

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

по дисциплине
«Основы предпринимательской деятельности»

для обучающихся по специальности
43.02.12 Технология эстетических услуг

Ставрополь 2022

Методические указания составлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.12 Технология эстетических услуг (Утвержден Приказом Министерства образования и науки № 1560 от 09.12.2016) и программой дисциплины «Основы предпринимательской деятельности».

Составитель:
преподаватель СМК – Астафьев В.А.

Рассмотрено на заседании методического объединения укрупненных групп специальностей 43.00.00 «Сервис и туризм» Протокол № 5 от 25.05.2022 г.

Рекомендовано к использованию в учебном процессе Методическим советом СМК, протокол № 6 от 27.05.2022 г.

Содержание

Введение	4
Практическое занятие № 1. Предпринимательская идея.....	6
Практическое занятие № 2. Предпринимательский выбор	8
Практическое занятие № 3. Принятие решений и ответственность предпринимателя.....	10
Практическое занятие № 4. Бухгалтерский учет и налогообложение предпринимательской деятельности	13
Практическое занятие № 5. Расчеты по налогам.....	15
Практическое занятие № 6. Имущественные, финансово- кредитные ресурсы для малого предпринимательства.....	18
Практическое занятие № 7. Маркетинг в предпринимательской деятельности	21
Практическое занятие № 8. Управление персоналом.....	23
Практическое занятие № 9. Система мотивации.....	26
Практическое занятие № 10. Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана	27

Введение

Целью практических работ является овладение знаниями, умениями и практическим опытом по учебной дисциплине Основы предпринимательской деятельности. В результате выполнения практических работ формируются:

обобщение и систематизация знаний по организации предпринимательской деятельности в Российской Федерации в современных условиях;

приобретение умений по созданию собственного предприятия и процедуре его ликвидации;

освоение разработки бизнес-плана для обоснования создания предприятия;

ориентация выпускников на создание ими в перспективе собственного дела;

овладение навыками предпринимательской культуры в области предпринимательства.

умения поиска оптимальных вариантов ответов, решений;

- навыки учебного исследования;

- самостоятельность, ответственность;

- творчество, инициативность, уверенность;

- навыки работы с учебником, классическими первоисточниками, современной учебной и научной литературой, а так же Интернетом.

Практические работы направлены на усвоение, повторение и закрепление знаний, полученных при изучении дисциплины обществознание. Некоторые задания содержат дополнительный материал, который позволяет расширить кругозор обучающихся.

Для выполнения практических работ обучающиеся должны использовать учебники, нормативно-правовые акты и дополнительную информацию. При выполнении практической работы обучающийся должен внимательно ознакомиться с заданиями. На основании изученной информации обучающийся должен определить набор заданий, составить план своей самостоятельной работы и выбрать информационные источники.

Практические занятия чередуются с теоретическими в процессе изучения соответствующих разделов и тем учебной дисциплины. Работы выполняются по предложенным заданиям в тетрадях для практических работ в рамках учебного времени. В соответствии с задачами формирования необходимых компетенций, выполнение обучающимися практических работ позволяет им понять, где и когда изучаемые теоретические положения и практические умения могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Перед выполнением обучающимися практической работы преподаватель проводит инструктаж по выполнению задания, который включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. В процессе инструктажа преподаватель предупреждает обучающихся о возможных типичных ошибках, встречающихся при выполнении задания.

Критериями оценки результатов практической работы обучающихся являются:

- уровень освоения обучающимся учебного материала;

- умение обучающегося использовать теоретические знания при выполнении практических задач;

- сформированность предметных умений;

- обоснованность и четкость изложения ответа;

- оформление материала в соответствии с требованиями.

ОК 11: Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя,

табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях

ЛР 11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры

Практическое занятие № 1. Предпринимательская идея

Предпринимательская идея – это отражение в сознании предпринимателя присущего потребителю желания (осознанного или нет) иметь тот товар, который будет произведен предпринимателем.

Таким образом, идея – это четкое представление о том, как и путем каких конкретных действий предпринимателя потребность потенциального покупателя может быть удовлетворена.

Разработка (придумывание) идей не является основой профессиональной деятельности предпринимателя. Но предпринимателем может быть лишь тот, кто способен на «рождение» идей или чуток к их восприятию.

Источниками формирования предпринимательских идей обычно считают:

1) товарный рынок. Сущность использования товарного рынка как источника идей сводится к выявлению существующего на рынке дефицита и прибыльности своих усилий по возможной ликвидации такого дефицита. Обычно к этому источнику прибегают начинающие предприниматели, имеющие малый опыт. Опытный предприниматель тоже анализирует товарный рынок, но обычно имеет другие цели;

2) географический или структурный «разрывы» в системе общественного производства. При использовании в качестве источника идей географических или структурных «разрывов» в системе общественного производства предприниматель анализирует:

- процесс производства товара, его отдельных компонентов или даже целой товарной группы;

- источник и «маршрут» продвижения товара от производителя к потребителю;

- форму предложения товара потребителю.

Цель этого анализа: обнаружение «разрывов» в процессе производства — структурных (это производится, то не производится) или в процессе поставок — географических (это производится в нашей стране, а то ввозится из-за рубежа, почему?). Если в результате обнаружения «разрывов» предприниматель формирует идею и реализует ее, то это означает, что он сумел интегрироваться в процесс производства. Обычно это происходит в форме организации производства товара или отдельных его компонентов взамен ввозимых из-за рубежа, налаживания прямых связей с производителем взамен существующих, включающих ряд посредников;

3) достижения науки и техники. Достижения науки и техники в качестве источника идей требуют хорошей информированности в этой области и значительного интеллектуального труда. С одной стороны, такой подход направлен на поиск конкретных форм совмещения имеющихся достижений науки, техники и технологии, с другой — возможностей производства новых товаров.

4) новые возможности применения уже производимого товара или продукта. Новые возможности применения уже производимого товара или продукта являются специфическим источником идей. Например, приборы ночного видения, ранее используемые только в военной технике, в результате конверсии ВПК стали широко применяться для гражданских целей (в охранных системах или для прицелов охотничьих ружей).

5) не осознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы. Не осознанные потребителем и пока не удовлетворенные запросы, угадываемые предпринимателем, представляют собой практически неисчерпаемый источник идей.

Пример разработки бизнес-идей:

Табл. 1. – Бизнес – идеи товара и услуги

Сфера	Идея бизнеса	Идея товара	Идея нововведения
Производство	Производство	Маргарин	Разовые упаковки-контейнеры.

продуктов питания	масла регионального сырья	из Сметана Масло -топленое -шоколадное -фруктовое -ягодное	Витаминные добавки. Наполнители. Многосменный график работы + изменение способов доставки.
Бытовое обслуживание населения	Адресное оказание услуг	Услуги доставки	Заявки на сайт +лекарства +абонемент Сезонные работники + системы скидок

Как оценить			
Формальные критерии	алл	Неформальные	алл
Объем рынка		Нравится идея	
Доходность		Мнение экспертов	
Конкурентность		Наличие команды	
Уникальность		Решается значимая проблема	
Сложность выхода на рынок		Компетентность	
Возможность повторных продаж		Готовность изучать	
Инвестиции		Психологическая готовность	
Скорость оборота по 1 сделке		итого	
Охват		всего	
Наличие образца, технологии			
Перспективность (рост/убыль)			
итого			

Практическое задание

Задание 1.

Привести свои бизнес идеи по предложенной схеме.

Задание 2.

Провести оценку идей и их обоснование.

Практическое занятие № 2 Предпринимательский выбор

Предпринимательский выбор предполагает оценку внешней среды. В общем внешнюю среду организации можно охарактеризовать как всю совокупность факторов, влияющих на деятельность организации, а именно: потребители, конкуренты, правительственные учреждения, поставщики, финансовые организации, источники трудовых ресурсов, а также наука, культура, состояние общества и природные явления.

Поскольку факторы внешней среды имеют различную силу влияния на организацию, их разделяют на прямые и косвенные факторы, а всю внешнюю среду на среду прямого и косвенного действия.

Потребители - это те лица, которые заинтересованы или могут быть заинтересованы производимыми организацией товарами или услугами. Известный специалист в области управления П. Друкер считал, что единственная подлинная цель любого бизнеса - это создание потребителя. Необходимость удовлетворять потребности покупателя влияет на процессы внутри организации, так как количество потребителей определяет, в конечном итоге, необходимые производственные ресурсы, а характеристика потребителей (какие они) - необходимый ассортимент товаров и услуг и их качество. Принципиально всех потребителей можно разделить на четыре большие группы:

- конечные потребители, или население;
- промышленные потребители, представители различных отраслей хозяйства;
- посредники или торговые организации, которые приобретают товар для перепродажи;
- государство, как хозяйствующий субъект.

Важной составляющей внешней среды являются конкуренты. Каждый руководитель должен осознавать, что если он не будет удовлетворять своих потребителей также эффективно (с определенными качеством и ценой), как и его конкуренты, то долго предприятие в рыночных условиях существовать не сможет. Под конкурентами подразумеваются не только те компании, которые предлагают такие же товары, но с другой маркой, но и компании, выпускающие заменители. Таким образом, у любой организации существуют два вида конкурентов:

- прямые конкуренты - производители аналогичных товаров (например, Coca-Cola и Pepsi-Cola);

- косвенные конкуренты - производители заменителей (например, Coca-Cola и пиво Балтика).

Для ведения хозяйственной деятельности каждой компании нужны внешние поставки: сырье, материалы, трудовые ресурсы, капитал. В этом случае возникает прямая зависимость между организацией и сетью поставщиков, обеспечивающих поставки указанных ресурсов. На рынке закупок организацию больше всего интересуют условия получения ресурсов, а именно: цена, качество и условия поставки (сроки, объемы, условия платежа и т. д.). Именно эти тенденции на рынке закупок влияют на общий товарооборот предприятия.

Некоторые общественные организации также оказывают непосредственное влияние на деятельность предприятий. Особенно это воздействие усилилось за последние годы. Государство оказывает воздействие на организации преимущественно через законодательное регулирование деятельности. Количество и сложность законов, непосредственно посвященных бизнесу, резко возросли. Претерпевают изменения различные формы отчетности предприятий и организаций, изменяется налоговое и таможенное регулирование. Состояние законодательства характеризуется сложностью и подвижностью, а зачастую даже неопределенностью. Неопределенность сегодняшнего влияния государственных органов на бизнес проистекает из того, что требования одних организаций вступают в противоречие с другими, и в то же время за многими организациями стоят правительственные органы, которые принудительно обеспечивают выполнение таких требований.

Под средой косвенного воздействия понимаются факторы, которые могут не оказывать непосредственного и немедленного влияния на деятельность, но, тем не менее, в перспективе могут сказываться на ней. Здесь речь идет о состоянии экономики в целом, научно-техническом развитии, социокультурных и политических изменениях.

Теоретические вопросы:

1. Пояснить термин «стейкхолдер», привести примеры.
2. Охарактеризовать внешнюю среду прямого воздействия и привести примеры

Практическое задание

Задание 1.

Провести оценку внешней среды техникума. Составить схему основных агентов влияния. Студентам нужно выявить основные факторы и субъекты, влияющие на деятельность техникума дать их характеристику и провести оценку влияния методом попарного сравнения.

Задание 2.

Провести оценку внешней среды по организации, на которой студенты проходили практику. Составить схему основных агентов влияния.

Практическое занятие № 3 Принятие решений и ответственность предпринимателя

Одним из инструментов принятия решений, оценки своей позиции и понимания ответственности является SWOT-анализ. SWOT-анализ – один из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании. Это анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды. «S» и «W» относятся к состоянию компании, а «O» и «T» к внешнему окружению организации.

SWOT-анализ является предварительным исследовательским этапом при составлении стратегических планов, разработке стратегических целей и задач компании.

Термин SWOT впервые был использован Кеннетом Эндрюсом (Kenneth Andrews) в 1963 году в Гарварде на конференции по проблемам бизнес-политики.

Термин на английском языке: SWOT analysis.

Strengths – сильные стороны,

Weakness – слабые стороны,

Opportunities – возможности,

Threats – угрозы.

По результатам ситуационного анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять внешним угрозам. Соответственно, необходим анализ внутренней и внешней ситуации.

При оценке внешней ситуации стоит учитывать:

законодательство и политический климат,

ожидаемые или возможные его изменения, которые могут повлиять на работу компании. (Пр.: изменения в таможенном законодательстве);

экономическое положение страны, региона (изменение показателей ВВП, возможные крупные изменения в экономике, потенциально влияющие на компанию, ожидаемая инфляция);

социально-демографические факторы;

изменение технологий (ожидание технических новинок);

экологическую среду.

В процессе проведения анализа внутренней ситуации компании оцениваются ресурсы фирмы, ее бизнес процессы, анализируется конкурентоспособность.

В процессе проведения анализа подтверждается или изменяется формулировка устойчивых конкурентных преимуществ компании. Ключевые факторы анализа:

менеджмент (оценивается потенциал сотрудников компании высшего и среднего уровня, их квалификация, мотивация, лояльность);

маркетинг (включая анализ коммуникационной программы (реклама, личные продажи, PR), сравнение рекламной активности с конкурентами, эффективность собственных маркетинговых усилий);

персонал (особенно работа торгового персонала, уровень квалификации и заинтересованности, соответствие мотивационных программ целям и задачам организации, а также анализ контактов, новых потребителей, стоимости содержания торгового персонала);

анализ системы сбыта компании, потребностей и запросов торговых партнеров (распределения объемов продаж по членам сети дистрибьюции, типам посредников, аудит дистрибьюторов, выделение приоритетных дилеров);

анализ продуктового портфеля (оцениваются текущие и ожидаемые объемы продаж, доля рынка, прибыльность по каждому из продуктов или продуктовой группе, качество, имидж марки);

анализируются приоритетные конкуренты, их доля рынка, возможные преимущества по издержкам, цене, имидж их товаров, их конкурентное поведение текущее и возможное, их основные слабости;

наличие устойчивого конкурентного преимущества (например, ресурсной базы, недоступной ближайшим конкурентам или патентованных технологий);

анализ ценовой политики, возможные максимально приемлемые цены для товаров компании, сравнение с ценами конкурентов, политика скидок и других программ стимулирования сбыта и задач компании.

Теоретические вопросы:

1. Охарактеризовать принципы разработки целей.
2. Пояснить понятие и содержание миссия организации, привести примеры.
3. Дать характеристику сильным и слабым сторонам организации, угроз и возможностей ее развития.

Практическое задание

Задание 1.

Провести SWOT–анализ техникума.

Пример.

Таблица 1 – Пример проведения SWOT–анализ с весовой оценкой

Факторы внутренней и внешней среды	Качественная оценка/влияние	Баллы, Б	Вес фактора, В	Влияние, Б*В
1	2	3	4	5
Сильные стороны				
Организация размещения	очень высокое	9	0,280	2,520
ППС	значительное	7	0,338	2,366
Дополнительный ассортимент	существенное	5	0,102	0,510
Управление	значительное	7	0,150	1,050
Система коммуникаций	существенное	5	0,130	0,650
∑ Б*В				7,069
Слабые стороны				
Финансы	значительное	7	0,254	1,778
Функциональное качество	значительное	7	0,352	2,464
Недостаточность набора услуг	очень высокое	9	0,175	1,575
Недообеспеченность современным оборудованием	очень высокое	9	0,219	1,971
∑ Б*В				7,788
Возможности				
Повышение конкурентоспособности	значительное	7	0,185	1,295
Преимственность	значительное	7	0,180	1,260
Выгодная территориальная дислокация	существенное	5	0,250	1,250
Кадровый потенциал	значительное	7	0,190	1,330
Имидж	очень высокое	9	0,195	1,755
∑ Б*В				6,890
Угрозы				
Рост цен	очень высокое	9	0,310	2,790
Демографические процессы яма	значительное	7	0,260	1,820
Политическая и экономическая нестабильность	очень слабое	1	0,190	0,190
Нехватка необходимых финансовых ресурсов	существенное	5	0,240	1,200
∑ Б*В				6,000

Откуда, получаем основной вектор развития:

$X=7,069-7,788=0,692$; $Y = 6,89-6,0 = 0,89$ – представляем полученные результаты наглядно.

Задание 2.

Провести SWOT-анализ по организации, на которой студенты проходили практику.

Практическое занятие № 4 Бухгалтерский учет и налогообложение предпринимательской деятельности

Для налогообложения индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, ведущих предпринимательскую деятельность, современным налоговым законодательством предусматриваются различные виды налогов. Их количество на одного субъекта налогообложения может значительно варьироваться и составлять от одного-двух до десяти и выше.

Такой большой разброс по численности налогов связан с различными объективными и субъективными обстоятельствами, а также особенностями налоговой системы, применяемой в той или иной стране. Отметим коротко эти обстоятельства и особенности. Одно из главных требований к налогу состоит в его адекватности и справедливости. Однако одним универсальным налогом практически невозможно удовлетворить требования этих критериев в силу различий предпринимательской деятельности по доходности, срокам окупаемости, капиталоемкости и т.д. Один вид предпринимательской деятельности требует в основном профессиональных знаний и умений (например, финансовый консалтинг, ремонт и наладка компьютеров и проч.), другой – привлечения значительных трудовых ресурсов (промышленность, строительство, аграрный бизнес), третий – имущества и капитала. Все перечисленные виды бизнеса настолько разные, что справедливое и адекватное налогообложение на основании одного-двух налогов – дело малореальное. Для более или менее справедливого налогообложения государство вынуждено пользоваться некими усредненными значениями, которые для одних предпринимателей оборачиваются облегченными платежами, для других – тяжелым бременем. Иными словами, налог в данном случае становится произвольным и несправедливым.

Для более полного учета всех ресурсов и возможностей предпринимателя или предприятия государством вводятся дифференцированные налоги, которые взимаются в зависимости от определенных параметров – величины прибыли, оборота, имущества, количества работающих. Увеличение числа налогов, таким образом, дает возможность взимать налоги на основании более объективных показателей, но в то же время усложняет налоговую систему.

Еще более сложной налоговую систему делает набор льгот и преференций, предоставляемых предпринимателям и их сотрудникам. Льготы чаще всего предоставляются государством в виде снижения ставок налогов или налоговых вычетах. Если, к примеру, какой-либо предприниматель строит за свой счет жилье для персонала или осуществляет инвестиции в социально значимые проекты, государство поддерживает такого рода действия путем налоговых послаблений, льгот или рассрочки платежей.

Таким образом, можно констатировать, что усложнение налоговой системы чаще всего носит объективный характер, так как делает налогообложение более гибким и справедливым. Однако платой за гибкость является громоздкость и трудность пользования налоговым законодательством для неспециалиста.

Теоретические вопросы:

1. Пояснить необходимость и содержание налогов.
2. Привести примеры налогов и способы их расчета

Практические задания

Примеры: схема взимания НДС

1. Производитель сырья - Покупатель сырья/ производитель продукции

10000 (без НДС) + 1800 (НДС) = 11800 (цена реализации с НДС)

1800 руб. НДС производитель сырья перечислит бюджет.

2. покупатель сырья/производитель продукции – Розничный продавец

15000 (без НДС) + 2700 (НДС) = 17700 (цена реализации с НДС)

В бюджет производитель продукции уплатит 900 руб. ($2700-1800$), так как к возмещению 1800 руб. (это его ранее уплаченный НДС), а к уплате - 3600 руб.

$15000-10000=5000$ руб. (добавочная стоимость)

$5000 * 18\% = 900$ руб.

2. Розничный продавец – Конечный потребитель

20000 (без НДС) + 3600 (НДС) = 23600 (цена реализации с НДС)

В бюджет розничный продавец уплатит 900 руб. ($3600-2700$), так как ранее он уплатил 2700 руб. (сумма к возмещению), а общая сумма НДС к уплате – 3600 руб.

$20000-15000= 5000$ руб. (добавочная стоимость)

$5000 * 18\% = 900$ руб.

В результате на конечного потребителя легло бремя уплаты НДС в размере 3600 руб.

Задание 1. Торговая организация ведёт учет доходов и расходов для целей налогообложения прибыли по кассовому методу. В отчетном периоде реализовано продукции на сумму 38000 руб. (в т.ч. НДС). Затраты без учета НДС, связанные с реализацией продукции, составили 10000 руб. Рассчитайте налог на прибыль, если в регионе ставка налога на прибыль, зачисляемая в региональный бюджет, составляет $13,5\%$.

Практическое занятие № 5 Расчеты по налогам

Юридические лица, а также индивидуальные предприниматели, начинающие свою профессиональную коммерческую деятельность, могут выбрать один из двух вариантов системы налогообложения: общую либо упрощенную.

Упрощенная система налогообложения (УСН) – это один из налоговых режимов, который подразумевает особый порядок уплаты налогов и ориентирован на представителей малого и среднего бизнеса.

Для применения УСН необходимо выполнение определенных условий:
Сотрудников менее 100 человек

Доход менее 150 млн.руб.

Остаточная стоимость менее 150 млн. руб.

Отдельные условия для организаций:

- Доля участия в ней других организаций не может превышать 25%
- Запрет применения УСН для организаций, у которых есть филиалы
- Организация имеет право перейти на УСН, если по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает уведомление о переходе, ее доходы не превысили 112,5 млн. рублей (ст. 346.12 НК РФ)

В связи с применением УСН, налогоплательщики освобождаются от уплаты налогов, уплачиваемых в связи с применением общей системой налогообложения:

- уплачиваемого с доходов по дивидендам и отдельным видам долговых обязательств;
- налога на имущество организаций, однако, с 1 января 2015 г. для организаций, применяющих УСН, устанавливается обязанность уплачивать налог на имущество в отношении объектов недвижимости, налоговая база по которым определяется как их кадастровая стоимость (п. 2 ст. 346.11 НК РФ, п. 1 ст. 2, ч. 4 ст. 7 Федерального закона от 02.04.2014 № 52-ФЗ);
- налога на добавленную стоимость.

Теоретические вопросы:

1. Охарактеризовать особенности налогообложения ИП и малых предприятий.
2. Привести примеры основных вариантов УСН и дать им характеристику.

Практические задания

Пример 1. Фирма перешла на упрощенную систему налогообложения с 1 января 2004 г. В первый же год работы был получен убыток в сумме 13 000 руб. Фирма уплатила минимальный налог с доходов в сумме 500 руб. Общая сумма убытков по итогам 2004 г. составила 13 500 руб. (13 000 + 500).

В 2005 г. доходы фирмы составили 40 000 руб., а расходы - 35 000 руб. Налоговая база равна:

$40\,000 \text{ руб.} - 35\,000 \text{ руб.} = 5\,000 \text{ руб.}$

Фирма имеет право уменьшить налоговую базу не более чем на 30%:

$5\,000 \text{ руб.} \times 30\% = 1\,500 \text{ руб.}$

Часть убытка в сумме 1500 руб. принимается в уменьшение налоговой базы:

5000 руб. - 1500 руб. = 3500 руб.

Единый налог исчисляется в сумме 525 руб. (3500 руб. x 15%).

Минимальный налог равен 400 руб. (40 000 руб. x 1%). Следовательно, фирма уплачивает единый налог в сумме 525 руб., рассчитанный в обычном порядке.

Оставшаяся часть убытка - 12 000 руб. (13 500 - 1500) - переносится на следующие налоговые периоды.

Как правило, фирмам выгодно платить единый налог. Он заменяет основные платежи в бюджет (ЕСН, налог на прибыль, НДС). Но особенно большая экономия на налогах получается, если у вашей фирмы большая прибыль, то есть при высоком уровне рентабельности.

С нее приходится платить налог на прибыль. Он рассчитывается по ставке 20%. Если же платить единый налог с разницы между доходами и расходами, то его ставка равна всего 15%.

Кроме того, вам не придется платить еще и ЕСН, НДС и налог на имущество. А если вы выберете уплату единого налога с доходов, то его сумму вы сможете уменьшить на сумму уплаченных взносов на обязательное пенсионное страхование (но не более чем наполовину).

Пример 2 Фирма торгует в розницу.

В 2008 г. доход фирмы составил 1 770 000 руб. (в том числе НДС - 270 000 руб.).

Покупная стоимость товаров - 944 000 руб. (в том числе НДС - 144 000 руб.). В 2008 г. сотрудникам фирмы выплачена зарплата 200 000 руб.

Рассмотрим, что выгоднее: платить все налоги или работать по упрощенной системе.

Если фирма платит все налоги, то нужно заплатить:

ЕСН и взносы в Пенсионный фонд;

НДС;

налог на прибыль.

ЕСН и взносы в Пенсионный фонд равны:

200 000 руб. x 26% = 52 000 руб.

Фирма может уменьшить НДС к уплате на сумму налога, которая перечислена поставщикам за товары (144 000 руб.). В результате в бюджет надо заплатить:

270 000 руб. - 144 000 руб. = 126 000 руб.

Прибыль фирмы составит:

(1 770 000 руб. - 270 000 руб.) - (944 000 руб. - 144 000 руб.) - 200 000 руб. - 52 000 руб. = 448 000 руб.

Рассчитаем налог на прибыль:

448 000 руб. x 20% = 89 600 руб.

Всего фирма заплатит в бюджет:

52 000 руб. + 126 000 руб. + 89 600 руб. = 267 600 руб.

Если фирма работает по упрощенной системе, то она может платить единый налог с доходов или с разницы между доходами и расходами.

Если фирма платит единый налог с доходов, сумма единого налога составит:

1 770 000 руб. x 6% = 106 200 руб.

Кроме того, с заработной платы сотрудников нужно заплатить взносы в Пенсионный фонд:

200 000 руб. x 14% = 28 000 руб.

Сумму единого налога можно уменьшить на сумму страховых взносов, уплаченных в Пенсионный фонд (но не более чем наполовину).

106 200 руб. : 2 = 53 100 руб. Это больше, чем 28 000 руб.

Сумма единого налога к уплате составит:

106 200 руб. - 28 000 руб. = 78 200 руб.

Всего фирма заплатит:

78 200 руб. + 28 000 руб. = 106 200 руб.

Если фирма платит единый налог с разницы между доходами и расходами, сумма единого налога составит:

$(1\,770\,000 \text{ руб.} - 944\,000 \text{ руб.} - 200\,000 \text{ руб.} - 28\,000 \text{ руб.}) \times 15\% = 89\,700 \text{ руб.}$

Всего фирма заплатит:

$89\,700 \text{ руб.} + 28\,000 \text{ руб.} = 117\,700 \text{ руб.}$

Как видим, фирме выгоднее применять упрощенную систему. Причем единый налог лучше рассчитать с разницы между доходами и расходами. В этом случае фирма экономит:

$285\,520 \text{ руб.} - 106\,200 \text{ руб.} = 179\,320 \text{ руб.}$

Если принимать единый налог с доходов по 6%, то экономия составит 179 320 рублей.

Если же принимать доходы минус расходы, то экономия составит $267\,600 - 106\,200 = 161\,400$ рублей.

Задание 1. Организация переведена на упрощенную систему налогообложения, объектом налогообложения признаны доходы, уменьшенные на сумму расходов. По итогам текущего года получен доход 350 000 руб., расходы составили 340 000 руб.

Рассчитайте сумму единого налога, подлежащего уплате.

Задание 2. Организация применяет УСНО с 1 января текущего года. В качестве объекта налогообложения выбран доход. Сумм доходов за 1 кв. составила 1 200 000 руб. За этот период организация перечислила в ПФ 20 000 руб., а также выплатила пособие по временной нетрудоспособности 10 600 руб.

Рассчитайте сумму налога, подлежащего уплате.

Задание 3. Организация применяет упрощенную систему налогообложения. Объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов. За налоговый период доходы от реализации товаров, работ, услуг составили 12 350 000 руб., расходы – 11 850 000 руб. Безвозмездно получено оборудование стоимостью 105 000 руб. Кроме этого приобретены и оплачены три станка по цене 40 000 руб. каждый, из них 2 введены в эксплуатацию (на сумму 80 000 руб.). Срок полезного использования станков – 3 г. Убыток по итогам деятельности за предыдущий налоговый период – 65 000 руб.

Рассчитайте сумму налога, подлежащую уплате в бюджет.

Задание 4. Организация переведена на упрощенную систему налогообложения, объектом налогообложения признаны доходы, уменьшенные на сумму расходов. По итогам налогового периода налогоплательщик получил доходы в сумме 7 450 000 руб. Расходы составили 6 650 000 руб., в том числе на оплату работы в праздничные дни – 10 000 руб., премии к дню профессионального праздника – 35 000 руб. Сумма убытка прошлых лет составила 45 000 руб.

Рассчитайте сумму налога, подлежащую уплате в бюджет.

Задание 5. Организация переведена на упрощенную систему налогообложения, объектом налогообложения признаны доходы. По итогам отчетного периода получены доходы в сумме 780 000 руб., расходы составили 550 000 руб. Кроме того, организации оказана финансовая помощь на развитие производства в размере 340 000 руб. Сумма страховых взносов на обязательное пенсионное страхование начислена в размере 30 000 руб., уплачена в размере 25 000 руб.

Рассчитайте сумму налога, подлежащую уплате в бюджет.

Практическое занятие № 6 Имущественные, финансово- кредитные ресурсы для малого предпринимательства

Одной из важнейших проблем при предпринимательства является его финансирование, которое должно обеспечить:

- реализацию проекта в проектируемом объеме;
- оптимальную структуру инвестиций и требуемых платежей (налогов, процентных выплат по кредиту);
- снижение риска проектов;
- необходимое соотношение между привлеченными и собственными средствами.

Система финансирования включает:

Источники финансирования проекта.

Формы финансирования.

Источники

Источники финансирования проектов можно классифицировать по следующим критериям:

по отношениям собственности;

по видам собственности.

По отношениям собственности источники финансирования делятся на:

собственные;

привлеченные.

К собственным источникам относятся:

прибыль;

амортизационные отчисления;

страховые суммы в виде возмещения потерь от аварий, стихийных бедствий и др.;

денежные накопления и сбережения граждан и юридических лиц, переданные на безвозвратной основе (благотворительные взносы, пожертвования и т.п.).

К привлеченным источникам:

средства, получаемые от продажи акций, паевые и иные взносы членов трудовых коллективов, граждан, юридических лиц;

заемные финансовые средства инвесторов (банковские и бюджетные кредиты, облигационные займы и другие средства);

денежные средства, централизуемые объединениями (союзами) предприятий в установленном порядке;

инвестиционные ассигнования из бюджетов всех уровней и внебюджетных фондов; иностранные инвестиции.

По видам собственности источники финансирования делятся на:

1) государственные инвестиционные ресурсы:

бюджетные средства;

средства внебюджетных фондов;

привлеченные (государственные займы, международные кредиты).

2) частные инвестиционные ресурсы коммерческих и некоммерческих организаций, общественных объединений, физических лиц);

3) инвестиционные ресурсы иностранных инвесторов.

Теоретические вопросы:

1. Привести варианты инвестирования проекта.
2. Дать характеристику основных вариантов инвестирования.
3. Выявит преимущества и недостатки банковского кредитования.

Практическое задание

Задание 1. Выявить наиболее подходящие формы инвестирования в зависимости от вида предпринимательства и его специфики.

1. Финансирование – один из важнейших аспектов вашего бизнес плана, благодаря которому ваш проект будет обеспечен не обходимыми ресурсами для воплощения его в жизнь.

2. Поиск инвесторов и выбор способа обеспечения финансирования проекта является важнейшим этапом всей вашей подготовительной работы над проектом.

3. Составляя смету затрат и отчет о движении денежных средств, получаем четкое представление о сроках и количестве финансов требующихся для его реализации.

4. Возможны два способа финансирования проекта: это самофинансирование (внутреннее) и внешнее.

- Внутреннее финансирование осуществляется за счет самого предприятия, которое планирует осуществить инвестиционный проект. Предполагается использовать собственные средства, а так же поток средств, который формируется в процессе деятельности предприятия.

- Самофинансирование, как правило, применяется только для небольших проектов, а для более крупных привлекают сторонних инвесторов либо совмещают, частично используя оба ресурса.

- Внешнее финансирование подразумевает опираться на всевозможные посторонние источники средств. Финансовые институты, государство, нефинансовые компании, иностранные инвесторы и учредителей компании могут выступать в роли внешнего инвестора.

5. Финансирование с помощью акционеров и авансированные платежи
Акционирование подразумевает под собой не только покупку акций, но и возможность передачи земли, оборудования, технологий и зданий в ваше распоряжение. Авансовые платежи в виде заинтересованных лиц в осуществлении проекта и готовых вложить свои средства с целью являться потребителями товаров и услуг, а не их собственниками. Таким партнерам предоставляют льготное обслуживание, взамен на материальную помощь либо консалтинговых услуг.

6. Кредитование в плане финансирования

Довольно распространенный способ финансирования бизнес плана. Обеспечивающими кредиторами могут выступать как банки и организации, так и частные лица. Банковский кредит обладает способностью учитывать особенности заемщика. Возможность изменения сроков и условий ссуды к более выгодным обстоятельствам заемщика важное преимущество по сравнению с рынком ценных бумаг и их стандартными сроками. Основные разделения банковских кредитов наблюдаются по: обеспечению, назначению, срокам, виду процентных ставок и способы погашения.

7. По обеспечению кредиты разделяют на обеспеченные и необеспеченные. Последние не имеют обеспечения либо предоставляемый залог не отвечает требованиям. Обеспеченные ссуды подтверждаются залогом, который отвечает определенным требованиям. В которые входят проценты, всевозможные издержки, суммы компенсации банку по договору и стоимость залога. Сроки на оформление необходимых документов не более 150 суток с момента залоговых прав.

8. По назначению в кредитовании наблюдаются следующие группы: ипотечные, предоставляются физическим лицам и организациям под залог недвижимости для строительства, приобретения либо реконструкции жилья. промышленные: предназначены для закупки производственных и материальных ресурсов на начальном этапе развития компании. потребительские: доступны физическим лицам для удовлетворения потребностей в ремонте недвижимости, бытовых нужд и приобретение жилплощади. сельскохозяйственные: для организаций занимающихся сельскохозяйственным видом

деятельности. Эти, в свою очередь, делятся по срокам разделяют онкольные (до востребования) и срочные. По виду процентной ставки различают кредиты с фиксированной и плавающей процентной ставкой. Первая предполагает собой определенную ставку без изменения ее величины. Вторая имеет переменную величину. По способу погашения разделяют на единовременно погашаемые и в рассрочку.

9. Лизинг Аренда имущества, оборудования либо транспорта в долгосрочной перспективе. Различают два основных вида лизинговых услуг: краткосрочный и капитальный. Данный вид финансирования наиболее предпочтителен непосредственно перед покупкой в связи с тем, что не требует большого количества финансов для старта проекта. Что невозможно купить сразу, вполне реально арендовать. Финансовый лизинг уместен, когда имеет смысл подвергнуть серьезным изменениям производство, внесение нано технологий, замена оборудования обзавестись транспортными средствами. Срок службы оборудования напрямую зависит на заключение сделки, если контракт разорван ранее оговоренной даты, арендодатель получает полное право на возмещение ущерба. Главное отличие лизинга щадящие условия соглашения, потому как дает возможность не изымать средства из оборота фирмы. Процедура оформления документов требует минимального пакета, что существенно экономит время. Государственное финансирование бизнес плана Возможность получения льготного инвестирования за бюджетный счет. Изучите программы бизнес поддержки в вашем городе, и при условии правильного составления заявки плюс выполнение необходимых условий, участие в конкурсе вам обеспечено. Государство проводит мероприятия, по поддержки предпринимателей выступая финансовым инвестором. Главным инструментом, которого являются региональные, федеральные, муниципальные и отраслевые программы поддержки и развития предпринимательства. Меры реализации по развитию бизнеса исполняет Федеральный фонд, который осуществляет поддержку федеральных и региональных программ. Финансовые возможности фонда формируются за счет поступлений средств из госбюджета.

10. Подведем итоги

Практическое занятие № 7. Маркетинг в предпринимательской деятельности

Маркетинговое исследование - основа маркетинга предпринимателя - это систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений, относящихся к конкретной рыночной ситуации, с которой пришлось столкнуться предприятию.

Маркетинговое исследование также можно определить как систематический сбор, учет и анализ данных по маркетингу и маркетинговым проблемам в целях совершенствования качества процедур принятия решений и контроля в маркетинговой среде.

Цели маркетинговых исследований:

Поисковые цели — сбор информации для предварительной оценки проблемы и её структурирования;

Описательные цели — описание выбранных явлений, объектов исследования и факторов, оказывающих воздействие на их состояние;

Каузальные цели — проверка гипотезы о наличии некоторой причинно-следственной связи;

Тестовые цели — отбор перспективных вариантов или оценка правильности принятых решений;

Прогнозные цели — предсказание состояния объекта в будущем.

Принципиальной особенностью маркетингового исследования, отличающей его от сбора и анализа, внутренней и внешней текущей информации является его целевая направленность на решение определенной проблемы или комплекса проблем маркетинга.

Каждая фирма самостоятельно определяет тематику и объем маркетинговых исследований исходя из имеющихся у неё возможностей и потребностей в маркетинговой информации, поэтому виды маркетинговых исследований, проводимых различными фирмами, могут быть разными.

Основные понятия и направления, опыт проведения маркетинговых исследований

Ранее особо подчеркивалось, что исследование маркетинга — это научный анализ всех факторов, влияющих на маркетинг товаров и услуг. Отсюда следует, что область приложения этой функции практически не ограничена, а потому мы будем рассматривать лишь те виды исследований, которые наиболее часто встречаются на практике.

По существу, цель исследования маркетинга состоит в том, чтобы получить ответы на пять основных вопросов: кто? что? когда? где? и как? Связанный с ними вопрос: почему? — расширяет исследование до соприкосновения с областью социальной психологии и иногда выделяется в самостоятельную сферу, известную как мотивационный анализ (motivation research), т. е. изучение мотивов поведения покупателей. (К сожалению этот термин приобрел определенный нежелательный оттенок из-за сомнительной деятельности некоторых психологов.) На практике исследование маркетинга сводится к исследованиям, направленным на решение ограниченного числа периодически повторяющихся задач.

Теоретические вопросы:

1. Охарактеризовать методы оценки предпочтений.
2. Привести примеры приемы выявления предпочтений.
3. Пояснить термин «функциональное качество».
4. Выявить основные задачи маркетингового исследования рынка.

Практические задания

Задание 1. Провести анализ влияния потребителей по сегментам и группам.

Потребитель (по сегментам)	Степень влияния		
	слабая	средняя	сильная

Задание 2. Выявить ключевые потребности и предложить мероприятия по их удовлетворению (мозговой штурм/имитационные технологии применения фокус-групп).

Задание 3. Построить информационную карту процесса маркетинговых исследований.

Практическое занятие № 8. Управление персоналом

В основе управления персоналом лежит мотивация, как наиболее важная функция в менеджменте человеческих ресурсов. Под системой мотивации понимают ряд материальных и нематериальных стимулов, а также мотивационных воздействий, используемых фирмой для поддержания лояльности своих сотрудников и выполнения ими более качественной работы.

Для компании очень важно сформировать систему мотиваций, причем сделать это не так уж и трудно. Для этого необходимо не только создать условия, при которых у сотрудников появится возможность (а главное, желание) достигать собственных целей, работая на благо самой организации, но и сделать так, чтобы цели стали совместными.

Моделирование системы мотивации является одним из важных методов изучения реальной действительности и поведения объектов системы мотивации (сотрудников) в тех условиях, в которых этим объектам предстоит функционировать. По влиянию модели системы мотивации на сотрудников можно исследовать поведение того или иного экономического объекта (компании-конкурента) при изменяющихся показателях его функционирования и определить наилучшее сочетание факторов.

Не следует забывать, что в процессе моделирования решающим фактором экономической целесообразности моделирования служит то, что при построении конкретной модели системы мотивации уже предполагается исполнение конкретного определенного метода решения, позволяющего целенаправленным образом получить оптимальный результат моделируемой системы. Другими словами, с помощью изучения системы мотивации конкурентов и моделирования собственной системы предполагается построение такой модели системы мотивации, с помощью которой можно будет решить ряд задач, направленных на повышение заинтересованности сотрудников оставаться в организации.

Теоретические вопросы:

1. Охарактеризовать понятие и содержание мотивации.
2. Пояснить основные теории мотивации
3. Раскрыть принципы мотивации.
4. Охарактеризовать материальные и нематериальные мотиваторы.
5. Раскрыть основные подходы к оценке мотивации.

Практические задания

Задание 1. Провести оценку мотивации в техникуме.

Анализ мотивационных моделей поведения персонала позволяет определить ее общие основы и специфические особенности.

Учитывая все надбавки, выплаты, материальную помощь, коэффициенты и премии материальная мотивация составляет порядка ___ в месяц от оклада.

На оклады персонала _____ влияет

Также следует учитывать поощрения, ответственности и наказания персонала.

Поощрения (нематериальная мотивация):

- ...
-
- ...
- ...

Взыскания:

- ...
- ...
- ...
- ...

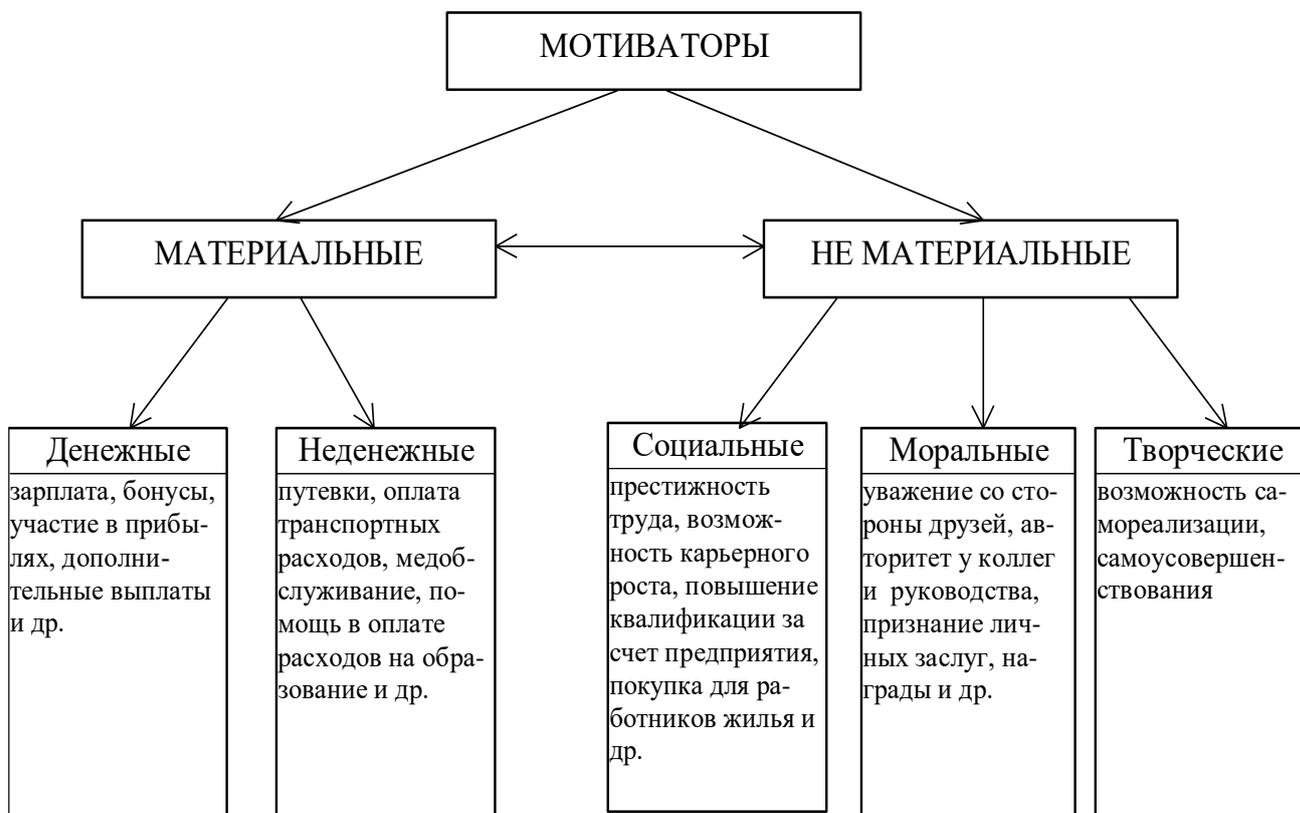


Рис.1. Структура мотиваторов персонала

Выводы

Для оценки системы мотивации труда в данной работе выбраны четыре показателя наиболее отвечающие предмету исследования, которые приведенные в таблице А.

Таблица А–Мотивация персонала школы

Группа показателей «Мотивация»	Расчет	Значение
1. Отношение средней зарплаты к прожиточному минимуму	$Z/\text{плата за период} / \text{Прожиточный минимум}$	
2. Задолженность по зарплате на одного работника на конец периода	$\text{Задолженность по зарплате на конец периода} / \text{Среднесписочная численность работников}$	
3. Погашаемость задолженности по социальному	$\text{Доля задолженности по социальному страхованию, которую предприятие может погасить из фондов}$	

страхованию		
4.Поощряемость работников	Месячный фонд поощрения / Среднесписочная численность работников	

Анализируя полученные данные можно сделать следующие выводы:

Таблица В–Использование мотивации в

.....

Показатель	Значение
самотивация	
принуждение	
делегирование полномочий	
сетевые коммуникации	
ясная карьера	
материальные мотиваторы	
Легенда: - неразвиты или отсутствуют; -.+ слаборазвиты; + распространены	

Задание 2. Провести оценку мотивации по организации, в которой проходили практику.

Практическое занятие № 9. Система мотивации

Анализируются возможности формирования оптимально сбалансированной системы мотивации в организации, что предполагает разработку определенной методики, которая приводится в предлагаемой статье.

В современных организациях внутрифирменная система мотивации работников направляется на поощрение производительности, качества труда, признание творчества, исполнительности и инициативы - всех тех качеств, которые способствуют эффективной деятельности и приводят к достижению стратегических целей организации. И вместе с тем она способствует созданию условий для развития потенциала каждого сотрудника. Система мотивации как инструмент управления трудом должна заинтересовывать работников организации в повышении качества обслуживания потребителей, побуждать специалистов к развитию и росту их профессионализма. Поэтому проектирование правильной и эффективной системы мотивации работников, соответствующей современным условиям функционирования бизнеса, - одна из основных задач руководства.

Особую актуальность эта функция приобретает на современном этапе развития экономики России, когда появление новых предприятий и функционирование уже существующих зачастую сопровождаются отсутствием традиций и технологий разработки или совершенствования системы мотивации персонала, адекватной и адаптированной к рыночным отношениям. Оптимально сбалансированная система мотивации сможет привести как к высокой результативности трудовой деятельности, так и к повышению темпов развития организации. Чтобы система мотивации как механизм управления поведением персонала была эффективной, она должна разрабатываться при соблюдении основополагающих принципов, отвечать основным целям мотивации, а также учитывать влияние определенных факторов.

Теоретические вопросы:

1. Охарактеризовать современные подходы к мотивации.
2. Выявить ключевые элементы системы мотивации
3. Привести примеры мотиваторов и их примененич.

Практическое задание

Задание 1.

Провести проектирование элементов мотивации в техникуме по проведенному анализу: усовершенствовать и устранить недостатки.

Задание 2. Провести проектирование мотивации по организации, в которой проходили практику.

Практическое занятие № 10. Структура бизнес-плана. Технология разработки бизнес-плана

Бизнес-план является признанной в практике рыночных стран формой обоснования успеха деятельности предприятия (его стратегии развития) в долгосрочном, среднесрочном и краткосрочном периоде. Он служит составной частью системы планирования на предприятии.

Применительно к инвестиционному проекту бизнес-план содержит результаты технико-экономического обоснования его осуществимости и эффективности в конкретных (прогнозируемых) условиях реализации.

Ключевыми элементами разработки бизнес-плана являются: определение предпринимательского проекта (инвестиционного замысла осуществления конкретного бизнеса, направления работ, создания и внедрения в производство нового продукта или другой новации), который принесет успех инвестору в прогнозируемых условиях изменения внешней среды; проведение технико-экономических исследований, достаточных для обоснования принимаемых финансовых, коммерческих технических и организационных решений по его осуществлению; оценка и обоснование основных характеристик проекта, затрат и выгод при его осуществлении, а также оценка основных факторов неопределенности и рисков по проекту, его устойчивости к этим факторам и безубыточности.

Определение конкретного проекта (его вариантов) отражает стратегическую направленность инвестиций на получение выгоды при удовлетворения конкретной потребности рынка за счет формирования необходимых конкурентных преимуществ товаров (услуг) при ее удовлетворении. При определении целей проекта (предприятия, осуществляющего проект) и альтернативных вариантов их достижения используются технологии и методы стратегического анализа предприятия и его среды, инструменты маркетинговых исследований и формирования маркетинговых программ по продуктам и производству, а также другие известные технологии стратегического планирования. Отличительной характеристикой бизнес-планирования является обязательность технико-экономического обоснования всех принимаемых инвестиционных решений при оценке конкретных стратегий, используя технологии и средства управления проектами.

Теоретические вопросы:

1. Привести определение и охарактеризовать задачи бизнес - планирования.
2. Раскрыть структуру и содержание основных элементов бизнес-плана.

Практическое задание

Пояснения и рекомендации по составлению Резюме бизнес-плана

Этот раздел должен привлечь интерес того, кому будет адресован бизнес-план. Именно из этого раздела потенциальные инвесторы получают своё первое впечатление, которое часто имеет решающее значение для судьбы проекта в целом. Бизнес-план предназначен для потенциальных инвесторов, через руки которых, как правило, проходит не один бизнес-план. Они хотят выяснить, в чем суть вашего проекта и его потенциальная эффективность, сколько денежных средств вам необходимо и источники финансирования. Заинтересуйте их.

В этом разделе в нескольких пунктах в сжатой форме излагается весь бизнес-план, раскрывая сущность и цель Вашего предприятия. Основой для написания этого раздела служит информация, содержащаяся во всех разделах разработанного бизнес-плана. Рекомендуемая структура резюме.

- Краткое описание проекта, его цели и задачи,
- Ресурсное обеспечение,
- Механизм реализации,
- Уникальность или конкурентоспособность продукции или услуги,
- Объем требуемого внешнего финансирования,
- Прогноз объема продаж и прибылей,
- Возврат займов инвесторам.

Основное требование к резюме - простота и лаконичность изложения, минимум специальных терминов.

Объем не должен превышать 1-2 машинописных страниц.

Пояснения и рекомендации по составлению раздела "Сведения о предприятии и отрасли"

Назначение раздела - показать и доказать реальность Вашего предпринимательского начинания путем описания формы практических действий с учетом реальной ситуации в выбранной Вами сфере бизнеса. В этом разделе должны четко и кратко объяснить два основных момента:

- Что представляет собой предприятие как средство получения прибыли;
- На чем будет базироваться его успешная деятельность.

Примерная структура раздела.

- Чем предприятие занимается (будет дополнительно заниматься), что представляет собой продукт (услуга), кто является клиентами.
- Описание ситуации в Вашей сфере бизнеса (как Ваше предприятие вписывается в выбранную сферу бизнеса, положение дел в этой сфере, оценка перспектив развития).
- Организационно-правовая форма предприятия, организационная структура, учредители, персонал и партнеры, дата создания.
- Финансово-экономические показатели деятельности предприятия.
- Месторасположение предприятия (кратко описать: адрес предприятия, характеристика здания или помещения, собственность или аренда, необходимость реконструкции, чем хорошо место для Вашего бизнеса).
- Специфика работы (сезонность, время работы (часы и дни недели), и другие особенности, связанные со сферой бизнеса или используемыми ресурсами).

Если предприятие только создается, то этот раздел должен дополнительно содержать обоснование успеха создаваемого предприятия и Ваш опыт в данной сфере бизнеса. В частности, желательны ссылки на договора или предварительные договоренности с поставщиками или потребителями.

Если проект реализуется в рамках индивидуальной предпринимательской деятельности, то приводится описание бизнеса, которым Вы занимаетесь. Раздел должен убедить инвестора в надежности и перспективности фирмы, предлагающей проект.

Пояснения и рекомендации по составлению раздела "Описание продукции (услуги)"

Любой предпринимательский проект базируется на той продукции (услуге), которая будет предложена потребителю (покупателю) и принесет прибыль предпринимателю. Основой основ предпринимательской деятельности является знание того, что получит покупатель за свои деньги - потребительские характеристики продукции (услуги) и их преимущества перед конкурентами.

Необходимо наглядное и убедительное представление товара или изделий (услуг), произведенных с помощью вашей технологии. Лучше всего, если это будет натуральный образец, его фотография, рисунок или его описание, раскрытие идеи, замысла. В бизнес-плане дается описание по каждой продукции (услуге) отдельно.

Примерная структура раздела.

- Наименование продукции (услуги)
- Назначение и область применения

- Краткое описание и основные характеристики
- Конкурентоспособность продукции (услуги), по каким параметрам превосходит конкурентов, по каким уступает им. Возможно использование таблицы 3.1
- Патентоспособность и авторские права
- Наличие или необходимость лицензирования выпуска продукции
- Степень готовности
- Наличие сертификата качества продукции
- Безопасность и экологичность
- Условия поставки и упаковка
- Гарантии и сервис
- Эксплуатация
- Утилизация после окончания эксплуатации

Пояснения и рекомендации по составлению раздела " Маркетинг и сбыт продукции (услуги)"

Информация раздела призвана убедить инвестора в существовании рынка сбыта для вашей продукции (услуги) и в вашей способности ее продавать. Потребители (покупатели) характеризуются местом в цепочке реализации: оптовые покупатели, розничные продавцы, конечные потребители. Также различаются потребители(покупатели): предприятия (характеризуются отраслью, месторасположением), население (характеризуется возрастом, полом и др.). Среди потребительских характеристик товара выделяются такие, как внешний вид (привлекательность), назначение, цена, прочность (срок службы), безопасность пользования.

Примерная структура раздела:

- Описание требований потребителей к продукции (услуге) и Ваших возможностей удовлетворить их.
- Описание конкуренции. Определите Ваших конкурентов и проанализируйте их сильные и слабые стороны. Проанализируйте свои возможности.
- Описание рынка сбыта продукции (услуги).
- Описание поставки товара от места производства к месту продажи или потребления. Полное описание включает в себя: упаковку, складирование в месте производства, комплектование для отправки, транспортировку к месту продажи, предпродажный сервис, собственно продажу. Описание канала сбыта продукции (услуги). Продажа может быть осуществлена через следующие каналы сбыта: магазин розничной торговли, мелкооптовые базы или магазины, разъездную службу (агенты, коммивояжеры) и др.
- Стратегия привлечения потребителей, исходя из Ваших возможностей. (Возможные варианты: рекламные кампании, бесплатное предоставление образцов, участие в выставках и др.). Цена и объем сбыта Вашей продукции. Именно цена продажи продукта (услуги) определяет, в конечном счете, величину прибыли, доходность проекта. Необходимо обеспечить увязку параметров "цена - качество - рентабельность".

Пояснения и рекомендации по составлению раздела «Производственный план»

Информация раздела призвана убедить инвестора в реальности изготовления продукции (предоставления услуги) с характеристиками и объемами, описанными в предыдущих разделах.

В этом разделе также приводятся: общие сведения о предприятии, расчет производственных издержек на планируемый объем сбыта, прямые (переменные) и общие (постоянные) затраты на производство продукции, калькуляция себестоимости продукции, смета текущих затрат на производство.

Примерная структура раздела:

Общие сведения о предприятии

- Описание месторасположения предприятия. Во многих случаях месторасположение является определяющим для успеха проекта. С учетом специфики бизнеса укажите наличие необходимых транспортных связей, инженерных сетей (электроэнергия, вода, тепло, канализация связь и др.), ресурсов, а также близость к рынку сбыта.

- Используемая технология и уровень квалификации исполнителей.

- Потребность в площадях.

- Кадровое обеспечение. В любом деле, а особенно в бизнесе, справедлив принцип "кадры решают все". Как правило, деньги даются не столько под проект, сколько под команду. Поэтому желательно, чтобы ключевые фигуры были определены персонально.

- Удовлетворение требований по обеспечению экологичности производства для окружающей среды и безопасности работающих. Непроработанность в проекте этих вопросов может вызвать расходы на штрафы или привести к закрытию производства.

Объем производства

Расходы на персонал

Расходы на персонал включают в себя:

- затраты на персонал управления (директор, главный инженер, начальник производства, бухгалтера, плановики и т.д.),

- затраты на производственный персонал (конструкторы, технологи, ремонтные рабочие и т.д.),

- затраты на прочих сотрудников (сбытовики, кладовщики, охрана).

Расходы на сырье, материалы и комплектующие изделия

Расчет выполняется по каждому виду продукции или услуги.

Смета текущих затрат

В данном подразделе приводятся текущие затраты на производство продукции (услуги).

Затраты на производство или, другими словами, издержки производства классифицируются на прямые (переменные, т.е. пропорционально зависящие от изменения объемов производства) и общие (постоянные не зависящие от изменений объемов производства).

Расчет переменных издержек

К переменным издержкам относятся:

- Затраты на сырье и материалы, комплектующие изделия

- Затраты на производственный персонал

- Затраты на топливо, электроэнергию (в некоторых случаях).

Расчет постоянных издержек

К постоянным издержкам относятся:

- Затраты на производство (аренда, ремонт и обслуживание оборудования, топливо и энергия на производственные нужды и т.п.)

- Торговые издержки (реклама, мероприятия по продвижению продукции, ее сбыт, реализацию и т.п.).

- Административные издержки (заработная плата административного персонала, коммунальные услуги, услуги связи, командировочные расходы и т.п.)

Пояснение и рекомендации по составлению раздела "Организационный план"

В этом разделе указываются законодательные, нормативные и другие документы, имеющие правовую силу и отношение к данному проекту, а также график реализации проекта.

Пояснение и рекомендации по составлению раздела "Финансовый план"

В этом разделе приводятся расчеты налоговых платежей, расписываются затраты на приобретение оборудования, на строительные-монтажные работы и другие, связанные с подготовительным периодом. Приводится схема возврата кредитных финансовых средств по прямому кредитованию или по лизинговой сделке. Выполняются расчеты по планируемой прибыли и денежным потокам, указываются источники финансирования

проекта.

Примерная структура раздела:

Расчет налоговых платежей

Затраты подготовительного периода

Затраты, связанные с обслуживанием кредита (лизинга).

Другие поступления и выплаты

Отчет о прибылях и убытках

Поток реальных денег

Пояснение и рекомендации по составлению раздела "Риски и гарантии"

Формы гарантий партнерам и инвесторам могут быть предложены самые разнообразные. Среди них можно выделить: гарантии федеральных, региональных или местных органов власти; страхование; залог активов (недвижимость, ценные бумаги и т.д.); банковские гарантии; передача прав; товарные гарантии (готовой продукцией).

Практическое занятие № 14 «Разработка раздела «Социально-экономическое значение проекта для района»

В разделе указывается воздействие результатов реализации проекта на социально-экономическое положение района (города), а также желательные формы поддержки местной администрацией данного проекта. Социально-экономическое значение проекта, в частности, включает в себя:

- создание новых рабочих мест;
- предоставление населению новых товаров и услуг;
- расширение налогооблагаемой базы местного бюджета;
- решение экологических проблем;
- развитие конкурентной среды.

Пояснение и рекомендации по составлению приложений к бизнес-плану

Приложение является важной частью бизнес-плана, способствует разгрузке основного текста от подробностей и дает возможность предоставить потенциальным партнерам и инвесторам различные дополнительные материалы:

- подтверждающие и раскрывающие сведения о предприятии (копии регистрационного свидетельства, устава и учредительного договора предприятия, имеющиеся лицензии и сертификаты, почетные дипломы и свидетельства, копии материалов прессы о деятельности предприятия, отзывы заказчиков и партнеров по совместной деятельности и т.д.);
- характеризующие продукцию (фото, рисунок, чертеж, патент, отзывы, результаты испытаний и сертификации продукции, другие сведения);
- убеждающие в востребованности продукции (материалы маркетингового исследования, сравнительные данные о конкурентах, договора, протоколы о намерениях и заявки на поставку продукции);
- показывающие возможности производства (фотографию предприятия, его ведущих участков, оборудования, копии документов по сертификации производства и др.);
- раскрывающие организационно-правовую готовность проекта (схемы организационной структуры, механизма реализации проекта, выписки из нормативных документов и др.);
- обосновывающие финансово-экономические расчеты (калькуляции, таблицы, и т.д.);
- подтверждающие направленность, значимость (масштабность) и эффективность проекта (решения, программы, планы, акты, письма, отзывы и др.);
- подтверждающие реальность мер предупреждения риска, нейтрализации форс-мажорных обстоятельств и реальность гарантий возврата займа (гарантийные письма, договоры, состав и стоимость залога, выписка из законодательных и нормативных документов, другие материалы).