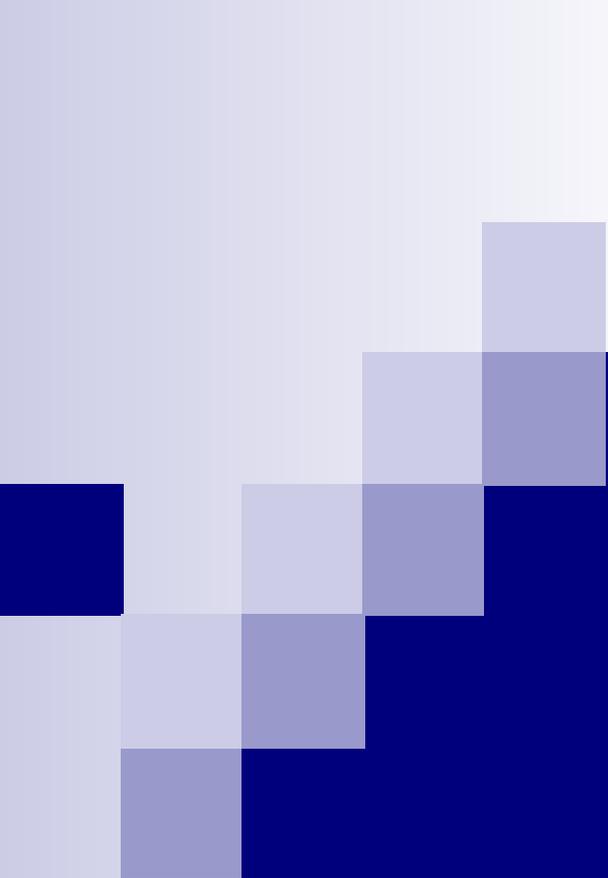
- **Предпринимательская тайна** – широкое комплексное понятие включающее любые сведения, информацию разглашение которых может нанести экономический или моральный ущерб предпринимательской организации.
- **Предпринимательская тайна** представляет собой интегрированную совокупность производственной, технической, коммерческой и служебной тайны, сохранение которых обеспечивает предприятию возможность добиваться планируемых результатов.

- 
- **Коммерческая тайна** – является собственностью предприятия.
 - **Цель** – обеспечить предприятию экономическое преимущество в конкурентной борьбе.

■ **Механизм защиты предпринимательской тайны.**

1. Определенный перечень сведений относимых коммерческой и предпринимательской тайны. Элемент защиты – система контроля за средствами копирования и размножения документов.
2. Система учета и охраны новых материалов и продукции. Элемент – порядок защиты коммерческой информации в средствах связи и вычислительной техники.
3. Система охраны территории предприятия. Элемент – порядок использования открытых каналов связи при передаче конфиденсальной информации.
4. Система контроля за посещением предприятия посторонними лицами. Элемент – система мотивации и обучения персонала, организации способами защиты коммерческой тайны.
5. Порядок делопроизводства с документами содержащими коммерческую тайну. Элемент - специализированные службы по защите коммерческой тайны.

- **В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 05.12.1991 №35 «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну» к таким сведениям относятся:**
 - учредительные документы организации;
 - документы, дающие право на занятие определенными видами предпринимательской деятельности;
 - документы о платежеспособности организации;
 - сведения о результатах финансово-хозяйственной деятельности и иные сведения, необходимые для проверки правильности исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей;
 - сведения о численности, составе работающих, их заработной плате и условиях труда, а также о наличии свободных рабочих мест и др.



13. Риски в предпринимательской деятельности

- **Предпринимательский риск** можно охарактеризовать как экономическую категорию, количественно (да и качественно) выражающуюся в неопределенности исхода намеченной предпринимательской деятельности, отражающую степень неуспеха (или и успеха) деятельности предпринимателя (фирмы) по сравнению с заранее планируемыми результатами.

- **Предпринимательские риски характеризуются большим многообразием, и в целях эффективного управления ими следует классифицировать их по различным признакам:**

1. По возможности страховании:

- **Страхуемый** – это вероятное событие или совокупность событий, на наступление которых проводится страхование. В ст. 933 ГК РФ предусмотрена возможность страхования предпринимательских рисков.
- **Нестрахуемый** – которые не берутся страховать страховые компании, но именно они являются источником дополнительной прибыли, связанной с риском для фирмы

2. По возможности диверсификации:

- **Систематический** – характерен для всей экономической системы или отдельного рынка и не поддается диверсификации. Данный тип риска определяется факторами, влияющими на все отрасли предприятия: возможные политические изменения в стране и мире, уровень инфляции, экономические колебания и т.д.
- **Несистематический** – связан с спецификой деятельности предпринимателя (фирмы), сложностями ее функционирования, а также с проблемами отрасли в которой она действует. Проблема оценки недиверсифицированного риска, т.к. трудно предсказать возможность возникновения данного типа риска и его последствия.

■ **3. В зависимости от этапа решения проблем:**

- В области принятия решения – когда только прорабатывается решение, можно внести изменения и исправить положение.
- В области реализации решения – на стадии реализации предпринимательского проекта гораздо труднее что-либо существенно изменить.

■ **4. По природе возникновения – подразумевается какой-то фактор, вызывающий неопределенность ситуации:**

- Хозяйственный фактор;
- Фактор связанный с личностью предпринимателя;
- Фактор связанный с недостатком информации в предпринимательской деятельности.

- **5. По масштабам (в условиях рыночной экономики):**
- Локальный – возникает на уровне организации.
- Глобальный – является отражением экономической ситуации в стране, в отдельных отраслях, регионах.

■ 6. По сфере возникновения:

- **Внешний** – источников возникновения является внешняя среда по отношению к предпринимательской фирме. Предприниматель не может оказывать на них влияние, он может только предвидеть и учитывать их в своей деятельности. Это риски, непосредственно не связанные с деятельностью предпринимателя (непредвиденные изменения законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность; неустойчивость политического режима в стране, и о потерях предпринимателей, возникающих в результате начавшейся войны, национализации, забастовок, введения эмбарго).
- **Внутренний** - источником рисков является сама предпринимательская фирма. Эти риски возникают в случае неэффективного менеджмента, ошибочной маркетинговой политики, а также в результате внутрифирменных злоупотреблений. Основными являются кадровые риски, связанные с профессиональным уровнем и чертами характера сотрудников фирмы.

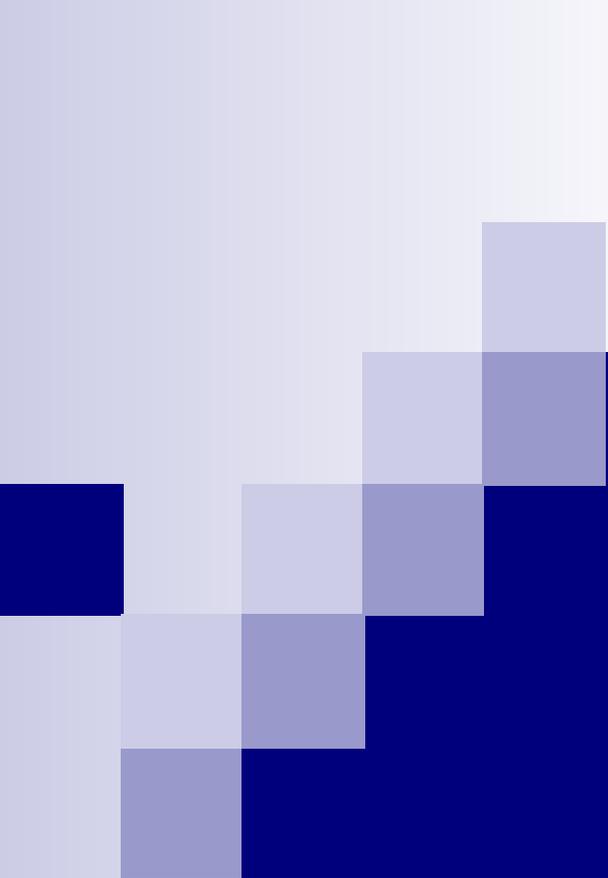
■ **7. По длительности воздействия:**

- **Временный** – это риски, которые угрожают предпринимателю в течение конечного, известного отрезка времени, например транспортный риск, когда убытки могут возникнуть во время перевозки груза, или риск неплатежа по конкретной сделке.
- **Постоянный** – это риски, которые непрерывно угрожают предпринимательской деятельности в данном географическом районе или в определенной отрасли экономики, например риск неплатежа в стране с несовершенной правовой системой или риск разрушений зданий в районе с повышенной сейсмической опасностью.

■ **8. По степени допустимости:**

- Допустимый – это угроза неполной потери прибыли от осуществления того или иного проекта предпринимательской деятельности в целом.
- Критический – характеризуется не только потерей прибыли, но и недополучением предполагаемой выручки. Риск характеризуется опасностью потерь, которые превышают ожидаемую прибыль и могут привести к невозмещаемой потере всех средств, вложенных предпринимателем.
- Катастрофический – приводит к банкротству предпринимателя (фирмы), т.е. к потере предпринимателем всех средств.

- **9. По степени обоснованности** – возможно это наиболее важный для предпринимательского риска элемент классификации, имеющий наибольшее практическое значение. Для разграничения необходимо учитывать в первую очередь, то обстоятельство, что граница между ними в разных видах предпринимательской деятельности, в разных секторах экономики различна →
 - Правовой;
 - Неправовой.



14. Основы построения эффективной структуры предпринимательства.

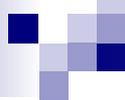
- **Жизненный цикл организации** – совокупность стадий развития, которые проходит фирма за период своего существования. ЖЦ имеет следующий вид: зарождение и становление, рост, когда фирма активно заполняет выбранный ею сегмент рынка, зрелость, когда фирма пытается сохранить имеющуюся долю рынка под своим контролем и старость, когда фирма быстро теряет свою долю рынка и вытесняется конкурентами. В дальнейшем организация либо ликвидируется, либо вливается в более крупную, либо разбивается на более мелкие орг-ии, которые в зависимости от ситуации могут оказаться на стадии роста или зрелости (реже – др. стадиях).

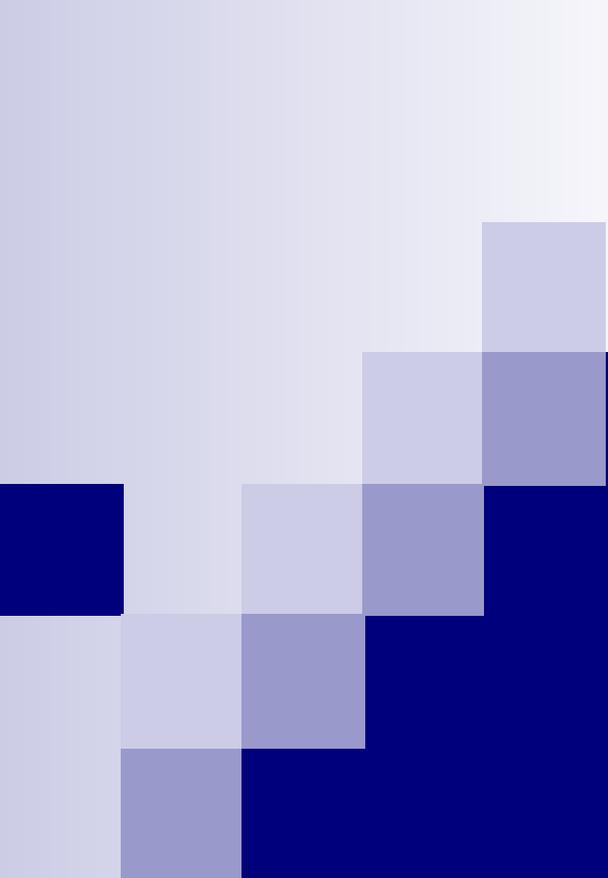
■ **Жизненный цикл организации отчетливо выделяются 5 этапов:**

- **I. Предпринимательский этап** – период становления организации, осознания своих целей, творческого подъема (**цели двусмысленны, высокий творческий подъем**);
- **II. Этап коллегиальности** – период быстрого роста организации, осознание своей миссии и формирование стратегии развития (**неформальные коммуникации и структура, высокие обязательства**);
- **III. Этап формализации деятельности** – период стабилизации роста (развития) (**формализация ролей, стабилизация структуры, акцент на эффективность**);
- **IV. Этап реструктуризации** – период замедления роста и структурных изменений, дифференциация труда (рынков), предвидение новых потребностей (**стремление к комплексности, децентрализация, диверсифицирование рынков**);
- **V. Этап спада** – период, характеризующийся резким падением сбыта и снижением прибыли; организация ищет новые возможности и пути удержания рынков (**высокая текучесть кадров, нарастание конфликтов, централизация**).

- **Организация** - форма объединения людей для их совместной деятельности в рамках определенной структуры, система призванная выполнять заданные функции и решить определенный круг задач.
- **Структура организации** – разделение орг-ии, как экономического объекта на подразделения, отделы, участки, цеха, группы с целью упорядочения управления, налаживающие взаимоотношение звеньев, установления подчиненности и соподчиненности.
- **Оптимальная структура орг-ии** - структура орг-ии наилучшим образом удовлетворяющая достижению целей орг-ии с минимальными издержками производства.

- **Структура организационно-правовая** – установление вида, типа предпринимательской компании, фирмы в соответствии с правовыми нормами, предусмотренные законом ГК РФ.
- **Построение эффективной стр-ры** – одна из наиболее сложных организационных задач, которые необходимо решать при создании собственного бизнеса. Предпринимателю приходится делать нелегкий выбор в пользу той или иной формы, учитывая как ее преимущества, так и недостатки. **Основная задача организации деятельности сводится к построению эффективной структуры организации, обеспечивающей эффективный процесс деятельности.**

- 
- В целом задача потенциального владельца фирмы сводится к созданию структуры, которая будет отвечать следующим требованиям:
 - функционировать с минимально-разумными организационными затратами, что особо актуально для вновь возникающего бизнеса;
 - позволять владельцам полностью контролировать принятие и реализацию управленческих решений;
 - позволять эффективно осуществлять финансовое и налоговое планирование.



15. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

- **Эффективность инвестиционного проекта** - категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам участников проекта.
- Для оценки эффективности инвестиционных проектов используются различные виды показателей:
 - показатели эффекта
 - показатели доходности
 - показатели окупаемости
 - финансовые показатели

■ Показатели эффекта:

• Чистый недисконтированный доход

Чистым недисконтируемым доходом называется накопленный чистый доход за весь расчётный период, исчисляемый по формуле:

$$\text{ЧД} = \sum CF_t$$

где CF_t - чистый денежный поток периода t .

• **Чистый приведённый доход (NPV)**

Чистый приведённый доход (Net Present Value, NPV) - это стоимость, полученная путем дисконтирования отдельно на каждый временной период разности всех оттоков и притоков (доходов и расходов), накапливающихся за весь период функционирования объекта инвестирования по фиксированной, заранее определенной процентной ставке (ставке дисконтирования).

I_t - инвестиции в период t

r - ставка дисконтирования

n - длительность проекта

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}$$

если NPV за рассматриваемый период больше 0, то проект можно рассматривать как эффективный

■ Показатели доходности:

• Учётная доходность (ARR)

Учётная доходность (Accounting Rate of Return, ARR) (или *средняя норма рентабельности*) - представляет собой доходность проекта как отношение между среднегодовыми поступлениями от его реализации и величиной начальных инвестиций:

$$ARR = \frac{\sum_{i=1}^N CF_t}{N \times (I - RV)}$$

RV - ликвидационная стоимость, N – количество периодов, I – величина инвестиций.

Индекс прибыльности (PI)

Индекс представляет собой отношение чистых денежных доходов к приведенным на ту же дату инвестиционным расходам. Расчёт индекса прибыльности производится по следующей формуле: прибыльности (Profitability Index, PI)

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}}$$

- Внутренняя норма доходности (IRR)

Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR) - это норма доходности, при которой дисконтированная стоимость притоков денежных средств равна дисконтированной стоимости оттоков, т.е. коэффициент, при котором дисконтированная стоимость чистых поступлений от инвестиционного проекта равна дисконтированной стоимости инвестиций, а величина чистого приведённого дохода (NPV) нулю.

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1 + IRR)^t} = 0$$

чем IRR больше ставки дисконтирования, тем больше запас «финансовой прочности» у проекта

■ Показатели окупаемости:

• Срок окупаемости (PB)

Срок окупаемости (Payback Period, PB), определяемый как ожидаемое число периодов, в течение которых будут возмещены первоначальные инвестиции рассчитывается в соответствии с формулой:

$$I = \sum_{t=1}^{PB} CF_t$$

Инвесторы редко рассматривают проекты со сроком окупаемости более двух лет

• Дисконтированный период окупаемости (DPB)

Дисконтированный период окупаемости рассчитывается аналогично простому периоду окупаемости, однако при суммировании чистого денежного потока производится его дисконтирование. Расчёт производится по следующей формуле:

$$I = \sum_{t=1}^{DPB} \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$