



Co-funded by the
Erasmus+ Programme of
the European Union

**Т.В. КОЗЛОВА, Н.Р. БАЛЫНСКАЯ,
Е.С. ЗАМБРЖИЦКАЯ**



ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

**по программе подготовки
«Лучший европейский опыт
предпринимательства среди молодежи
и возможность его реализации в России»**

Челябинск
2019

УДК 334.012.32(4):378(075)

ББК 65.290р.я73

К59

Рецензенты:

Доктор экономических наук,
академик Российской академии естественных наук
В.Н. Немцев

Генеральный директор ООО «Аверс-Аудит М»
Н.В. Брумер

Козлова, Т.В.

Дидактические материалы по программе подготовки «Лучший европейский опыт предпринимательства среди молодежи и возможность его реализации в России»: [учебное пособие] / Т.В. Козлова, Н.Р. Балынская, Е.С. Замбржицкая. – Челябинск: ООО «Полиграф-Мастер», 2019. – 108 с.

ISBN 978-59772-0391-3

Агентство СІР Челябинской ОУНБ

Учебное пособие создано в рамках реализации программы Жана Моне ПРОГРАММЫ ЭРАЗМУС+ (номер проекта 574467-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE) «Лучший европейский опыт предпринимательства среди молодежи и возможность его применения в России». В учебном пособии рассмотрены практические аспекты предпринимательства среди молодежи в странах ЕС и России.

Учебное пособие предназначено для обучающихся вузов, где в учебных планах предусмотрено изучение основ предпринимательской деятельности и бизнес-планирования, для слушателей программы, а также для начинающих предпринимателей и бизнесменов.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНАХ ЕС И РОССИИ	6
1.1 Понятие и виды государственной поддержки предпринимательства	6
1.2 Особенности государственной поддержки молодежного предпринимательства	12
1.3 Государственная поддержка молодежного предпринимательства в странах Европейского союза	16
1.4 Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России	25
ТЕСТ	31
Рекомендуемая литература по теме	33
2 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ	34
2.1 Понятия неопределенности и риска. Предпринимательские риски	34
2.2 Управление рисками	36
Кейс. Оценка предпринимательских рисков на стадии бизнес- планирования	41
Список рекомендуемой литературы	42
3 ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО	44
3.1 Понятие и сущность инновационного предпринимательства	44
3.2 Российский и европейский опыт становления и развития инновационного предпринимательства	46
Рекомендуемая литература по теме	49
4 КУЛЬТУРА И ЭТИКА В ЕВРОПЕЙСКОМ БИЗНЕСЕ	52
4.1 Понятие этики предпринимательской деятельности	52
Кейс. Этика в условиях конкуренции	54
4.2 Понятие культуры предпринимательской деятельности	55
Кейс. Анализ действий компаний с различных позиций	58
4.3 Анализ организационной культуры и этики зарубежных компаний	59

Кейс. Этические ситуации	64
Рекомендуемая литература по теме	65
5 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	66
5.1 Понятие и сущность бизнес-плана предпринимательской деятельности.....	66
5.2 Оценка коммерческой эффективности предпринимательской деятельности. Основы инвестиционного планирования и анализа .	71
5.3 Практикум: пример Бизнес-плана по организации производства пиломатериалов (создание предприятия по переработке древесины)	74
Рекомендуемая литература по теме	82
6 НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ ЕС И РОССИИ.....	84
6.1 Понятие малого бизнеса и его признаки	84
6.2 Особенности налогообложения малого бизнеса в странах Европейского союза.....	87
6.3 Особенности налогообложения малого бизнеса в России	89
ТЕСТ	105
Рекомендуемая литература по теме	106
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	107

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее учебное пособие содержит учебные материалы для изучения лучшего европейского опыта предпринимательства среди молодежи и возможность его применения в России. В учебном пособии рассмотрены вопросы государственной поддержки предпринимательства, в том числе молодежного как в странах Евросоюза, так и в России, предпринимательские риски, инновационное предпринимательство, его налогообложения в разных странах, а также вопросы культуры и этики предпринимательской деятельности.

Пособие издается в рамках реализации программы Жана Моне ПРОГРАММЫ ЭРАЗМУС+ (Jean Monnet Program ERASMUS +) «European best practices of youth entrepreneurship and possibility of their implementation in Russia» и предназначено в первую очередь для слушателей одноименной образовательной программы, а также для студентов, аспирантов и начинающих предпринимателей.

Учебное пособие будет полезно как для получения знаний в области организации предпринимательской деятельности, так и для практического их воплощения. Пособие содержит структурированный материал по актуальным вопросам предпринимательства и его налогообложения, отличается комплексным подходом и компилированной информацией об особенностях молодежного предпринимательства в странах Евросоюза и в России.

Для проверки полученных знаний и возможности практического их применения учебное пособие содержит тесты, кейсы и практикумы. Кроме того, пособие содержит списки рекомендуемой для изучения литературы, что позволит слушателям программы продолжить познавательную траекторию в данном направлении, получив дополнительные знания и углубить понимание вопросов, содержащихся в учебном пособии.

Авторы выражают благодарность Исполнительному агентству по образованию, культуре и аудиовизуальным средствам, Европейской комиссии по программе Erasmus + за предоставленную возможность публикации настоящего учебного пособия в рамках грантового соглашения на предоставление гранта в рамках реализации программы Жана Моне ПРОГРАММЫ ЭРАЗМУС+ (номер проекта 574467-EPP-1-2016-1-RU-EPPJMO-MODULE) «Лучший европейский опыт предпринимательства среди молодежи и возможность его применения в России».

1 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНАХ ЕС И РОССИИ

1.1 Понятие и виды государственной поддержки предпринимательства



Современная экономика базируется на трёх субъектах (рисунок 1.1): это общество (человечества), государства и бизнес. Каждый из субъектов экономики выполняет свою роль, способствующую качественной жизни общества. Для того чтобы определиться с ролью каждого субъекта необходимо понимать сущность экономики.

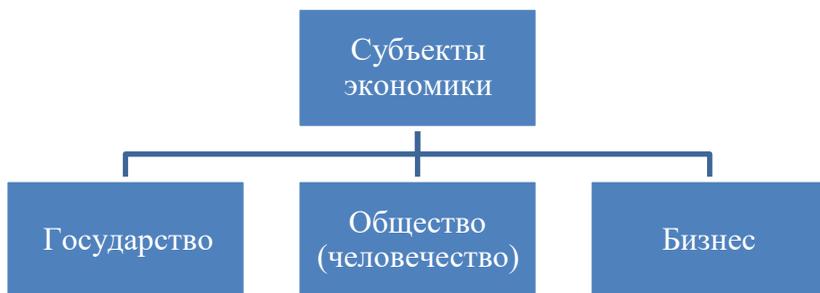


Рисунок 1.1 – Субъекты экономики

Итак, экономика – это хозяйственная деятельность общества, а также совокупность отношений между субъектами экономики по поводу производства и потребления благ в условиях ограниченных ресурсов. Под ресурсами мы понимаем природные ресурсы, в том числе энергетические, сырьевые, материальные ресурсы, трудовых ресурсов, финансовые ресурсы и другие. Экономика это уклад жизни общества, который позволяет обществу удовлетворять свои потребности.

Каждый субъект экономики играет свою роль в процессах по поводу производства и потребления благ. Так, основным субъектом экономики, конечно, является общество (человечество), поскольку общество имеет потребности, которые необходимо удовлетворить посредством производства и распределения благ. Общество, собственно, своими потребностями и породило понятие экономики, то есть, если бы у

каждого человека не было потребностей, то мы вообще никогда не говорили об экономике. Экономика базируется на том, что у людей есть потребности и их нужно удовлетворять, это потребности, обеспечивающие условия для жизни и потребности, обеспечивающие качество этой жизни. Потребности, обеспечивающие условия для жизни – это, в основном, биологические потребности: потребности в питании, защите от неблагоприятных условий среды (в одежде, в доме, тепле и т.д.). Потребности, обеспечивающие качество жизни – это потребности духовные, потребности в современных гаджетах и технике, облегчающей быть, информационный обмен и др., потребности в творчестве, потребности в самореализации.

В связи с наличием потребностей общества возникает необходимость создания благ, которые будут удовлетворять эти потребности. Второй субъект экономики – бизнес – создает блага для людей. Это и материальные блага, и духовные, и виртуальные. Бизнес представляют организации, предприниматели и те активные члены человеческого общества, которые производят любые блага.

Для того чтобы организовать взаимоотношения между людьми, взаимоотношения между людьми и бизнесом человечество создает для себя государство. И государство является тем субъектом экономики, который в основном занимается регулированием этой экономики, регулированием взаимоотношений по поводу производства и потребления благ в условиях ограниченных ресурсов.

Таким образом, у каждого субъекта экономики есть своя роль: общество (человечество) потребляет блага, бизнес производит блага, государство управляет этими процессами для того, чтобы они были эффективными и комфортными для общества и бизнеса.

Как регулятор экономики государства, конечно, стремится стимулировать какие-то элементы экономики к большему развитию, поскольку это необходимо для человечества. Одним из таких инструментов, которые позволяют государству стимулировать развитие экономики в нужных для человечества направлениях, является, так называемая, государственная поддержка. Государственная поддержка – это система мер финансового, экономического и управленческого воздействия, обеспечивающих эффективное функционирование любой отрасли экономики.

Одним из важнейших аспектов развития экономики является государственная поддержка предпринимательства вообще, потому что

именно предпринимательство образует то активное звено бизнеса, которое делает экономику прогрессивной, которое вносит в экономику новые приемы, способы технологии, способствующие обновлению экономики, как за счет создания новых благ, так и за счет совершенствования технологий создания уже имеющихся нужных человечеству благ.

Под предпринимательством мы понимаем деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг для удовлетворения потребностей общества. Предпринимательская деятельность обычно протекает в форме индивидуального предпринимательства, когда отдельный человек реализует свою предпринимательскую бизнес-идею, воплощая её в реальную жизнь.

Предпринимательство важно для экономики, для общества и государства в виду того, что оно не только приносит новшества в человеческую жизнь за счет создания новых благ и технологий, как говорилось выше, но предпринимательство образует тот слой общества, который является самозанятым и сам себя обеспечивает благами, не ожидая этих благ в виде помощи от государства.

Государственная поддержка предпринимательства часто отождествляется с государственной поддержкой малого бизнеса, поскольку малый бизнес в основном и представлен предпринимательством, также небольшими компаниями.

Государственная поддержка как специфический вид государственной деятельности реализуется в различных аспектах, в форме:

- государственного финансирования;*
- предоставления льгот – налоговых, валютных, таможенных;*
- предоставления в пользование государственного имущества, в том числе на льготных условиях;*
- предоставления льгот при осуществлении страховых и кредитных операций;*
- оказания информационной, организационной, кадровой и иной помощи.*

Выбор формы определяется поставленными задачами и учитывает особенности объекта государственной поддержки. Государственное финансирование чаще всего представлено в виде:

- субсидии;*
- государственных займов;*

- грантов, создания государственных фондов;
- формирования специализированных финансовых организаций.

При этом с одной стороны прямое финансирование в виде субсидий для предпринимателя является самой эффективной поддержкой, поскольку позволяет в наиболее короткие сроки реализовать бизнес-идею, но с другой – такой вид государственной поддержки предполагает зависимость от возможностей государственного бюджета и одновременно некоторую иждивенческую позицию предпринимателя, исключения его из рыночной конкуренции. Государственные займы на более льготных условиях, чем коммерческие займы во многом способствуют развитию предпринимательства, и при этом все-таки поддерживают конкурентные условия, условия, требующие оптимизации и поиска эффективных путей.

Создание государственных фондов предполагает выделение средств из бюджета и распределение их на конкурсной основе в виде грантов. Гранты являются невозвратными, но необходимо предоставление отчетности по их использованию и достигнутым результатам. Иногда по гранту требуется софинансирование со стороны предпринимателя.

Формирование специализированных финансовых организаций формирует одновременно среду для государственной поддержки предпринимательства и сферу деятельности для нового бизнеса.

К специализированным кредитно-финансовым учреждениям относятся:

1) Инвестиционные банки. Инвестиционные банки занимаются эмиссионно-учредительской деятельностью, т. е. проводят операции по выпуску и размещению ценных бумаг. Они привлекают капитал путем продажи собственных акций или за счет кредита коммерческих банков;

2) Сберегательные учреждения. Сберегательные учреждения (взаимно-сберегательные банки, ссудно-сберегательные ассоциации, кредитные союзы) аккумулируют сбережения населения и вкладывают денежный капитал в основном в финансирование коммерческого и жилищного строительства.

3) Страховые компании. Страховые компании, главная функция которых – страхование жизни, имущества и ответственности, превратились в настоящее время в важнейший канал аккумуляции денежных сбережений населения и долгосрочного финансирования экономики. Основное внимание страховые общества сосредоточили на финанси-

вании крупнейших корпораций в области промышленности, транспорта и торговли;

4) Пенсионные фонды. Пенсионные фонды, как и страховые компании, активно формирует страховой фонд экономики, который приобретает все большую роль в процессе расширенного воспроизводства. Пенсионные фонды вкладывают свои накопленные денежные резервы в облигации и акции частных компаний и ценные бумаги государства, осуществляя, таким образом, финансирование, как правило, долгосрочное, экономики и государства;

5) Инвестиционные компании. Инвестиционные компании выполняют роль промежуточного звена между индивидуальным денежным капиталом и корпорациями, функционирующими в нефинансовой сфере. Инвестиционные компании различаются в зависимости от колебаний курсов ценных бумаг. Повышение цены на акции, которыми владеет компания, приводит к росту курса её собственных акций. Основной сферой приложения капитала инвестиционных компаний служат акции корпораций.

Предоставление налоговых, валютных, таможенных льгот является более естественным видом государственной поддержки в условиях приверженности рыночному укладу экономики. Большинство государств реализуют весомую государственную поддержку посредством формирования налоговой политики, направленной на льготирование предпринимательства. При этом используются не только пониженные ставки, но и применение специальных льготных налоговых режимов, которые предусматривают замену ряда налогов одним более комфортным для ведения предпринимательской деятельности. Такие условия не только способствуют активному развитию предпринимательства, но и способствуют снижению цен для потребителей благ, которые производят предприниматели.

На уровне муниципалитетов поддержка предпринимательства чаще всего реализуется в виде предоставления для деятельности помещений, предоставления необходимой оргтехники и другого имущества бесплатно или по сниженным арендным ставкам. Кроме того, местные органы власти предоставляют предпринимателям различные виды бесплатных консультаций, юридических, финансовых, налоговых и пр.

Можно выделить также:

- текущую поддержку (преимущественно бюджетные трансферты);
- оперативную поддержку (в связи с чрезвычайными ситуациями,

стихийными бедствиями и пр.);

– тематическую поддержку (для осуществления конкретных программ).

Систему государственной поддержки составляют:

– юридические аспекты, административные, нормативные документы, содействующие правомерному развитию предпринимательства;

– аппарат государственного правления, представляющий собой институциональные структуры, ответственные за правильное функционирование предпринимательства;

– государственная инфраструктура (рисунок 1.2), в которую входят коммерческие и некоммерческие организации, которые необходимы для реализации мероприятий поддерживающих предпринимательство.

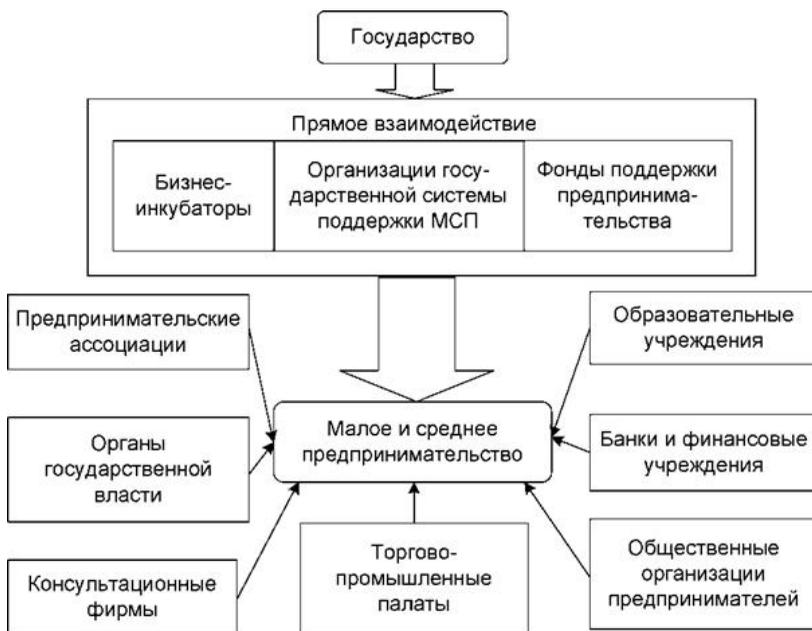


Рисунок 1.2 – Государственная инфраструктура поддержки предпринимательства

1.2 Особенности государственной поддержки молодежного предпринимательства



Молодёжь в широком смысле – это обширная совокупность групповых общностей, образующих на основе возрастных признаков и связанных с ними основных видов деятельности. В более узком, социологическом, смысле молодёжь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе обусловленных возрастом особенностей социального положения молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, специальных интересов и ценностей. По поводу возрастных границ молодёжи нет общего мнения. Молодёжь как социально-демографическая группа неоднородна по своему составу. В ней выделяются различные слои по возрасту (подростки, юношество), по полу, по видам деятельности (учащиеся, работающие), по месту жительства (городская, сельская) и др.

Молодёжное предпринимательство, в свою очередь, интересно обществу и государству ввиду того, что молодёжь – это будущее для экономики, это те люди, которые будут создавать и поддерживать экономику и сейчас, и через несколько лет, и достаточно продолжительно во времени. Кроме того, молодёжь отличается многими исключительными чертами, такими как креативность мышления, готовность использования самых современных технологий, отсутствие дефицита долговременной памяти, ориентация на повышение качества жизни, обладает незаурядным потенциалом для реализации инновационных проектов. Она очень легко подхватывает перемены в обществе, интересуется и пользуется в жизни технологическими новинками, менее консервативна, более гибка в мышлении, а самое главное, весьма активна и обладает большими энергетическими ресурсами.

Во всем мире больше всего от безработицы страдают молодые люди. Это обусловлено и сложностями при найме на работу ввиду отсутствия опыта работы, и отчасти неопределенностью с собственными целями и желаниями, и отсутствием реальной квалификации и компетенций, получаемых только на практике. Кроме того, для работающей молодёжи, испытывающей сложности на работе, выходом из зависимости от владельца предприятия, конечно же, является открытие собственного дела.

По данным опросов, проводимых социологами, в возрастной категории 18-30 лет хотят начать свой бизнес от 30 до 40% молодых людей. Однако только треть из них готова реализовать это свое желание. Сказывается отсутствие знаний и денежных средств. Главная трудность для открытия бизнеса состоит в недоступности денежных средств. Так считает более 50% опрошенных начинающих молодых предпринимателей. Из них 20% не имеют возможности обратиться в банк для получения займа. Отсутствие финансовой грамотности у молодежи также является большим тормозом, вызывает страх при принятии решения об открытии собственного бизнеса.

Молодежное предпринимательство в РФ – это предпринимательская деятельность, осуществляемая гражданами Российской Федерации, возраст которых не превышает 35 лет и зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, а так же российскими коммерческими организациями, учредителями (участниками) которых являются граждане Российской Федерации, возраст которых не превышает 35 лет, и в штате которых не менее 70% сотрудников являются гражданами Российской Федерации, не достигшими 35 лет.

Однако возрастной ценз в разных странах несколько отличается. Во Франции, например, программы государственной поддержки рассчитаны на молодых людей в возрасте от 11 до 30 лет.

В Германии молодежная политика призвана содействовать молодым людям в становлении их жизненного пути, в том числе в обеспечении занятости и гражданского участия молодых людей в возрасте от 18 до 27 лет.

В Европейском Союзе возраст «молодого фермера» (young farmer) - от 18 до 40 лет.

Такие возрастные ограничения существуют не только для выделения социальной группы «молодежь», но и учитываются при реализации государственной поддержки молодежного предпринимательства, в связи, с чем при выборе программы поддержки необходимо учитывать возрастные границы в стране и в законодательстве этой страны.

Особенности государственной поддержки молодежного предпринимательства обусловлены социальными характеристиками данной возрастной группы, а также государственной политикой стран ее осуществляющих.

Молодежное предпринимательство требует более широкого использования таких форм как государственное финансирование в виде грантов, предоставление помещений и оргтехники, а также бесплатного

консультирования по вопросам финансов, налогообложения и др.

В виду этого чаще всего государственной политикой предусмотрено создание специальных фондов, а также молодежных объединений в виде некоммерческих организаций, а также поддержание этих объединений.

Создаваемые фонды обычно работают в течение длительного периода времени, выделяют на конкурсной основе и при соблюдении определенных условий гранты по полученным от молодых предпринимателей заявкам, контролируют их использование.

Цель грантов – расширение возможностей молодых людей во всем мире, которые могут повлиять на экономику своего региона, страны путем инвестирования в молодежные проекты. Фонды предлагают гранты, финансирование и обучение молодежным проектам и социальному предпринимательству, направленным на выполнение задач устойчивого развития экономики. Таким образом, отслеживаются действительно важные и необходимые для экономики проекты.

Фонды предоставляют финансирование общественных проектов, организованных молодежными организациями, цель которых предоставить устойчивые решения в том числе местных, региональных проблем, которые делают вклад в достижение целей устойчивого развития.

Фонды могут выступать поручителем по банковским кредитам, принимая до 70% риска заемщика по возврату долга, что дает возможность кредитоваться по ставке рефинансирования в банках-партнерах, организует систему микрофинансирования через муниципальные фонды поддержки. В рамках фондов могут действовать международные центры, которые организуют деловые миссии за рубежом и визиты иностранных делегаций, привлекают в регион международные проекты по созданию новых производств.

Фонды можно подразделить на следующие группы:

- гарантийные фонды;
- венчурные фонды;
- многофункциональные центры (МФЦ);
- центры занятости населения.

Гарантийные фонды в первую очередь созданы для того, чтобы с их помощью любой предприниматель мог получить финансовую помощь. Если говорить простыми словами, фонд является гарантом того, что выделенные государством деньги будут потрачены целенаправленно.

Венчурные фонды предназначены для оказания помощи в наиболее актуальной сфере современности. Венчурный означает высоко рискованный, то есть предполагает инвестиции в новые разработки, требующие значительных финансовых ресурсов, однако успех которых не гарантирован. Средства из венчурных фондов направляются исключительно в сферу инновационных технологий. Соискателям на получение финансирования необходимо пытаться доказать факт целесообразности новшества и предоставить отличный бизнес-план, который подтверждает слова молодого предпринимателя.

Многофункциональные центры являются универсальными учреждениями, которые оказывают помощь не только предпринимателям, но и всем гражданам страны. Любой предприниматель, в том числе из числа молодежи, который работает в сфере малого либо среднего бизнеса вправе обратиться в один из таких центров и проконсультироваться по вопросу возможного государственного финансирования его бизнеса. Для этого необходимо предоставить финансовую отчетность бизнеса и предоставить план дальнейшего его развития.

Центр занятости населения в первую очередь способен оказывать финансовую помощь в реализации своих идей безработным гражданам, у которых имеется на руках бизнес-план. При этом необходимо иметь статус безработного, то есть человека уволенного и не нашедшего работу в определенный законодательством срок. Безработным достаточно обратиться со своим бизнес-планом в соответствующий отдел центра занятости и изъявить желание о начале предпринимательской деятельности. После этого создается специальная комиссия, и после положительного ответа безработный получает финансовую помощь для реализации своих бизнес идей.

Кроме того, на уровне муниципалитетов предусмотрено создание и поддержание бизнес-инкубаторов, целью которых является помощь молодежи в организации собственного предпринимательского дела. Проводятся конкурсы бизнес-проектов, по результатам которых осуществляется финансирование из местных бюджетов, а также реализуются специальные обучающие программы, способствующие развитию навыков в целеполагании, тайм-менеджменте, маркетинге, а также навыков проведения необходимых экономических расчетов, в том числе по бюджетированию, расчету налогов, оценке инвестиций и составлению бизнес-плана.

1.3 Государственная поддержка молодежного предпринимательства в странах Европейского союза



Европейский союз (Евросоюз, ЕС) – экономическое и политическое объединение 28 европейских государств. Нацеленный на региональную интеграцию, который был юридически закреплен Маастрихтским договором в 1992 году. С пятьюстами миллионами жителей доля ЕС как целого в мировом валовом внутреннем продукте составляла в 2018 году около 23 % (21,6 трлн. долларов) по паритету покупательной способности и около 19 % (16,1 трлн. долларов) – по номинальному значению.

С помощью стандартизированной системы законов, действующих во всех странах союза, был создан общий рынок, гарантирующий свободное движение людей, товаров, капитала и услуг, включая отмену паспортного контроля в пределах Шенгенской зоны, в которую входят как страны-члены, так и другие европейские государства.

Союз принимает законы (директивы, законодательные акты и постановления) в сфере правосудия и внутренних дел, а также вырабатывает общую политику в области торговли, сельского хозяйства, рыболовства и регионального развития.

Девятнадцать стран Союза ввели в обращение единую валюту, евро, образовав еврозону.

Большинство стран Европейского союза признают важность разработки специальной политики в отношении молодежного предпринимательства в целях экономического роста, развития международной конкурентоспособности, привлечения иностранных инвестиций, создания новых рабочих мест. Малый бизнес в ЕС составляет главную часть социально-экономического развития Европы. В ЕС существует более чем 20 млн. предприятий, ведущих малый и средний бизнес, от которых приходит более половины общего оборота и добавленной стоимости. Число населения, которое занято малым бизнесом в ЕС, составляет

около 70 %.

При осуществлении политики поддержки малого бизнеса, в том числе молодежного предпринимательства в ЕС ставят, в первую очередь, следующие задачи:

- укрепить единый внутренний рынок;
- устранить административные барьеры, мешающие функционированию малого бизнеса;
- создать в Европейском Союзе единое экономическое пространство, унифицировав законодательную базу по малому бизнесу;
- усилить взаимодействие стран, входящих в ЕС, по вопросам поддержки малого бизнеса.

Целью же национальной политики ЕС по поддержке молодежного предпринимательства является улучшение условий для работы молодых предпринимателей, увеличение конкурентоспособности и рост количества малых предприятий.

Первые действия, принятые в Европе для стимулирования малого предпринимательства стали мерами по устранению административных барьеров, препятствующих успешному развитию малого бизнеса, в том числе молодежного предпринимательства. Данные меры можно разделить на три группы.

Во-первых, в Европейском Союзе стремятся систематизировать и унифицировать налоговые системы стран-членов ЕС. Единое налоговое пространство позволит предпринимателям свободно осуществлять свою деятельность не только в собственной стране, но и на всем европейском пространстве.

Во-вторых, изменение условий финансирования. К данной группе мер относятся создание такой организации, как Европейская ассоциация фондов взаимных гарантий малого бизнеса, и увеличение прозрачности в платёжных системах странах ЕС.

В-третьих, изменение социальных аспектов деятельности предпринимателей, в частности их выравнивание в ЕС по положениям Единого европейского акта.

В 1993 году, подчёркивая важность малого бизнеса в Европе, была опубликована 'Белая книга', в которой была изложена стратегия ЕС по поддержке малого бизнеса. Уже тогда малому бизнесу придавалось огромное значение, его рассматривали как гарантию высокого уровня занятости и развитого социального обеспечения.

Другим документом, который во многом повлиял на развитие малого бизнеса в Европейском Союзе, является Европейская хартия для малых предприятий. В хартии главами стран-членов ЕС признаётся потенциал небольших предприятий, подчёркивается необходимость развивать дух предпринимательства и создавать в Европе условия, благоприятные для создания и функционирования малого предпринимательства, в том числе молодежного.

Политика поддержки малого бизнеса в ЕС обычно проводится на двух уровнях: через программы поддержки конкретных стран и через программы Европейского Союза, реализуемые на всей его территории. Финансирование глобальных программ идёт через Структурные Фонды ЕС (такие как Фонд регионального развития или Социальный фонд).

Для регулирования реализации политики поддержки в ЕС существует система национальных и наднациональных организаций. Благодаря ней при реализации политики по поддержке малого бизнеса учитываются интересы Европейского Союза, его отдельных членов, а также различных связанных с малым бизнесом ассоциация и организаций, которые находятся в Европе. В ЕС также работают организации, способствующие межфирменному сотрудничеству: Бюро по сближению предприятий и Европейская ассоциация венчурного капитала.

Большое внимание в ЕС уделяется взаимодействию предприятий малого бизнеса с местными, региональными и национальными органами поддержки малых предприятий. В связи с этим в Европе существуют специальные сети, поддерживающие это сотрудничество.

Несмотря на общую политику, направленную на развитие малого бизнеса, каждая страна-член ЕС реализует собственные программы поддержки молодежного предпринимательства.

Государственная молодежная политика Германии основывается на особой роли государства, регламентации законом мер поддержки молодых людей и молодежных организаций. Стратегия предпринимательских действий исходит из ответственности государства за интеграцию всей молодежи и предусматривает разработку социальных программ, доступных для всех молодых людей.

В Германии малый бизнес также является одним из важнейших секторов экономики, на которые приходится порядка 50 % ВВП Германии, там занято 63 % рабочей силы (более 3,7 млн. человек).

Власти Германии поддерживают интерес населения к ведению предпринимательской деятельности, давая семейным предприятиям

малого или среднего размера значительные налоговые послабления. Существуют программы по финансированию малого бизнеса, в рамках которых предоставляются кредиты, в том числе долгосрочные, под сниженные и фиксированные на длительный срок процентные ставки.

В соответствии с национальным законодательством все германские компании, за исключением ремесленных и фермерских хозяйств, должны быть членами промышленно-торговой палаты, задачей которых является оказание всяческой поддержки и помощи малому бизнесу Германии.

Программы региональной поддержки молодых предпринимателей включают в себя инвестиционную помощь в виде грантов или дополнительного снижения ставок по кредитам. Эти меры предусмотрены главным образом для бизнеса, расположенного в определенных регионах с неблагоприятными условиями, а также для инвестирования связанной с бизнесом инфраструктуры и туристических объектов. Отдельное внимание уделяется содействию выходу на зарубежные рынки, для этого проводится специальное консультирование, организуются ярмарки, выставки и т. д.

Льготное кредитование малого бизнеса Германии состоит в кредитовании малых и средних предприятий, ориентированных на:

- инновационную деятельность;
- кредитовании проектов, направленных на сохранение и улучшение благоприятной экологической обстановки, связанных с охраной окружающей среды;
- кредитовании малого бизнеса, участвующего в развитии отсталых экономических регионов Германии;
- кредитовании предприятий, занимающихся строительством и решением жилищных проблем.

В **Германии** существует также специализированный правительственный орган, осуществляющий поддержку молодежного предпринимательства, имеющий достаточные ресурсные возможности и полномочия.

Если говорить о конкретных цифрах, то в Германии, коренные жители, желающие открыть свой бизнес, имеют возможность получения государственного кредита размером до 50 тыс. евро сроком до 20 лет. Начинаящий бизнесмен освобождается от уплаты процентов по кредиту на протяжении первых двух лет предпринимательской деятельности. Далее, в течение следующих 8 лет предприниматель обязан выплачивать проценты по льготным ставкам в размере 4–5 % годовых (для

сравнения, в России данная ставка от 15 %). И уже, начиная с 11-ого года, бизнесмен начнет погашать саму сумму кредита. Такие условия кредитования являются очень комфортными особенно для начинающей молодежи.

Значительная доля финансирования со стороны Министерства экономики и технологий Германии распределяется между двумя программами – Центральную инновационную программу для МСП и Программу инвестиционных субсидий в регионах со слабой экономической структурой. Размер субсидий ограничен потолком в 350 тыс. евро для компаний, 175 тыс. евро для научных учреждений и 75 тыс. евро на услуги и консультации для поддержки инноваций.

Исследовательский центр Германии «Юлих» предоставляет стипендии и субсидии студентам, выпускникам, научным сотрудникам, которые занимаются разработкой проектов в различных сферах производства. Юлихский исследовательский центр (нем. Forschungszentrum Jülich GmbH) – один из крупнейших европейских исследовательских центров, входит в состав Объединения имени Гельмгольца. Расположен в городе Юлихе, Германия. Основными научными направлениями центра являются физика, химия, биология и медицина. Размеры субсидий, выделяемых исследовательским центром на покупку оборудования, материалов, заработную плату, проведение различных работ могут достигать 150 тыс. евро.

Крупнейшим объединением молодых предпринимателей Германии федерального уровня является Wirtschaftsjuvenen Deutschland (WJD), которая объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников возрасте до 40 лет. В WJD входят более 10 тысяч активных членов. WJD является одной из более чем 100 национальных ассоциаций, организованных во всемирной ассоциации "Junior Chamber International (JCI)". Перед WJD поставлена задача:

- поддержания высокого статуса предпринимателя в обществе,
- содействия развитию социально ответственной рыночной экономики,
- повышению конкурентоспособности германского предпринимательства в мире.

Другим молодежным объединением предпринимателей является Союз молодых собственников семейных предприятий - Die Jungen Unternehmer (BJU Verband für junge Familien- und Eigentümerunternehmer). Союз был создан в 1950 г., насчитывает сего-

дня порядка 1500 членов в возрасте до 40 лет, представляющих все отрасли экономики Германии. Членами Союза могут стать собственники предприятий, имеющие не менее 10 работников или более 1 млн. евро годового оборота. Членом Союза может также стать начинающий предприниматель, доказавший, что имеет шанс достичь необходимого уровня развития предприятия в течение пяти лет.

Третьим по значимости молодежным предпринимательским объединением можно назвать объединение «Ремесленная молодежь» - *Junioeren des Handwerks e.V.* Это самая большая в Германии организация, содействующая подготовке молодого поколения специалистов ремесленных профессий. Она насчитывает 8000 членов в возрасте от 25 до 40 лет. Организация состоит из 120 региональных объединений. Штаб-квартира федерального объединения находится в Берлине. Организация была создана в 1956 г. в Нюрнберге. Основную свою задачу объединение видит в содействии росту профессиональной квалификации молодых мастеров.

Франция – страна, в которой интеграционные процессы особенно заметны. В последние десятилетия экономика Франции подверглась модернизации и глобализации. Эту же тенденцию можно отметить и в бизнесе, и в предпринимательстве, где все компании стремятся к объединению. Тем не менее, около половины предприятий относятся к малому бизнесу и играют ключевую роль в создании новых рабочих мест. Поэтому поддержка такого бизнеса является одной из приоритетных задач Правительства. У значительного количества предприятий малого бизнеса Франции присутствует характерная особенность: связи с крупными компаниями. То есть крупный бизнес в результате реорганизации выделил дочерние и независимые малые бизнесы. Также малый бизнес выступает в качестве подрядчиков или субподрядчиков, обеспечивая крупные компании комплектующими материалами, осуществляя ремонтные работы, некоторые технические услуги. В свою очередь крупные компании помогают малым, передавая технологии, инновации, сырье, материалы. Такое взаимодействие качественно улучшило состояние малого предпринимательства на французском рынке. Малые предприятия распространены и в сфере сервиса (небольшие магазины, кафе, закусочные).

Важную роль в поддержке малых предприятий играет «Французское инновационное агентство «OSEO»», (фран. «Oeuvre suisse d'entraide ouvrière»), охватывающее все регионы Франции посредством своей сети. Для поддержки молодежного предпринимательства создана Международная молодёжная палата (анг. *Junior Chamber International*

(JCI), – это некоммерческая организация, объединяющая свыше двухсот тысяч людей в возрасте от 18 до 40 лет более чем в ста странах мира. По инициативе Министерства экономики и финансов создано французское общество по страхованию капиталов от риска «Sofaris», которое берет на себя гарантии и поручительства за кредиты средних и малых предприятий, выдаваемые банками.

Результатом реализации во Франции государственно-частного партнерства явилось особое Национальное агентство по созданию предприятий для помощи в создании бизнеса, а также предотвращении банкротства. Помощь оказывают и другие субъекты: органы местного самоуправления, торгово-промышленные палаты, фонды, созданные крупными корпорациями (взамен получающими налоговые льготы). Созданы гарантийные фонды, которые оказывают помощь в поиске источников финансирования начинающим предпринимателям. Есть и организация, созданная для защиты интересов бизнес-сообщества – «Движение французских предпринимателей».

Отличительной особенностью политики поддержки развития молодежного предпринимательства является освобождение вновь созданных бизнесов от уплаты всех видов налогов в течение 2 лет, в том числе и налога с инвестируемой части прибыли. Банки готовы предоставлять кредиты и субсидии на льготных условиях, чем стимулируют рост новых предприятий на территории страны.

Особое отношение государство проявляет к предприятиям, открывающимся в так называемых «экономически депрессивных зонах», путем предоставления скидок и, возможно, отмены отчислений в социальные фонды.

В современной Франции сильно распространена практика предоставления бесплатных консультаций различных специалистов в области юриспруденции, учета и аудита, менеджмента, маркетинга и т. д. Государство реализует целый ряд программ, включающих в себя помощь в финансовом планировании, предоставление государственных гарантий «молодым» компаниям и различные меры по предотвращению банкротства предприятий. В современной Франции сильно распространена практика предоставления бесплатных консультаций различных специалистов в области юриспруденции, учета и аудита, менеджмента, маркетинга и т. д.

Австрия. При Федеральной палате экономики Австрии действует специальная организация Молодая экономика Австрии (МЭА). Организация состоит из 9 региональных (земельных) филиалов (по числу

федеральных земель в Австрии), а также около 100 муниципальных (районных) и проектных групп, в которых активно работают 36000 чел. Членство в МЭА осуществляется на добровольной основе.

МЭА информирует членов об интересных событиях и встречах в области бизнеса, проводит опросы на важные экономико-политические темы с целью мониторинга пожеланий молодежного предпринимательства, рассылает членам специальный инновационный вестник с информацией об актуальных инновациях во всем мире. В рамках МЭА функционирует консалтинговый центр для начинающих предпринимателей, который дает правовые и практические рекомендации относительно действий, необходимых для заведения собственного бизнеса. Организация ведет также бизнес-портал (Businessportal) в сети интернет.

Финансирование МЭА осуществляется в основном из бюджета Федеральной палаты экономики Австрии.

Италия. Ассоциации молодых предпринимателей (АМП) – негосударственные организации, работающие автономно, но организационно входящие во всеитальянскую Конфедерацию промышленников и предпринимателей (КПП) и руководствующиеся ее Уставом.

Существует центральная АМП при КПП, в которую входят 20 региональных Комитетов АМП и 104 провинциальных (территориальных) Группы АМП. Участие в деятельности АМП осуществляется на добровольной основе, с уплатой ежегодных членских взносов. Общая численность в АМП – 12 500 членов.

АМП содействует продвижению предпринимательских ценностей и культуры в современном гражданском обществе Италии, совершенствованию знаний экономического, социального, политического и управленческо-прикладного характера.

Торговые палаты области Ломбардия (Мантуя, Лоди, Кремона) проводят форумы молодых предпринимателей, направленные на развитие предпринимательского духа молодежи и создание благоприятных условий для поддержки компаний молодых предпринимателей. Во время форумов проходят «конкурсы идей» и выставки проектов, опытные предприниматели проводят консультации для будущих выпускников профессиональных институтов.

В **Великобритании** доля малого бизнеса составляет до 99%, поэтому Правительством было принято решение об учреждении специального правительственного органа, ответственного за поддержку малых компаний, – службы малого бизнеса (The Small Business Service SBS).

Правительством перед службой малого бизнеса был поставлен ряд задач: лоббирование интересов МСБ в правительстве; координация деятельности всех уполномоченных организаций по стимулированию МСБ; минимизация бюрократических барьеров; оценка эффективности программ поддержки МСБ.

В мае 2000 г. был учрежден совет малого бизнеса (The Small Business Council SBC). Совет занимается консалтингом директора службы малого бизнеса по вопросам МСБ. Многие члены Совета малого бизнеса являются действующими предпринимателями. Заседания совета проходят 1 раз за два месяца.

Совет малого бизнеса может давать свою оценку работе службы малого бизнеса и других правительственных структур, реализующих программы стимулирования МСБ. Важной особенностью совета является возможность представлять интересы малых компаний по всей стране. Это достигается путем взаимодействия с региональными бизнес-сообществами. На общих собраниях обсуждаются стратегические направления развития малого бизнеса. Интернет-сайт, созданный для этих целей, предоставляет возможность предпринимателям активно общаться с Советом.

Налогообложение является общепризнанным, наиболее эффективным способом поддержки маленьких компаний. Им предоставляются максимально льготные условия, а в ряде случаев их полностью освобождают от налогов.

Правительство обеспечивает достаточно простой доступ малого бизнеса к финансированию. Финансовые и инвестиционные компании, банки, а также венчурные и гарантийные фонды – главные источники кредитования малых компаний.

Во всех регионах, крупных городах и промышленных центрах имеются филиалы 12 уполномоченных кредитно-финансовых организаций. Ежегодный объем кредитов по государственным программам поддержки малого бизнеса превышает 6 млрд. ф. ст.

Услуги по консультированию и технической поддержке также имеют важное значение для устойчивого развития МСБ Великобритании.

В Великобритании малые молодежные предприятия не обязаны проходить государственную регистрацию, а уплата налогов осуществляется на основании декларирования индивидуальных доходов членов компании. И даже если фирма зарегистрировалась в государственных органах, то налоги уплачиваются только после того, как фирма начала

активно работать на рынке и нашла своих потребителей. В общем, величина и количество налогов, которые платят малые предприятия, меньше, а процедура налогообложения значительно проще, чем для крупных предприятий. Кроме этого используется также прогрессивное налогообложение доходов корпораций: ставки налогов для корпораций с меньшими доходами меньше, чем для корпораций с большими доходами. Таким образом, государство поощряет создание малых предприятий и всячески поддерживает их деятельность, применяя льготные условия налогообложения.

1.4 Государственная поддержка молодежного предпринимательства в России



Российская Федерация является одним из государств, активно реализующих государственную поддержку молодежного предпринимательства. Поддержка государством молодых бизнесменов осуществляется путем решения задач:

- вовлечения в предпринимательство молодых людей (18-30 лет);
- содействия созданию и работе молодежных предприятий;
- содействия при разработке, продвижении проектов, создании малых предприятий в сфере инноваций;
- содействия трудоустройству учащейся молодежи на объекты малого и среднего предпринимательства.

К субъектам особого внимания государства относятся молодые начинающие бизнесмены, а также учащаяся молодежь.

Так, весной 2007 года в России была создана Ассоциация Молодых Предпринимателей России (АМПП) – первая молодежная бизнес-организация. АМПП - общероссийская общественная организация, объединяющая более 10 тыс. молодых предпринимателей со всей России. Ассоциация помогает решать конкретные проблемы предпринимателей и предлагает инструменты для решения системных проблем малого и

среднего бизнеса. Ассоциация оказывает поддержку представителям малого и среднего предпринимательства и имеет региональные отделения в 74 субъектах РФ (в том числе в республике Крым и городе Севастополь). Является одним из крупнейших в России молодёжных предпринимательских объединений. Целями АМПП являются содействие осуществлению прав молодых предпринимателей, их защите, организации контактов с исполнительной и законодательной властью, привлечение к обсуждению проблем малого и среднего бизнеса, объединение молодёжных сообществ, воспитание социальной ответственности, политической активности, патриотизма молодых бизнесменов.

Задачи АМПП:

- формирование стратегии развития малого и среднего бизнеса;
- содействие модернизации экономики страны;
- создание эффективной системы экспертной оценки нормативно-правовых актов, касающихся малого и среднего бизнеса;
- стимулирование роста производства отечественной продукции;
- формирование позитивного имиджа российских производителей товаров и услуг;
- снижение административных барьеров для предпринимателей;
- разработка и внедрение эффективной системы развития бизнеса;
- выстраивание эффективного диалога молодых предпринимателей и власти;
- развитие связей молодых предпринимателей с деловыми кругами России и зарубежных стран, международного и межрегионального сотрудничества;
- распространение принципов ведения цивилизованного бизнеса и социальной ответственности предпринимателей;
- поддержка и продвижение молодёжных предпринимательских инициатив и проектов;
- привлечение молодых предпринимателей (до 35 лет) к обсуждению проблем, возникающих в сфере малого и среднего бизнеса;
- организация регулярных контактов молодых политически активных предпринимателей с представителями исполнительной и законодательной власти на федеральном, региональном и местном уровнях;
- консолидация молодёжного бизнес сообщества;
- содействие в защите и реализации прав молодых предпринимателей;

- воспитание и поддержка молодого поколения социально ответственных политически активных и патриотически-настроенных предпринимателей;

- содействие в поиске молодых квалифицированных кадров.

Региональные отделения АМПП оказывают молодым предпринимателям как финансовую, так и нефинансовую поддержку. Первая заключается в помощи для получения займов или ссуд на развитие/расширение бизнеса. Для этого молодому бизнесмену, члену Ассоциации, необходимо представить свой бизнес-план, который затем должен быть одобрен экспертным советом.

С 2008 года IBLF Russia реализует программу «Молодежный бизнес России» (МБР), которая предоставляет комплекс услуг молодым людям, желающим начать свое дело. Основными компонентами Программы являются: обучение и консультирование по вопросам организации и ведения бизнеса, доступ к стартовому капиталу и помощь наставника.

Программа МБР аккредитована в качестве члена международной сети программ поддержки молодежного бизнеса Youth Business International.

Для решения поставленных задач программа создает условия для получения молодыми людьми доступных финансовых средств – кредитов (займов) на открытие собственного дела. В дополнение к финансовой поддержке молодым людям предлагается помощь индивидуальных наставников, консультирование при составлении бизнес-планов и обучение различным вопросам ведения бизнеса, что может позволить молодым бизнесменам быстрее встать на ноги и избежать типичных ошибок на старте бизнеса.

Условия предоставления займа:

- займ может получить любой молодой человек в возрасте от 18 до 35 лет;

- сумма предоставляемого займа – до 300 000 руб.;

- процентная ставка составляет 12% годовых;

- срок предоставления займа – от 1 до 3 лет с возможной отсрочкой выплат по основной сумме долга до 6 месяцев;

- для получения займа не требуется залога и поручительства;

- основанием для выдачи займа является бизнес-план, который предварительно рассматривается и одобряется членами экспертного совета.

Нефинансовая поддержка – это обучение и наставничество, призванное восполнить недостаток опыта. Организовываются бесплатные семинары, школы бизнеса, по окончании которых желающим начать свое дело выделяется опытный наставник для консультаций по всем насущным вопросам. Как считает большинство начинающих бизнесменов, эта форма помощи даже важнее финансовой поддержки.

Поддержанию имиджа молодого бизнесмена, формированию его положительного образа служат ежегодно проводимые конкурсы на звание лучшего предпринимателя России. Стало традицией вручать премию «Лучший молодой предприниматель России» для популяризации предпринимательства среди молодежи. Это мероприятие является социально значимым.

Существует немало федеральных программ, которые направлены на оказание помощи малому и среднему бизнесу, в том числе развитию молодежного предпринимательства.

Перечень федеральных программ в 2019 году.

Программа поддержки «Умник». Эта федеральная программа направлена на поддержку молодых предпринимателей в возрасте до 30 лет. По условию программы, любой предприниматель имеет право получить финансовую помощь в размере до 500 000 рублей. Но также необходимо учитывать, что приоритетным направлением по программе является сфера инновационных технологий.

Программа «Старт» – федеральная программа, которая направлена на оказание финансовой помощи предпринимателям, занимающиеся разработкой различных современных технологий. Данная программа является своего рода уникальной, поскольку финансирование осуществляется в течение нескольких лет в 2 этапа. Первый этап финансирует государством в размере 2,5 миллионов рублей. На втором этапе предприниматель должен отыскать инвестора, который профинансирует его работу на сумму 2,5 миллиона рублей. Простыми словами, 50% оплачивает государство, остальные 50% – инвестор. “Развитие” «Развитие» – программа, с помощью которой есть возможность получить на развитие своего малого либо среднего бизнеса финансовую помощь размером до 15 миллионов рублей. При этом необходимо убедить государство в том, что будет не только произведена модернизация бизнеса, но и созданы дополнительные рабочие места.

Программа «Интернационализация». По этой программе ключевую роль играет не столько финансовая часть помощи, сколько факт того, что малому либо же среднему бизнесу, который ориентирован на

работу с зарубежными партнерами, предоставляется уникальная возможность получить зарубежных партнеров в случае удовлетворения их требований по качеству готовой продукции. Деньги, выделяемые по этой программе, должны быть использованы на улучшение качества своей продукции и дальнейшего продвижения за рубежом.

Федеральная программа «Коммерциализация». Сумма финансовой помощи может варьироваться, четкого размера нет. Эта программа позволяет расширить производство за счет увеличения мощностей производства. По завершению этого процесса в обязательном порядке должно увеличиться количество рабочих мест.

Программа «Кооперация». По этой федеральной программе малый и средний бизнес имеет право рассчитывать на получение порядка 20 миллионов рублей. Согласно условиям программы средства должны быть потрачены на улучшение качества товаров либо услуг, что в конечном итоге позволит соединить малый и средний бизнес с крупными промышленными производствами нашей страны воедино.

Стоит отметить, что помимо федеральных государственных программ помощи малого и среднего бизнеса, существуют и региональные. Данное взаимодействие может выражаться в создании так называемых бизнес-инкубаторов, гарантийных фондов и другого вида стимуляции организаций, трудовая деятельность которых, в первую очередь, ориентируется на экспорт.

Помимо этого не стоит забывать о том, что в регионах осуществляются различные комплексные программы, которые направлены на стимулирование деятельности предприятий. Подобные программы в каждом регионе индивидуальны и направлены, в первую очередь, на выделение финансовой помощи на: развитие и приобретение разнообразного оборудования; поддержку компаниям, занимающимся инновационными технологиями; разработку и формирование технопарков; разработку и формирование стартапов; повышение энергоэффективности различных промышленных предприятий; реализацию программ по повышению уровня квалификации обслуживающего персонала.

В большинстве вузов и других учебных заведений, а также в молодежных организациях проходит информационно-просветительская работа о том, как вести бизнес. Организуются семинары, тренинги, лекции по различным вопросам предпринимательства. Кроме того предоставляются индивидуальные консультации по вопросам получения государственной поддержки, участия в конкурсах на предоставление суб-

сидий субъектам малого молодежного предпринимательства, подготовки молодежных предпринимательских проектов, вопросах юридического и налогового характера. В том числе маркетингового сопровождения деятельности (выработка маркетинговой стратегии и планов, организация системы сбыта и т.д.).

Также оказывается помощь в преодолении административных барьеров и противодействии противоправным действиям должностных лиц органов исполнительной власти. Ежегодно организуются и проводятся различные форумы, конференции по вопросам развития и поддержки молодежного предпринимательства. При некоторых вузах созданы также центры коммерциализации. В их задачи входит продвижение молодежных инновационных проектов через специализированные выставочно-ярмарочные мероприятия, развитие межрегионального сотрудничества в сфере молодежного предпринимательства.

ТЕСТ

1) Выберите субъектов экономики:

1. Государство
2. Бизнес
3. Семейные хозяйства
4. Общество (человечество)
5. Предприятия и учреждения

2) Выберите характеристики экономики:

1. Ограниченные ресурсы
2. Бизнес
3. Хозяйственная деятельность
4. Потребление благ
5. Распределение ресурсов

3) Выберите верное утверждение:

1. Экономика это уклад жизни общества, который позволяет обществу удовлетворять свои потребности
2. Экономика это уклад жизни общества, который позволяет обществу распределять ресурсы

4) Выберите роль государства в экономике:

1. Распределение ресурсов
2. Организация и регулирование
3. Хозяйственная деятельность
4. Потребление благ
5. Производство благ

5) Выберите роль бизнеса в экономике:

1. Распределение ресурсов
2. Организация и регулирование
3. Хозяйственная деятельность
4. Потребление благ
5. Производство благ

6) Выберите верное утверждение:

1. Государственная поддержка как специфический вид государственной деятельности реализуется в различных аспектах, в форме:
 - государственного финансирования;
 - предоставления льгот – налоговых, валютных, таможенных;

- предоставления в пользование государственного имущества, в том числе на льготных условиях;
 - предоставления льгот при осуществлении страховых и кредитных операций;
 - оказания информационной, организационной, кадровой и иной помощи.
2. Государственная поддержка как специфический вид государственной деятельности реализуется в различных аспектах, в форме:
- государственного регулирования;
 - предоставления льгот – налоговых, на рынке ценных бумаг, таможенных;
 - предоставления в пользование государственного имущества, в том числе на льготных условиях;
 - предоставления льгот при осуществлении страховых и кредитных операций;
 - оказания информационной, организационной, кадровой и медицинской помощи.

7) Выберите особенности государственной поддержки малого предпринимательства во Франции:

1. кредитование со сроком более 20 лет
2. освобождение вновь созданных бизнесов от уплаты всех видов налогов в течение 2 лет, в том числе и налога с инвестируемой части прибыли
3. поддержание взаимосвязей с крупными компаниями
4. освобождение от налогов молодежного предпринимательства в течение первых 5 лет

8) Какие источник финансирования молодежного предпринимательства являются невозвратными:

1. субсидии
2. гранты
3. кредиты
4. краткосрочные кредиты
5. займы микро-финансовых организаций

Рекомендуемая литература по теме

1. Веселов Н. А. О применении опыта Великобритании в сфере государственной поддержки малого бизнеса // Наука без границ. 2018. № 2 (19). С. 25-28.
2. Красникова А. С., Галкин Д. П., Элязян А. А. Поддержка малого и среднего предпринимательства в России и Европе (на примере Франции и Германии) // Молодой ученый. – 2014. – №20. – С. 310-313. – URL <https://moluch.ru/archive/79/13960/>
3. Виды и программы государственной поддержки малого бизнеса <http://posobie-help.ru/subsidii/business/programmy-gosudarstvennoj-podderzhki.html>
4. Опыт государственной поддержки малого и среднего бизнеса в странах Европейского союза <http://www.eurasiainace.ru/naunye-stati/item/958-opyt-gosudarstvennoj-podderzhki-malogo-i-srednego-biznesa-v-stranakh-evropejskogo-soyuza.html>
5. Курпаяниди К.И. Анализ опыта Великобритании в модернизации системы государственной поддержки малого предпринимательства <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opyta-velikobritanii-v-modernizatsii-sistemy-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-predprinimatelstva>
6. Шередеко Е. В. Меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Великобритании // NB: Административное право и практика администрирования. 2015. № 1. С. 36-44.

2 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ РИСКИ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИМИ

2.1 Понятия неопределенности и риска. Предпринимательские риски



Понятия риска и управление им имеют древнюю историю. Некоторые историки находят прообраз фьючерсов на зерно (инструментов по управлению риском) еще в 18-ом веке до н.э., во времена Хаммурапи, царя Вавилона, цена на будущий урожай фиксировалась еще в ходе сева. Страхование, бывшее до недав-

него времени практически единственным известным методом управления рисками, возникло, как способ уменьшить потери купцов при морских перевозках. Вне страхования понятие риска до начала XX века практически не использовалось. Первым о риске как необходимом элементе бизнеса заговорил в 20-х годах прошлого века экономист Фрэнк Найт. Он ввел понятие риска как измеримой неопределенности и заявил, что бизнес существует только потому, что есть риск. Следующий шаг сделал Гарри Марковиц, работы которого лежат в основании всей современной финансовой теории. Г. Марковиц связал понятия риска и доходности, доказав что доходность растет лишь вместе с риском, и иного не дано. Этот постулат известен сейчас большинству экономистов, но с 1953 года, когда вышла основополагающая работа Г. Марковица, и до начала 1970-х его теория не вызывала особого интереса.

Однако в 1970-е годы финансовый мир перевернулся. Колебания валютных курсов привели к тому, что стало невозможно предсказать цены экспортируемой продукции на год вперед (это было обычной практикой в предыдущие годы). Скачок цен на нефть и резкие колебания процентных ставок добавляли неуверенности. Зарубежные экономисты тогда всерьез задумались об изучении рисков, методах управления рисками и идеи Г. Марковица получили широкое распространение.

В России в отличие от европейских стран в этот период, в виду командной экономики, риск не изучался. Можно сказать, что в России се-

рьезно о риске заговорили после кризиса 1998 г., тогда многим российским банкам и промышленным предприятиям пришлось пересмотреть свою политику в области изучения и управления рисками. На многих предприятиях были созданы отделы по управлению рисками, появилась особая должность – риск-менеджер, в функциональные обязанности которого входит определение степени риска, оценка последствий, выбор методов минимизации рисков и т. д. На данный момент оценка риска и управление им представляют собой динамично развивающиеся направление в науке и практике.

Любая сфера человеческой деятельности, в особенности предпринимательство, связана с принятием решений в условиях неполноты информации. Неполнота и неточность информации об условиях осуществления той или иной деятельности называется неопределенностью. Причинами неопределенности являются три основных группы факторов: незнание, случайность и противодействие. В результате действия неопределенности поставленная цель может быть достигнута не в полной мере или не достигнута вообще. Такое несовпадение полученного результата с намеченным в момент принятия решения характеризуется такой категорией как риск.

Существует много определений риска, остановимся на одном из них.

Под **риском** (фактором риска) будем понимать возможность возникновения в будущем таких условий, которые приведут к негативным последствиям.

При этом риск является понятием субъективным, в отличие от неопределенности, т.е. что для одной из сторон является, существенным и негативным, то для другой стороны может быть несущественным и позитивным.

Риски следует отличать от проблем и трудностей. Риски имеют отношение к будущим, потенциально возможным негативным результатам и убыткам. Проблемы же и трудности представляют собой нечто, имеющее место в настоящее время. Риски могут стать проблемами, если ими эффективно не управлять, т.е. не прогнозировать ход событий связанных с риском, своевременно не корректировать его с тем, чтобы свести к минимуму нежелательные последствия.

Взаимосвязь предпринимательства и риска представлено на рисунке 2.1.

В целом, важно отметить, что предпринимательский риск – это не

только нежелательные результаты принятых решений, но при определенных вариантах реализации предпринимательских проектов существует не только опасность не достичь намеченного результата, но и вероятность превысить ожидаемую прибыль. В этом и заключается предпринимательский риск, который характеризуется сочетанием возможности достижения как не желательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированных результатов.

Предпринимательство, предпринимательская деятельность – рисковая экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ

Следовательно, занимаясь предпринимательской деятельностью, бизнесмену придется иметь дело с неопределенностью и повышенным риском

Задача предпринимателя состоит не в том, чтобы искать дело с заведомо предвидимым результатом, дело без риска, а уметь осуществлять свою предпринимательскую деятельность в условиях риска

Рисунок 2.1 – Взаимосвязь предпринимательства и риска

Таким образом, можно сделать вывод, что риск есть угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов сверх предусмотренных прогнозом, программой его действий, либо получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

2.2 Управление рисками



Управление рисками или «риск-менеджмент» представляет собой специфическую сферу менеджмента, которая с начала 90-х годов XX века выделилась в особую область знаний. Менеджмент в качестве науки об управлении привнес понимание того, как должен быть организован процесс анализа и

оценки рисков, воздействия на риск.

Управление рисками предпринимательской деятельности следует рассматривать как многоступенчатый процесс, обеспечивающий всестороннюю оценку различных видов рисков и снижение их возможных негативных последствий.

Цель этого процесса – избежать превышения допустимого уровня негативных последствий, связанных с рисками.

Рассмотрим кратко основные этапы процесса управления рисками.

Анализ риска – начальный этап, имеющий целью получение необходимой информации об имеющихся рисках. Анализ состоит из выявления рисков и их оценки. Под выявлением рисков понимается определение всех возможных рисков, присущих исследуемой системе. Под оценкой понимается количественное описание выявленных рисков, т.е. определяют, например, такие характеристики, как вероятность и размер возможного ущерба.

Выявление и оценка тесно связаны между собой. Более того, анализ может идти в двух противоположных направлениях – от оценки к выявлению и наоборот. В первом случае уже имеются (зафиксированы) убытки и необходимо выявить причины. Во втором случае на основе анализа системы выявляются риски и возможные последствия.

Затем наступает этап выбора метода воздействия на риск с целью минимизировать возможный ущерб в будущем. Как правило, для каждого риска существует два-три традиционных способа его уменьшения. Поэтому возникает проблема оценки сравнительной эффективности методов воздействия на риск для выбора наилучшего из них.

После выбора оптимальных способов воздействия на конкретные риски появляется возможность сформировать общую стратегию управления всем комплексом рисков предприятия. Это этап принятия решений, когда определяются требуемые финансовые и трудовые ресурсы, происходит постановка и распределение задач, осуществляется анализ рынка соответствующих услуг, проводятся консультации со специалистами.

Процесс непосредственного воздействия на риск представлен на рис. 2.2. четырьмя основными способами: отказом, принятием, снижением, передачей риска. Снижение риска подразумевает уменьшение либо размеров возможного ущерба, либо вероятности наступления неблагоприятных событий, либо уменьшение и того и другого. Чаще всего оно достигается при помощи осуществления предупредительных организационно-технических мероприятий, под которыми понимаются

различные способы усиления безопасности зданий и сооружений, установка систем контроля и оповещения, противопожарных устройств, проведение обучения персонала способам поведения в экстремальных ситуациях и т.д. Сохранение риска на существующем уровне не всегда означает отказ от любых действий, направленных на компенсацию ущерба, хотя такая возможность предусмотрена. Организация (предприниматель) может создать специальные резервные фонды (фонды самострахования или фонд риска), из которых будет производиться компенсация убытков при наступлении неблагоприятных ситуаций. Такой метод управления риском называется самострахованием. К мерам, осуществляемым при сохранении риска, могут быть также причислены получение кредитов и займов для компенсации убытков и восстановления производства, получение государственных дотаций и др. Меры по передаче риска означают передачу ответственности за него третьим лицам при сохранении существующего уровня риска. К ним относятся страхование, которое подразумевает передачу риска страховой компании за определенную плату, а также различного рода финансовые гарантии, поручительства и т.д.

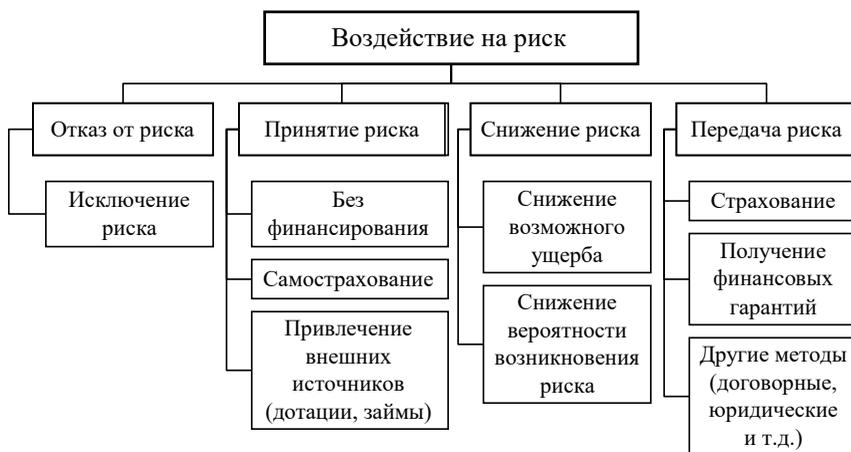


Рисунок 2.2 – Основные группы методов воздействия на риск

И, наконец, заключительным этапом управления риском являются мониторинг (или контроль) и корректировка выбранной стратегии управления.

Основными исходными данными для мониторинга являются:

1. подготовленные ранее планы действий в отношении рисков;
2. качественные и количественные характеристики рисков,

подлежащие мониторингу;

3. любые необходимые отчеты и базы данных содержащие сведения о предпринимательской деятельности.

По результатам мониторинга составляются отчеты по каждому из рисков, для информирования заинтересованных сторон о состоянии дел по управлению рисками. Отчеты о состоянии рисков должны рассматривать четыре возможные ситуации для каждого риска:

- риск разрешен, т.е. план действий в отношении этого риска выполнен;*
- предпринимаемые действия идут в соответствии с разработанным планом. В этом случае они должны быть в соответствии с ним продолжены;*
- некоторые действия отклоняются от намеченного плана. В этом случае должны быть приняты корректирующие меры;*
- в отношении риска ситуация существенно изменилась. Как правило, это должно означать повторное проведение шагов анализа и планирования мероприятий.*

По мере осуществления управления рисками общий уровень ожидаемой величины рисков предпринимательской деятельности должен приближаться к приемлемому значению.

По результатам мониторинга извлекаются уроки и запускается механизм корректирования ситуации.

Двумя аспектами извлечения уроков, являются:

- Новые риски. Если были выявлены риски изначально не обнаруженные, то необходимо проанализировать, существовали ли какие-либо предпосылки их предсказания, т.е. обнаружения. Возможно, существующие списки рисков нуждаются в обновлении, чтобы эффективнее выявлять признаки такого риска в будущем. Если был найден новый риск, его необходимо внести в реестр рисков.*
- Успешные и неуспешные стратегии управления рисками. Другой принципиальный момент, который необходимо усвоить в качестве урока – это опыт успешных или неуспешных стратегий предотвращения рисков. Использование устоявшихся классификаций рисков предоставляет разумный метод группирования схожих рисков. В силу этого не составляет труда детально изучить стратегии управления рисками, ранее приводившие к успеху или неудачам.*

Таким образом, весь процесс управления рисками можно отобразить следующим образом (рисунок 2.3).



Рисунок 2.3 – Схема процесса управления рисками

В заключение данного раздела настоящего учебного пособия можно сделать следующие выводы:

1) Любая сфера человеческой деятельности, в особенности предпринимательство, связана с принятием решений в условиях неполноты информации. Неполнота и неточность информации об условиях осуществления той или иной деятельности называется неопределенностью. Причинами неопределенности являются три основных группы факторов: незнание, случайность и противодействие. В результате действия неопределенности поставленная цель может быть достигнута не в полной мере или не достигнута вообще. Такое несовпадение полученного результата с намеченным в момент принятия решения характеризуется такой категорией как риск.

2) На данный момент оценка риска и управление им представляет собой специфическую сферу менеджмента (риск-менеджмент), которая

с начала 90-х годов XX века выделилась в особую область знаний.

3) Управление рисками предпринимательской деятельности следует рассматривать как многоступенчатый процесс, обеспечивающий всестороннюю оценку различных видов рисков и снижение их возможных негативных последствий. Цель этого процесса – избежать превышения допустимого уровня негативных последствий, связанных с рисками.

Кейс. Оценка предпринимательских рисков на стадии бизнес-планирования

Суть предпринимательского проекта заключается в организации строительства многофункционального спортивного комплекса на территории Центрального стадиона г. Магнитогорска. Цель строительства спортивного комплекса: формирование единой прогулочной рекреационной зоны, связанной с парком, набережной, территорией центрального стадиона и спортивно-развлекательными объектами территории аквапарка города Магнитогорска.

Основные показатели оценки экономической эффективности рассматриваемого предпринимательского проекта по организации строительства многофункционального спортивного комплекса на территории Центрального стадиона г. Магнитогорска представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1

Показатели эффективности Проекта

Наименование показателя	Ед. изм.	Значение
Чистая текущая стоимость	тыс. руб.	204 182
Простой срок окупаемости	лет	5 лет 8 месяцев
Дисконтированный срок окупаемости	лет	7 лет 3 месяца
Индекс доходности (рентабельности) инвестиций	%	2,25
Внутренняя норма доходности (IRR)	%	17%

Необходимо выполнить описание риска, связанного с реализацией рассматриваемого предпринимательского проекта, согласно таблице, представленной ниже.

Рабочая таблица для выполнения описания риска

Тип риска	Причина риска	Условие	Воздействие	Описание ущерба

Список рекомендуемой литературы

1. Богданова, Е.Л. Экономико-математическое моделирование в риск-менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Л. Богданова, К.А. Соловейчик, К.Г. Аркина. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2017. – 198 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110452>. – Загл. с экрана.
2. Оценка рисков в проектном менеджменте [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.И. Капустина [и др.]. – Электрон. дан. – Ставрополь : СтГАУ, 2017. – 252 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/107207>. – Загл. с экрана.
3. Кудрявцев, А.А. Введение в количественный риск-менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / А.А. Кудрявцев, А.В. Радионов. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2016. – 192 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/78092>. – Загл. с экрана.
4. Фомичев, А.Н. Риск-менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / А.Н. Фомичев. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 372 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77294>. – Загл. с экрана.
5. Ларионова, И.А. Риск-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.А. Ларионова. – Электрон. дан. – Москва : МИСИС, 2017. – 31 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/108029>. – Загл. с экрана.
6. Страхование дело и инструменты страховой защиты в риск-менеджменте [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Г. Бадалова [и др.]. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 136 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/77286>. – Загл. с экрана.
7. Энциклопедия финансового риск-менеджмента [Электронный ресурс] / В.Е. Барбаумов [и др.] ; под ред. А. А. Лобанова, А. В. Чугунова. – Электрон. дан. – Москва : Альпина Паблишер,

2016. – 932 с. – Режим доступа:
<https://e.lanbook.com/book/95371>. – Загл. с экрана.
8. Суворова, А.П. Риск-менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.П. Суворова, О.М. Репина. – Электрон. дан. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. – 176 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/114677>. – Загл. с экрана.
 9. Репина, О.М. Риск-менеджмент: практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.М. Репина. – Электрон. дан. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. – 120 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/95720>. – Загл. с экрана.
 10. Панютин, А.Н. Управление финансами и предпринимательские риски [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Панютин. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2014. – 48 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/55698>. – Загл. с экрана.
 11. Остапенко, Е.А. Финансовая среда и предпринимательские риски [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.А. Остапенко, С.Ю. Шамрина. – Электрон. дан. – Ставрополь : СтГАУ, 2017. – 271 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/107229>. – Загл. с экрана.
 12. Экономические риски в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : методические указания / сост. О. М. Мушкарова, М. Ф. Михеева. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2018. – 24 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/111137>. – Загл. с экрана.
 13. Замбржицкая Е.С., Литвинов И.А., Тиханова Е.И. Особенности оценки рисков при расчете финансовых показателей эффективности инвестиционных проектов // В сборнике: Альтернативные пути преодоления глобального экономического кризиса Международная научно-практическая конференция. 2013. С. 273-283.

3 ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

3.1 Понятие и сущность инновационного предпринимательства



Основным трендом развития экономики развитых стран сегодня является ориентир на разработку и внедрение инноваций.

Под **инновациями** традиционно понимают оформленный результат фундаментальных или прикладных исследований, разработок, экспериментальных работ в

какой-либо сферы деятельности с последующей его коммерциализацией и, как следствие, получения сверхприбыли.

Для целей дальнейшего изложения материала в рамках настоящего учебного пособия необходимо сформулировать также и само понятие инновационной деятельности как процесса.

Инновационная деятельность – деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и улучшения качества выпускаемой продукции, совершенствования технологии ее изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежных рынках.

Инновации выполняют в экономике определенные функции, основные из которых представлены на рисунке 3.1.

Следующим важным моментом в понимании сущности инноваций является их классификация, которая может быть выполнена по разным классификационным признакам.

Воспроизводственная

- Означает , что инновация представляет собой важный источник финансирования **расширенного воспроизводства**. Смысл этой функции состоит в получении прибыли от инновации и использовании ее в качестве источника финансовых ресурсов.

Инвестиционная

- означает, что прибыль от инновации может быть **использована для инвестирования по различным направлениям**, в том числе и в качестве капитала. Этот капитал может направляться на финансирование новых видов инноваций.

Стимулирующая

- Прибыль служит **стимулом** для предпринимателя для внедрения новых инноваций; побуждает его постоянно изучать спрос, совершенствовать организацию маркетинговой деятельности, применять современные методы управления финансами.

Рисунок 3.1 – Основные функции инноваций и их краткая характеристика

Классификация инноваций по основным признакам для целей осуществления предпринимательской деятельности представлена на рис. 3.2.

Важную роль в разработке и внедрении инноваций играют предприниматели. Именно они в ряде случаев являются создателями (работчиками) продуктовых и улучшающих инноваций.

При этом важно понимать, что не всякое предпринимательство является инновационным, в то время как любая инновационная деятельность в некотором смысле является предпринимательской.

С учетом данного факта в теорию предпринимательского дела введено отдельное понятие «инновационное предпринимательство», под которым предлагается понимать некую коммерческую деятельность целью, которой является получения прибыли за счет создания и распространение инноваций во всех сферах народного хозяйства.

По степени значимости в экономическом развитии	<u>Базисные инновации</u> направлены на освоение новых поколений машин и материалов и основаны на принципиально новых технологиях.
	<u>Улучшающие инновации</u> служат распространению и совершенствованию освоенных поколений техники и технологии, улучшению параметров производимых товаров и технологий их производства.
	<u>Псевдоинновации</u> (направлены на некое видоизменение существующих объектов). Под видоизменениями подразумеваются эстетические, а также незначительные технические и внешние изменения в продукте, которые не оказывают существенного влияния на параметры, свойства, стоимость продукта.
По причинам возникновения	<u>Реактивная инновация</u> это обеспечивающая выживание фирмы инновация как реакция на нововведения, осуществленные конкурентом.
	<u>Стратегическая инновация</u> это инновация, внедрение которой носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.
По объекту инновационной деятельности	<u>Продуктовые инновации</u> включают разработку и внедрение новых или усовершенствованных продуктов.
	<u>Процессные инновации</u> это разработка и внедрение новых или значительно улучшенных производственных методов, предполагающих применение нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса.

Рисунок 3.2 – Классификация инноваций по различным признакам

3.2 Российский и европейский опыт становления и развития инновационного предпринимательства



В настоящее время Правительство Российской Федерации активно занимается развитием инновационного предпринимательства в России. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (год принятия документа:

2008г.) определила основные направления перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития страны.

В соответствии с указанным документом для создания эффективной национальной инновационной системы в РФ необходимо:

- повысить спрос на инновации со стороны большей части отраслей экономики;
- увеличить эффективность сектора генерации знаний (фундаментальной и прикладной науки);
- преодолеть фрагментарность инновационной инфраструктуры, поскольку многие ее элементы созданы, но не поддерживают инновационный процесс на протяжении всего процесса генерации, коммерциализации и внедрения инноваций.

Для формирования в России слоя инновационных предпринимателей необходимо обратиться к опыту развитых стран.

Структурно основные модели инновационного развития экономически развитых стран представлены на рис. 3.3.

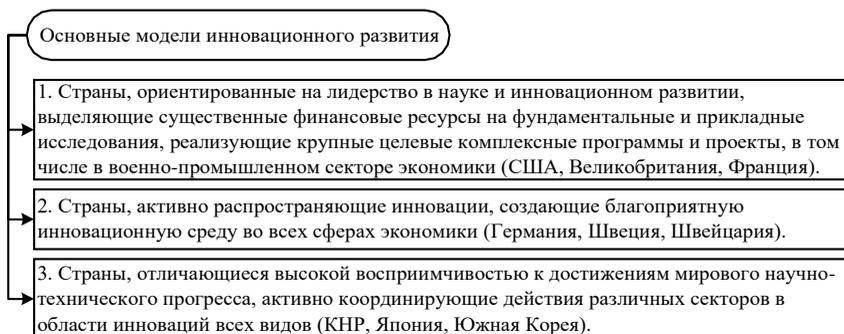


Рисунок 3.3 – Основные модели инновационного развития экономически развитых стран

В странах с развитой рыночной экономикой государство несет от 20 до 50% национальных научных инновационных расходов по развитию и поддержке инноваций, по стимулированию развития малого инновационного предпринимательства.

Доля затрат на исследовательские работы и инновационные разработки в общей сумме государственных расходов невелика, но в последние 20 лет достаточно стабильна. Она составила в:

- США 6–7%,
- Германии, Франции, Великобритании и Италии – 4–5%,
- Японии – 3–5%.

Таким образом, анализ опыта развитых стран по вопросу развития инновационного предпринимательства позволяет сделать вывод об

обязательном участии государства в решении данного вопроса. Нерешенным остается вопрос в какой момент и каким образом государство должно участвовать в формировании инновационного предпринимательства в России. Для обозначения возможных вариантов решения указанной проблемы необходимо определить основные этапы формирования предпринимательских структур. В общем виде, укрупнено, указанные этапы можно представить следующим образом (рис. 3.4).

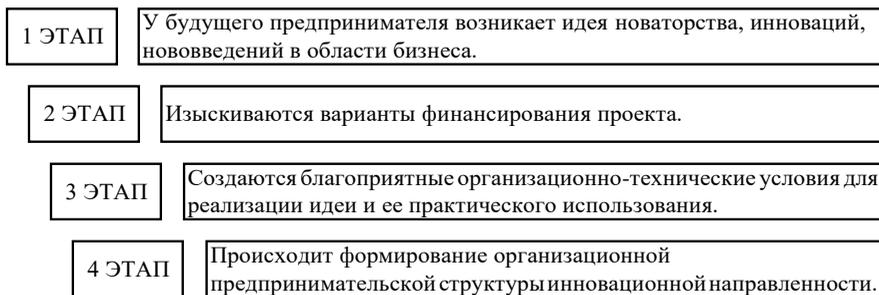


Рисунок 3.4 – Основные этапы формирования предпринимательских структур

Вмешательство государства является целесообразным на втором этапе (финансирование проекта) и третьем этапе (создание благоприятных условий для реализации инноваций). При этом наиболее важным является оказание государственной помощи именно в вопросах финансирования проекта.

Финансирование инновационных предпринимательских проектов всегда сопряжено с высоким уровнем риска, который необходимо оценивать по специальным методикам. Методические аспекты разработки инновационных инвестиционных проектов и бизнес-планов требуют отдельного изучения. Важным является понимание того, что указанному вопросу необходимо уделять должное внимание как непосредственно предпринимателю, работающему с инновационными разработками, так и государству, оказывающему помощь в финансировании инновационных предпринимательских проектов. Риск неудачи именно инновационных проектов предпринимателей существенно выше, чем указанный риск у функционирующих на рынке представителей крупного и среднего бизнеса. Основная причина заключается в наличие большого количества специалистов как технического, так и экономического и юридических профилей, работающих в рамках проектной группы по созданию инноваций, в то время как инновационное предпринимательство предполагается некий элемент единоличной работы предпринимателя над своим проектом.

Таким образом, в заключение данного раздела настоящего учебного пособия можно сделать вывод, что инновационное предпринимательство является одним из эффективных векторов развития экономики развитых стран. Уровень развития в России инновационного предпринимательства находится не на должном уровне. Для повышения эффективности российского инновационного предпринимательства необходимо обратиться к опыту развитых стран, в основе которого активное участие государства. Для определения вариантов участия государства были определены этапы формирования инновационных предпринимательских структур. В качестве наиболее проблемных и требующих участие государства были определены следующие: финансирование и создание благоприятных условий.

Рекомендуемая литература по теме

1. Ельмеева И. Г. Инновационное предпринимательство в России: положение среди мировых лидеров инновационной деятельности // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 296-299. – URL <https://moluch.ru/archive/52/6745/> (дата обращения: 30.09.2018).
2. Крутилина С.Ф. Инновационное предпринимательство // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/05/24050> (дата обращения: 30.09.2018).
3. Нестеров А.К. Инновационное предпринимательство [Электронный ресурс] // Образовательная энциклопедия ODiplom.ru - Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/innovacionnoe-predprinimatelstvo.html> - (Дата обращения: 30.09.2018)
4. Усманова К.Ф., Козлова Т.В., Замбрицкая Е.С. Цивилизованное молодежное предпринимательство в Европе и реализация его в России: Магнитогорск – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та, 2017.- 95с.
5. Фонотов, А.Г. Россия: инновации и развитие [Электронный ресурс] / А.Г. Фонотов. – Электрон. дан. – Москва : Издательство "Лаборатория знаний", 2015. – 434 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70756>. – Загл. с экрана.
6. Кристенсен, К. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост [Элек-

- тронный ресурс] / К. Кристенсен, М. Рейнор ; пер. с англ. Е. Калининой. – Электрон. дан. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 290 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/87911>. – Загл. с экрана.
7. Инвестиции и инновации [Электронный ресурс] : учебник / В.Н. Щербаков [и др.]. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2017. – 658 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91224>. – Загл. с экрана.
8. Кристенсен, К. Закон успешных инноваций: Зачем клиент «нанимает» ваш продукт и как знание об этом помогает новым разработкам [Электронный ресурс] / К. Кристенсен ; под ред. А. Черникова ; пер. с англ. Е. Бакушевой. – Электрон. дан. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 268 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/101073>. – Загл. с экрана.
9. Гарипова, Г.Р. Управленческие инновации: состояние и перспективы развития [Электронный ресурс] : монография / Г.Р. Гарипова, А.И. Шинкевич. – Электрон. дан. – Казань : КНИТУ, 2015. – 172 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/102148>. – Загл. с экрана.
10. Кристенсен, К. Что дальше? Теория инноваций как инструмент предсказания отраслевых изменений [Электронный ресурс] / К. Кристенсен ; пер. Е. Калинина. – Электрон. дан. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 400 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/87808>. – Загл. с экрана.
11. Замбрицкая Е.С., Самохин М.В. Определение ставки дисконтирования для инновационных инвестиционных проектов (связанных с импортными поставками) // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2014. Т. 2. С. 238-242.
12. Замбрицкая Е.С., Тихонова Е.И. Совершенствование методики оценки эффективности инновационных инвестиционных проектов // В сборнике: Проблемы совершенствования управления социально-экономическими и политическими процессами в современном обществе Материалы научно-практической конференции. 2013. С. 214-221.
13. Замбрицкая Е.С., Тиханова Е.И. Особенности бизнес-планирования инновационных инвестиционных проектов // Ученые записки факультета экономики и права МГТУ. 2012. № 1 (1). С. 53-56.

14. Замбрицкая Е.С., Островский А.Л. Проблематика развития инновационного предпринимательства в России // В сборнике: Современная модель управления: проблемы и перспективы материалы научно-практической конференции. 2018. С. 63-66.

4 КУЛЬТУРА И ЭТИКА В ЕВРОПЕЙСКОМ БИЗНЕСЕ

4.1 Понятие этики предпринимательской деятельности



Всеми признается большая, чрезвычайно важная роль культуры и этики в деятельности как самого руководителя, так и всего персонала фирмы, организации. В то же время в современной теории управления нет единых, устоявшихся точек зрения на эту проблему. Это связано с тем, что далеко не все исследова-

тели сходятся во мнении о том, что в своей деятельности организация должна отдавать большой приоритет именно этической стороне своей деятельности. Это вовсе не говорит о полном игнорировании этики предпринимательства. Это говорит, скорее, о примате законодательных, официальных источников деятельности фирм, а этическая сторона вопроса рассматривается как дополнение.

Однако мы понимаем, что культура и этика чрезвычайно важны для предприятия. Сфера организационной культуры – это сфера символов, знаков, смыслов. Через управление ими можно качественно повысить работоспособность и мотивацию коллектива. Обладая высокой управленческой культурой, руководитель способен оказать качественное влияние на своих подчиненных, мотивировать их к работе на новом уровне, вовлечь в круг своих интересов, что, в конечном итоге, принесет благо всей организации в целом. Поэтому важность этических и культурных ориентиров бизнеса под сомнение сегодня практически уже не ставится.

Этика – одна из древнейших теоретических дисциплин, объектом изучения которой выступает мораль. Для обозначения учения о нравственности сам термин «этика» был введен еще Аристотелем, который отмечал, что этика «помогает познать, что следует делать и от чего следует воздержаться». Этика как наука обобщает, систематизирует, ранжирует нравственные ориентиры, принципы и нормы.

Этика в обществе – прежде всего отрасль знания, особая наука, позволяющая рассматривать и оценивать человеческие отношения, а также поведение людей с точки зрения их соответствия некоторым разумным, общепринятым в человеческом обществе нормам. Этика как невидимая

скрепа «держит» на себе все общественные институты, политические и неполитические, такие как: институт власти, институт семьи, предпринимательства, кровной мести и многие другие.

Под этикой можно понимать реализацию в практической деятельности человека норм, выработанных обществом на определенном этапе исторического развития. С точки зрения норм этики, общество классифицирует поведение людей либо как этическое, либо как неэтическое. И мы должны провести грань между этикой как неким идеалом и этикой как действием. Мы полагаем, что предпринимательская этика должна включать оба аспекта.

В разделе об этике существует еще одно понятие «профессиональная этика», которая часто ассоциируется с этикой делового поведения. Мы под деловой этикой понимаем нормы поведения предпринимателя, требования, которые предъявляются всем культурным сообществом к его стилю работы, характеру общения с людьми и социальному облику.

Этика бизнеса (или предпринимательская этика) – это, на наш взгляд, совершенно особый вид этики. Это этика действия, это определенный процесс, в ходе которого предприниматель определяет некие стандарты этического характера в отношении проблем, возникающих в организации. Он их самостоятельно анализирует, делает вывод и несет личную, профессиональную ответственность за все принятые решения. В нашем определении можно выделить нормативную составляющую – это само содержание этических стандартов, и процессуальную – это действия, которые позволяют этический стандарт воспроизводить.

Другие исследователи выделяют больше компонентов. Так, этика предпринимательства Трошева И.В. включает 4 компонента:

1) Ценности: убеждения, мнения, отношения людей, общества в целом к таким понятиям, как свобода, справедливость, честность, лояльность, нейтральность и ответственность, терпимость.

2) Стандарты и нормы: принципы, определяющие действия людей, и служащие для руководства и контроля за их поведением (законы, кодексы).

3) Внешняя среда: условия, в которых протекает деятельность людей: политические, социальные, культурные и т.д.

4) Поведение людей: формы деятельности людей, ориентированные на ценности данного общества в рамках определенных стандартов и норм.

Мы разделяем позицию авторов, приведенную выше. Этот перечень позволяет, с одной стороны, этическую составляющую в работе

предпринимателя связать с общечеловеческой этикой, соотнести нормы и ценности с теми, что существуют в обществе в целом. С другой стороны, они направлены на внутренний контроль, на координацию деятельности всего персонала в целом. С третьей стороны, такой подход позволяет выводить свою организацию на внешний уровень.

Чтобы упростить задачу, мы предлагаем еще одну классификацию. Чтобы поведение в сфере бизнеса отвечало определенным нормам и стандартам, необходимо как минимум три компонента:

1) Внутренний контроль (моральные принципы и сознание самого человека).

2) Внешний контроль (законы этики, этические кодексы, этические принципы)

3) Механизм решения этических дилемм. Этическое обучение [1, с.19].

Таким образом, важность этической составляющей для бизнеса очевидна. Она позволяет, с одной стороны, качественно управлять коллективом, реализуя внутренние задачи. Но это невозможно сделать без достижения цели по этическому обучению. Это – основная задача руководителя.

Кейс. Этика в условиях конкуренции

Екатеринбургский концерн «Калина» обратился в «Роспатент» с просьбой аннулировать регистрацию товарного знака «Кедровый бальзам» московской компании «Торн». Крупнейший парфюмерно-косметический концерн страны полагает, что москвичи имитируют оформление и название его зубной пасты «Лесной бальзам». Это подтвердил и опрос социологов, показавший, что 60% потребителей путают при покупке «Кедровый» и «Лесной» бальзам.

Независимая экспертиза «Роспатента» не поддержала претензии «Калины»: семантический анализ показал, что кедр и лес – разные понятия. Кроме того, «Торн» потратил на рекламу своей марки более \$2 млн. – почти в два раза больше, чем «Калина».

Задание: Проанализируйте ситуацию и скажите, прав ли концерн «Калина». Является ли юридический путь доказать свою правоту единственным для урегулирования сложившейся ситуации? Как можно использовать этический подход в данном случае?

4.2 Понятие культуры предпринимательской деятельности



Культура предпринимательства является неотъемлемым элементом организации предпринимательской деятельности в целом. Культура – это совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей. Есть множество определений культуры. Это зависит от подхода, который ученый практикует: деятельностный подход делает упор на преобразовательной деятельности, ценностный – делает упор на характеристику тех базовых компонентов, которые культуру составляют, технологический – рассматривает все объекты, созданные цивилизацией на определенном витке человеческого развития.

В других научных источниках под культурой понимается исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях. В переводе с латинского культура понимается как «возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание». Следовательно, в общечеловеческом понимании культура – многостороннее, комплексное понятие, характеризующее различные аспекты жизни, деятельности, поведения людей, их объединений (групп), общества в целом на определенном историческом этапе своего развития.

Культура предпринимательства в общем разделе по культуре должна рассматриваться, на наш взгляд, отдельно, потому что у нее своя специфика. Она определенно лежит в поле ценностного подхода. И ее можно вполне определить как весьма четкую, определенную, конкретную сложившуюся совокупность принципов, приемов, методов и способов осуществления предпринимательской деятельности всеми субъектами экономических взаимодействий в соответствии с действующими в обществе правовыми нормами, обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса.

Предпринимательская деятельность – это, прежде всего, свободная деятельность дееспособных граждан и (или) их объединений. Но экономическая свобода в осуществлении предпринимательской деятель-

ности вовсе не означает полную свободу. Это не означает, что ее предпринимательской деятельности свободны от неисполнения установленных принципов и методов регулирования предпринимательской деятельности. Экономическая свобода является основой культуры предпринимательства. И в этом отношении она вовсе не означает проявления вседозволенности для каких-то ее участников. Государство устанавливает определенные преграды для ограничения проявления вседозволенности и неограниченной экономической свободы отдельными представителями предпринимательской деятельности. Это делается для того, чтобы защитить интересы и экономическую свободу всех участников предпринимательства, других субъектов рыночной экономики, да и всего общества в целом.

Культура предпринимательства означает наложение ограничений на свои экономические действия, при этом эти ограничения накладываются добровольно. Таким образом, первым всеобщим элементом культуры предпринимательства является ее законность. В этом отношении самостоятельность и экономическая свобода субъектов предпринимательской деятельности противопоставлены их своеволию, неоправданной инициативе в области экономических операций. Поэтому государство устанавливает меры и формы ответственности за нарушение предпринимателями правовых норм. Наказывается многое: от неуплаты налогов до стремления к монополизации, лжепредпринимательство, недобросовестная конкуренция и т.д.

Второй элемент предпринимательской культуры – выполнение обязательств и обязанностей, вытекающих из всех документов, которыми регулируется предпринимательская деятельность. Эти правовые акты могут проистекать из договорных отношений, сопровождающих сделки, а также из из обычаев делового оборота. Это уже другая сторона предпринимательства, этическая, которая направлена на то, чтобы вторая сторона не понесла не просто имущественный ущерб, но и моральный. Второй стороной в данном случае могут быть партнеры, конкуренты, потребители, наемные работники и т.д.

Третий элемент предпринимательской культуры – соблюдение этических норм, включающих как профессиональную этику в целом, так и этические кодексы фирмы, если таковые сложились. Сюда же относятся общепринятые правила осуществления бизнеса, уровень культуры и воспитания самого предпринимателя, степень его притязаний, соблюдение обычаев и нравов, действующих в обществе, уровень профессионализма в области управления и многое другое. Это важно по-

тому, что предприниматель вступает в отношения с разными субъектами: начиная от государства и общества в целом, которое представлено потребителями, заканчивая теми, с кем он контактирует постоянно: со служащими, с партнерами, с конкурентами и другими хозяйствующими субъектами. Таким образом, предпринимательская деятельность направлена на извлечение прибыли. Но исключительно на законных основаниях.

Многие исследователи обращались не только к самому понятию «предпринимательская культура», но и пытались выявить истоки: почему предпринимательская культура в странах складывалась определенным образом. Так, М. Вебер считал, что становление цивилизованного предпринимательства связано с протестантской, аскетической духовной традицией. Поэтому, с его точки зрения, предпринимателю чужда показная роскошь и расточительство, упоение своей властью.

Другие исследователи выделяют иные атрибуты, которыми можно охарактеризовать ту или иную предпринимательскую культуру. Они к ним относят: осознание себя, своего места в организации, коммуникационную систему и язык общения, внешний вид, привычки и традиции в области совместного приема пищи, осознание времени и отношения ко времени личному и рабочему, взаимоотношение между людьми, набор ценностных ориентаций, вера в идеалы, процесс личностного роста работника, мотивация и т.д.

Культура предпринимательства в целом зависит от формирования культуры предпринимательских организаций, культуры самих предпринимателей, от предпринимательской этики, делового этикета и многих других элементов, к факторам формирования которых еще одна группа исследователей относит: предмет предпринимательской деятельности; организацию предпринимательской деятельности; мотивацию собственника фирмы и служащих; уровень управленческой культуры; наличие особого стиля управления, который способствует достижению ведущих позиций на рынке; создание таких условий деятельности служащих, которые способствуют осознанию их полной причастности к результатам деятельности фирмы; наличие четких, определенных представлений о ценностях, к которым стремится фирма и т.д.

Итак, формирование такой корпоративной культуры наряду с другими факторами обеспечивает предпринимательский успех. Отдельные исследователи считают, что можно вполне определить, культурна ли фирма. Они выделяют ряд критериев. В виде вопросов, на которые нужно ответить: насколько готова организация к риску и нововведе-

ниям; насколько направлена активность сотрудников на решение главных целей; не поощряются ли конформизм, индивидуализм; ориентировано ли стимулирование работников на конечные индивидуальные результаты и т.д.

Стоит отдельно сказать о факторах, влияющих на организационную культуру. Исследователи выделяют пять таких факторов: точки концентрации внимания высшего руководства, реакция руководства на критические ситуации, возникающие в организации; отношение к работе и стиль поведения руководителей; критериальная база поощрения сотрудников; база отбора, назначения, продвижения и увольнения из организации.

Существует группа вторичных факторов: структура организации, система передачи информации, дизайн и оформление помещения, мифы в коллективе, нормы и положения о смысле существования фирмы. Положения о философии и целях организации, сформулированные в виде принципов работы организации, набора ее ценностей, заповедей, которым необходимо следовать.

Таким образом, этические нормы в предпринимательстве представляют собой совокупность признаков поведения граждан, осуществляющих предпринимательскую деятельность в различных сферах экономики, направленную на удовлетворение потребностей рынка, конкретных потребителей, общества и государства в целом.

Кейс. Анализ действий компаний с различных позиций

Рассмотрим следующие три гипотетических примера.

Пример 1. Фармацевтическая компания XYZ производит лекарственный препарат, ослабляющий головную боль при мигрени. Он продается в США и сначала считался достаточно безопасным для продажи без рецепта. Однако после его широкого распространения выясняется, что его побочным эффектом у значительного числа пациентов оказывается острая депрессия, иногда служащая причиной самоубийств. Поэтому препарат признан слишком опасным для продажи его в США без рецептов и разрешен к употреблению только под контролем врача. Врачей предупредили об опасном побочном эффекте препарата и рекомендовали строго следить за симптомами возникновения депрессии у их пациентов. Кроме США препарат продается и во многих других странах. После принятого в США решения об ограничении условий его про-

даже аналогичные решения были приняты еще в ряде стран. Но в некоторых странах такие решения не были приняты. Фармацевтическая компания XYZ продолжает там продавать этот препарат. Он продается без рецепта, а информация о возможности его опасных побочных эффектов отсутствует.

Пример 2. Фармацевтическая компания MNO разрабатывает и испытывает препарат для диабетиков, который несколько более эффективен, чем инсулин. После некоторого периода его употребления выясняется, что он вызывает раковое заболевание. В Соединенных Штатах его к продаже запрещают. Фармацевтическая компания MNO продолжает сбывать его в странах, где он к продаже не запрещен.

Пример 3. Фармацевтическая компания ABC разрабатывает препарат, способствующий лечению глаукомы. На рынке нет другого эффективного препарата для лечения этой болезни. После довольно широкого его употребления выясняется, что в ряде случаев препарат приводит к раковому заболеванию. В Соединенных Штатах препарат снимается с продажи. Но фармацевтическая компания продолжает продавать его в странах, где он не запрещен.

Задание: Приведенные три примера поднимают ряд разных вопросов. Дайте свое видение разрешения данных ситуаций. Оправдано ли морально действие компаний, а если нет, то почему?

4.3 Анализ организационной культуры и этики зарубежных компаний



Корпоративную культуру мы можем себе представить как корпоративные ценности и нормы, писанные и неписанные правила, по которым живет организация, это также определенная система корпоративных коммуникаций, направленных на достижение баланса интересов внутри компании.

Существуют определенные различия в корпоративной культуре западной и российской. Западная модель сегодня заметно влияет на культуру российского бизнеса, которая нахо-

дится в стадии формирования. Хотя западные компании активно работают на российском рынке, и одновременно происходит адаптация западной модели к российским реалиям. Если говорить в этом отношении о международных компаниях, то их эффективность работы от таких процессов только повышается.

Компетенции, закрепленные в стереотипах «российская корпоративная культура» и «западная корпоративная культура» сильно отличаются друг от друга. Главным отличием является ориентация на власть в российской культуре и ориентация на задачу в западной. Поэтому по своим внутренним характеристикам западная модель значительно более упорядочена, она более ориентирована на персонал, а не на руководство.

Следствием этого является то, что отношение у персонала к корпоративной культуре разное. Если в российской культуре, ориентированной на власть, если и происходит осознание ценностей корпоративной культуры, то с трудом, она во многом насаждается сверху, то в западных компаниях достигнута высокая степень осознания собственной корпоративной культуры, особенно ее идеологической составляющей. Западные компании стремятся к тому, чтобы ценности корпоративной культуры были закреплены документально, через формулировку миссии организации.

Стоит отдельно остановиться на оптимальной схеме управления самим процессом формирования корпоративной культуры. Преобладающим мнением среди специалистов является не закрепление этой задачи за отдельным отделом компании, а их совместная работа.

Как оценить уровень развития корпоративной культуры организации? Мы полагаем, что это возможно сделать через измерение уровня мотивации сотрудников, имиджевые показатели компании среди клиентов, ее репутацию в качестве работодателя. Мы понимаем, что развитие корпоративной культуры – это инвестиции не только в существующую стабильность, но и во многом – в будущую перспективу. Хотя вряд ли можно ожидать прямого влияния корпоративной культуры на текущую экономическую эффективность организации.

Для того чтобы полностью разделять ценности компании, нужны изменения в самосознании всего коллектива, приверженность и последовательность. Для всего этого требуется время. При этом надо отдавать себе отчет, что, возможно, должно смениться несколько поколений служащих. Поэтому это огромная работа на будущее организации.

Западные партнеры переносят на отечественный рынок достижения десятилетий. В связи с этим отличия западной и российской культуры состоят в том, что западная культура понятна и прозрачна, а в российских компаниях больше стихийности и неопределенности.

Можно разделить зарубежные компании на европейские, американские и азиатские. у них есть определенные различия в культуре. Европейские – самые бюрократизированные, американские, напротив, – самые демократичные (там не принято обращение на «Вы», и в списке адресов электронной почты вы сможете найти координаты всех сотрудников – от секретаря до генерального директора). Тем самым в американских организациях провозглашается принцип «открытых дверей», когда можно прийти к руководителю и решить любые вопросы. Есть пример компаний, где соблюдается 40-часовая рабочая неделя, но планировать день сотрудник может по-своему. Компания Google (лучший работодатель – 2006) разрешает приходить на работу со своими домашними животными.

Азиатские компании отличает семейственность и иерархичность, медленное и чрезвычайно взвешенное принятие решений. Так, во многих японских компаниях позиции финансового и коммерческого директоров длительное время занимают муж и жена.

Западные фирмы более привлекательны своей предсказуемостью, культурой отношений и элементарной вежливостью. Однако такой тренд сохраняется лишь до определенного уровня позиций (чем серьезнее должность, тем больше решающую роль уже играют задачи и проекты).

Деловая этика (этика бизнеса) в отечественных разработках представлена с достаточной степенью декларативности, назидательности, преподносится в форме поучений и моральных норм, необходимых в бизнесе. Большое внимание уделяется этикету (телефонному, переговорному, деловой переписке, деловому стилю в одежде. Как итог: деловая этика – набор неких заповедей.

В зарубежной литературе деловая этика представлена по-другому. Правила этикета – это самостоятельная дисциплина, а наряду с нормативной подробно рассматривается управленческая, прикладная этика. Речь, в основном, идет о моральных аспектах таких функций бизнеса, как маркетинг и реклама, использовании интеллектуальной собственности, конфиденциальной информации, электронных коммуникаций, инвестировании, управлении людскими ресурсами, слиянии и погло-

щении, профессиональных услугах, охране окружающей среды, деятельности транснациональных корпораций.

Содержание понятия «деловая этика» сводится к определенной форме поведения, основой которой является уважение интересов как своей фирмы, так и ее партнеров, клиентов и общества в целом, непричинение им вреда. Подобное правило распространяется и на конкурентов (в кодексе предпринимателя во многих странах прямо запрещено наносить ущерб приемами, несвязанными с конкурентной борьбой).

Нормы этики направлены на получение благ максимальным числом участников рынка и предоставление равных возможностей доступа к ресурсам и результатам хозяйствования. Нарушение прав собственности, присвоение закрытой информации (инсайдерство), недостоверная реклама, ущемление свободы потребительского выбора, коммерческий шпионаж вызывают деформацию рыночных отношений, повышают риски и трансакционные издержки.

Основой современной деловой этики выступает социальный контракт и социальная ответственность корпорации. Социальный контракт – неформальное соглашение фирмы и ее внешнего окружения о нормах поведения, единых для всех. Обязательной составляющей этики бизнеса является социальная ответственность фирмы, которая понимается как максимальное использование ее преимуществ и сведение к минимуму негатива. Это достижимо за счет того, что вводятся системные нормы в процессы в виде «правил игры» организации и внешней среды (к которой относят, как правило, конкурентов, поставщиков, потребителей, консультантов (аудиторов), государственные и муниципальные органы, нормативно-правовые акты, сложившуюся систему ценностей и норм поведения). Важными характеристиками внешней среды являются взаимосвязанность, сложность, подвижность, неопределенность, описывающие особенности факторов среды, в которой функционирует корпорация. Также введение общих правил предполагает формирование системы контроля за их соблюдением.

Характерной особенностью является и необходимость постоянного пересмотра норм, определяющих их поведение. Демократические институты современного общества сформировали такие механизмы общественного контроля, где основой является информационная прозрачность, ключевую роль играют СМИ, а также сеть общественных организаций. Таким образом, рассмотренные направления нормирования процессов ориентированы на упорядочивание процессов в системе, придание ее развитию позитивной направленности.

Этика бизнеса действует на нескольких иерархических уровнях. Мировой уровень – нормы высшего порядка, основанные на общечеловеческих ценностях и зафиксированные в «Принципах международного бизнеса» – всемирном этическом кодексе, принятом в 1994 г. в Швейцарии представителями ведущих компаний и консультантов бизнеса из США, Западной Европы и Японии.

В сжатом виде они сводятся к: социальной ответственности бизнеса (создание общественных благ, рабочих мест, повышение уровня жизни клиентов, служащих и акционеров, а также населения); модернизации технологий, методов производства, маркетинга и коммуникаций; повышению доверия к бизнесу (при сохранении коммерческой тайны – искренность, честность, выполнение обещаний); уважению правовых норм и обеспечение равных возможностей в конкуренции; признанию верховенства этических норм (некоторые сделки, разрешенные законом, могут быть неприемлемы с точки зрения морали); содействию свободе многосторонней торговли и др. Особо выделяются моральные обязательства компаний и предпринимателей по отношению к: покупателям; работникам; владельцам и инвесторам; поставщикам; конкурентам; местному населению.

Гипернормы главенствуют по отношению к национальным, отраслевым и корпоративным этическим кодексам и нормам. Национальные нормы – это этические постулаты, реализуемые в отраслевых или в национальных кодексах этики бизнеса (например, «Двенадцать принципов ведения дел в России»). Важнейшими тут являются уважение частной собственности и рыночной конкуренции, достоверность информации, отсутствие несправедливой дискриминации на рынке труда. Корпоративный уровень – это принципы доверия и отсутствия дискриминации в отношениях между поставщиками и покупателями, персоналом и администрацией, менеджерами и акционерами и т.д. Нарушение данных правил также влечет за собой различные потери. На этом уровне решаются и частные этические проблемы, которые возникают буквально на каждом шагу, особенно в сфере управления людьми.

Разные авторы имеют неодинаковые взгляды на проблемы, связанные с взаимодействием национальной деловой и корпоративной культуры в современном мире. Одни утверждают, что транснациональная корпорация в состоянии формировать собственную корпоративную управленческую культуру, включая такую ее важнейшую составляющую, как деловая этика. Другие, напротив, полагают, что при несовпадении подходов и ценностей корпоративной и национальной деловой культур в конечном итоге доминирует национальная деловая культура.

Подтверждением этой позиции является ставшая хрестоматийной неудачная попытка компании «МакДоналдс» приучить российских служащих радостно («по-американски») улыбаться посетителям (в России радостно улыбаться первому встречному не принято, внимание и доброжелательность традиционно выражаются иными знаками невербальных коммуникаций).

Таким образом, механизм формирования национальной деловой культуры необходимо рассматривать как некое подстраивание реальной существующей модели и норм на национальном уровне к нормативной деловой культуре. При этом последняя рассматривается как свод абстрактных правил, интегрирующих мировой опыт менеджмента, а не его национальные модели.

Кейс. Этические ситуации

Поразмышляйте над рядом затруднительных с этической точки зрения ситуаций, приводимых Филиппом Котлером.

Вы работаете в табачной компании и до сих пор не были убеждены в том, что курение сигареты вызывает рак. Недавно вы познакомились с отчетом об исследовании, в ходе которого со всей очевидностью установлена связь между курением и раковыми заболеваниями.

Ваш научно-исследовательский отдел усовершенствовал один из выпускаемых фирмой товаров. Товар не стал по-настоящему «усовершенствованной новинкой», но вы знаете, что появление подобных утверждений на упаковке и в рекламе повысит его сбыт.

Вас попросили пополнить «дешевый» сектор вашего товарного ассортимента упрощенной моделью, которую можно было бы рекламировать для привлечения покупателей. Товар, лишенный усовершенствований, будет не очень хорошим, но можно надеяться, что агенты сумеют уговорить покупателей приобретать более дорогие модификации. Вас просят дать «зеленый свет» созданию «раздетого» варианта.

Вы беседуете с женщиной, которая еще совсем недавно была управляющей по товару в конкурирующей фирме, и считаете, что ее можно взять на работу. Она с удовольствием расскажет вам обо всех планах конкурента на предстоящий год.

У одного из ваших дилеров на важной сбытовой территории недавно начались неурядицы в семье, и показатели его продаж упали. В прошлом это был один из самых высокопроизводительных продавцов

фирмы. Как скоро войдет в норму его семейная жизнь, неясно, а пока что большое количество продаж теряется. Есть юридическая возможность ликвидировать выданную этому дилеру торговую привилегию и заменить его.

Рекомендуемая литература по теме

1. Баранов П.А., Воронцов А.В., Шевченко С.В. Обществознание: новый полный справочник для подготовки к ЕГЭ. Москва: Аст: Астрель, 2016. С. 57.
2. Герберт А. Саймон, Дональд У. Смитбург, Виктор У.Томпсон. Менеджмент в организациях / сокр. пер. с англ. /общ. ред. А.М. Емельянова. М.: Экономика. 2003.
3. Капитонов Э.А. Корпоративная культура и PR. М.: ИКЦ МарТ. 2003.
4. Рюттингер Р. Культура предпринимательства / пер. с нем. М.: ЭКОМ. 1992. Прикладная социология и менеджмент: Хрестоматия / сост. А.И. Кравченко. М., 1998.
5. Померанцева Е.П. Модели управления персоналом: исследования, разработка, внедрение / Е.П. Померанцева. – М: Вершина, 2006. 256 с.
6. Самоукин А.И., Самоукина Н.В. Экономика и психология бизнеса. М., 2005. Сухорукова М. В. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. М., 2006. №11. Трошев В. И., Емельянов П. В., Юрьев В. М. Организационная культура. М.: ЮНИТИ, 2004.
7. Трошев И.В. Организационная культура. М. 2004.
8. Томилов В. В. Культура предпринимательства. СПб. 2000.
9. Шейн Э. Организационная культура и лидерство /пер. с англ. /под ред. В.А. Спивака. СПб. 2002.
10. Интернет-ресурс: <https://studfiles.net/preview/5799251/page:5/>.

должны быть уверены в реальности и эффективности намечаемой предпринимательской деятельности. Поэтому показатели плана должны быть достаточно обоснованными и не вызывать сомнений.

Их приукрашивание может создать недоверие у заинтересованных лиц и утрату репутации предпринимателя.

По мнению большинства специалистов в области бизнес-планирования, содержание бизнес-плана целесообразно излагать кратко и доходчиво без общих теоретических положений, расплывчатых рассуждений, перенасыщения терминологией, доступной лишь для узких специалистов. В него необходимо включать ту информацию, которая имеет непосредственное отношение к данной деятельности.

При разработке бизнес-плана применяют разные варианты его структурного построения, которые отличаются количеством, содержанием и объемами разделов.

Одной из общепризнанных организаций предлагающей стандарты для планирования предпринимательской деятельности является ЮНИДО (UNIDO – United Nations Industrial Development Organization) – организация по промышленному развитию при Организации Объединенных Наций (ООН). В 70-х годах указанная организация разработала методику по оценке инвестиционных проектов – «Руководство по подготовке промышленных технико-экономических исследований». Основными авторами руководства выступили Вернер Беренс и Питер М.Хавранек¹. В целом указанное руководство имело целью дать развивающимся странам инструмент для повышения качества планирования предпринимательской деятельности.

Методика ЮНИДО или концепция технико-экономического обоснования, впервые опубликованная ЮНИДО в 1978 г., стала принятым во всем мире стандартом.

Структура бизнес-плана по стандартам UNIDO представлена на рис. 5.2.

Рассмотрим содержание каждого из разделов бизнес-плана более детально.

Вначале оформляют титульный лист, на котором указывают заго-

¹ Официальный сайт www.unido.org

ловок бизнес-плана, дату его подготовки, авторов и ответственных исполнителей². Затем располагают оглавление (содержание), где приводят заголовки и страницы разделов и приложения.



Рис. 5.2. Структура бизнес-плана по стандартам UNIDO

Далее размещают раздел 1 «Резюме». Важно отметить, что указанный раздел формируют после разработки других разделов бизнес-плана, когда появляется полная ясность о намерениях и предполагаемых результатах деятельности предпринимателя. Резюме должно содержать краткое описание бизнес-идеи и ее конкурентные преимущества, а также результаты оценки эффективности проекта. Из резюме проекта заинтересованные лица должны получить необходимую информацию, убедиться в новизне, привлекательности, реальности и эффективности предпринимательской идеи.

Раздел 2 «Описание отрасли и компании» включает характеристику отрасли народного хозяйства, к которой относится планируемая

² Подготовка бизнес-плана может осуществляться непосредственно предпринимателем или узкими специалистами в области инвестиций на договорной основе.

в рамках конкретного бизнес-плана предпринимательская деятельность. Важной частью данного раздела бизнес-плана является описание компании, создание которой планируется в рамках реализации предпринимательской деятельности. При этом возможно ситуация, когда создание нового предприятия не планируется и предполагается реализация бизнес-идеи на базе существующего предприятия. В этом случае выполняется анализ финансовой устойчивости существующего предприятия и, в случае если предполагается привлечение кредитных ресурсов, оценка кредитоспособности.

Раздел 3 «Описание услуг (товаров)». В рамках данного раздела приводятся качественные показатели тех видов продукции, работ и услуг, которые планируются производить в рамках исследуемой (анализируемой) в бизнес-плане предпринимательской деятельности, указывают их потребительские, экологические и другие привлекательные свойства. Особое внимание уделяется оценке конкурентоспособности товаров, работ и услуг, планируемых к производству.

Раздел 4 «Продажи и маркетинг» предполагает формирование детального плана продаж и маркетинговой деятельности. При составлении плана продаж определяется количество единиц продукции / работ / услуг и плановая цена, соответствующая каждой ассортиментной позиции. Указанный раздел бизнес-план является одним из наиболее важным, так как на стадии планирования достаточно сложно точно спрогнозировать цену и объем продаж. Кроме того, показатели рассчитанные в рамках данного раздела бизнес-плана являются входными параметрами для расчета всей модели оценки экономической (коммерческой) эффективности проекта. Для качественного написания данного раздела предлагается выполнять отдельное маркетинговое исследование, в рамках которого специалисты по маркетингу детально изучают потенциальный спрос и прогнозную цену на планируемые к производству товары, работы и услуги. Особое внимание в данном разделе уделяется плану маркетинговой деятельности проектируемого вида предпринимательской деятельности, направленной на достижение плановых показателей, заложенных в бизнес-план.

Раздел 5 «План производства». В данном разделе описывается программа развития основного, вспомогательных и обслуживающих производств. Указанный раздел бизнес-план имеет особое значения для тех проектов, в рамках которых предполагается реализация именно производственных бизнес-процесс. В случае если производственный процесс не является стандартным и имеет элементы инновационного подхода,

то именно в данном разделе указывается соответствующая информация. При этом важно отметить, что с целью защиты секретов производства в указанном разделе идет общее понимание основных производственных процессов без их детального описания. Кроме того, важно уточнить, что бизнес-план является своего рода закрытым документом и распространяется среди ограниченного круга пользователей информации. В основном к указанной категории пользователей относятся кредитные учреждения, потенциальные инвесторы и т.д.

Раздел 6 «Организационный план» характеризует организационные аспекты проектируемой организации. Основным элементом данного раздела является формирование организационной структуры управления с последующим составлением штатного расписания. Важным элементом данного раздела может стать описание кадровой политики.

Раздел 7 «Финансовый план» показывает планируемые финансовые результаты. На данном этапе планирования предпринимательской деятельности предполагается составление таблиц для расчета финансовых результатов в разрезе планируемых периодов. В качестве планируемого периода может быть определен месяц, квартал, год. Весь интервал планирования не может быть больше периода на который привлекаются заемные средства. Оптимальным с точки зрения планирования в настоящий момент времени является срок – 5 лет.

Раздел 8 «Оценка эффективности проекта». В рамках данного раздела предполагается формирование денежных потоков и расчет основных показателей коммерческой эффективности. Указанный раздел требует минимальных знаний в области инвестиционного анализа. Более детально состав показателей и методика их расчета представлены в разделе 5.2 настоящего учебного пособия.

Раздел 9 «Гарантии и риски компании». Данный раздел является завершающим этапом планирования предпринимательской деятельности и также предполагает наличие специальных знаний в области «риск-менеджмента». Основная цель написания данного раздела в рамках конкретного бизнес-плана заключается в определении вероятных рисков и оценке возможных потерь от их реализации. Более подробно механизм оценки и управления рисками предпринимательской деятельности описан в учебном пособии «Предпринимательские риски: опыт стран Евросоюза», авторами которого являются Козлова Т.В., Замбрицкая Е.С., Карелина М.Г.

В разделе 10 «Приложения», как правило, размещают дополнительные и вспомогательные материалы по планируемой предпринимательской деятельности. Например, результаты маркетингового исследования, описание технологических параметров и самого технологического процесса в виде технологических схем. Также в приложение может быть вынесена любая полезная информация, направленная на более глубокое понимание сути планируемой предпринимательской деятельности.

5.2 Оценка коммерческой эффективности предпринимательской деятельности. Основы инвестиционного планирования и анализа



Одним из ключевых разделов бизнес-плана при планировании предпринимательской деятельности, как уже было отмечено в разделе 5.1 настоящего учебного пособия, является оценка коммерческой эффективности проекта. Для выполнения указанной оценки в целом принято использовать систему показателей, представленных на рисунке 5.3.

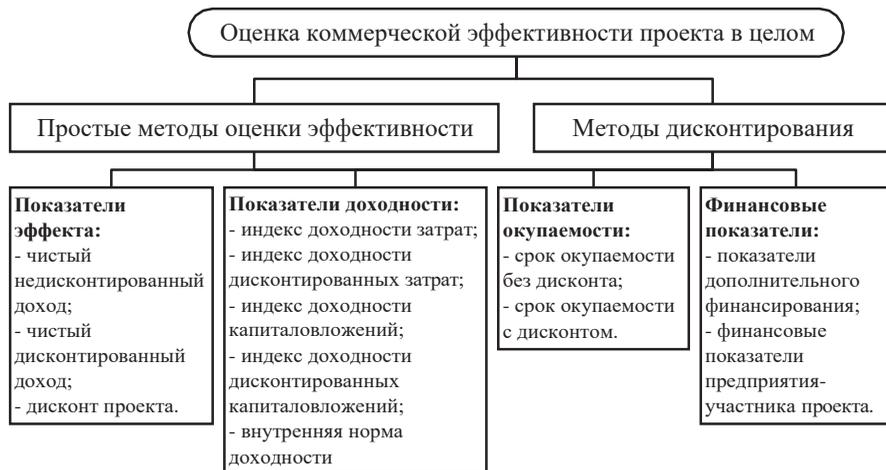


Рис. 5.3. Методы оценки коммерческой эффективности предпринимательского проекта в целом

Представленные показатели могут быть рассчитаны двумя методами оценки эффективности предпринимательского проекта: простыми

и дисконтированными.

Дисконтированные методы, в отличие от простых, учитывают временную ценность денег и дают более реалистичный прогноз о выгодности предпринимательского проекта.

Суть дисконтирования сводится к оценке будущих поступлений с позиции текущего момента. Для этого суммы денежных поступлений каждого года умножают на коэффициент дисконтирования при соответствующем уровне доходности (ставке дисконтирования). Ставка дисконтирования – это норма прибыли, которую инвесторы обычно получают от инвестиций аналогичного содержания и степени риска, т.е. это требуемый инвестором уровень доходности инвестиций.

Таким образом, для того чтобы учесть тот факт, что определенная сумма средств предлагается для инвестирования в настоящий момент при условии, что результатом будет приток денежных поступлений в последующие годы, необходимо рассчитать текущее значение будущей стоимости, используя формулу (5.1):

$$PV = \sum_{i=1}^n FV_n \cdot k_{\phi} = \sum_{i=1}^n FV_n \cdot \frac{1}{(1+r)^n}, \quad (5.1)$$

где PV – приведенная настоящая стоимость;

k_{ϕ} – коэффициент дисконтирования;

r – ставка дисконта.

Чистым недисконтированным доходом (ЧД) называется накопленный чистый доход (сальдо реальных денег, эффект) за весь расчетный период, исчисляемый по формуле (5.2):

$$\text{ЧД} = \sum_m \phi_m, \quad (5.2)$$

где ϕ_m – эффект (чистый доход, сальдо реальных денег) на m-м шаге.

Важнейшим показателем эффективности проекта является чистый дисконтированный доход (ЧДД, интегральный эффект, чистая текущая стоимость, Net Present Value, NPV) – накопленный дисконтированный чистый доход (сальдо реальных денег, эффект) за весь расчетный период, исчисляемый по формуле (5.3).

$$NPV = \sum_{i=1}^T \frac{P_i}{(1+r)^i} - \sum_{i=1}^T \frac{IC_i}{(1+r)^i}, \quad (5.3)$$

где P_i – доход i -ого, руб.;

IC_i – инвестиции i -ого, руб.;

i – год срока жизни инвестиционного проекта;

T – срок жизни инвестиционного проекта, лет;

r – ставка дисконта по инвестиционному проекту.

Для эффективности проекта необходимо и достаточно, чтобы его NPV был неотрицательным. Отрицательный NPV означает то, что вкладывать деньги в данный проект менее выгодно, чем в какой-то альтернативный. Таким образом, неэффективность проекта не есть синоним убыточности.

Разность чистого недисконтированного дохода и чистого дисконтированного дохода отражает влияние дисконтирования на величину интегрального эффекта. В западной литературе ее нередко называют дисконтом проекта, этот термин не следует смешивать с нормой дисконта, принятой для оценки эффективности проекта.

Следующая группа показателей – это показатели доходности проекта. Доходность проекта обычно характеризуется индексами рентабельности и внутренней нормой доходности.

Индекс рентабельности инвестиций (Profitability Index, PI) рассчитывается по формуле (5.4):

$$PI = \frac{\sum_{i=0}^T \frac{P_i}{(1+r)^i}}{\sum_{i=0}^T \frac{IC_i}{(1+r)^i}}. \quad (5.4)$$

Критерии оценки индекса рентабельности следующие:

$PI > 1$ – проект следует принять;

$PI < 1$ – проект следует отклонить;

$PI = 1$ – проект не является ни прибыльным, ни убыточным.

Следующим показателем доходности является внутренняя норма доходности (ВНД, Internal Rate of Return, IRR). Внутренняя норма доходности – это такая ставка дисконта, при которой чистый приведенный эффект по проекту равен нулю. Иными словами, внутренняя норма доходности является решением уравнения (5.5), где в качестве переменной величины выступает ставка дисконта.

$$\sum_{i=0}^T \frac{P_i}{(1+IRR)^i} - \sum_{i=0}^T \frac{IC_i}{(1+IRR)^i} = 0 \quad (5.5)$$

Решение такого уравнения возможно двумя способами: графическим методом и методом последовательных итераций (или методом подбора данных). Наиболее целесообразно решение данного уравнения средствами компьютерной программы Excel.

Критерии оценки внутренней нормы доходности:

$IRR > \text{Стоимость капитала}$ – проект следует принять;

$IRR < \text{Стоимость капитала}$ – проект следует отклонить;

$IRR = \text{Стоимость капитала}$ – проект не является ни прибыльным, ни убыточным.

Основными показателями окупаемости являются сроки окупаемости, исчисленные без учета и с учетом дисконтирования. Сроком окупаемости называется продолжительность наименьшего периода, по истечении которого накопленный эффект становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

Расчет комплекса указанных показателей позволяет оценить экономическую эффективность предпринимательского проекта на стадии планирования. Поэтому чем точнее будет выполнена указанная оценка, тем меньше риск принятия неверного управленческого решения в отношении рассматриваемого проекта.

5.3 Практикум: пример Бизнес-плана по организации производства пиломатериалов (создание предприятия по переработке древесины)

В рамках рассматриваемого инвестиционного проекта предполагается создание предприятия, осуществляющего переработку древесины.

Проект предусматривает строительство двух цехов, ориентированных на выполнение разных заказов:

тарная доска (используется преимущественно для производства поддонов, ящиков и прочих видов промышленной и строительной тары) – 1-ая очередь;

доска обрешечная (используется преимущественно для производства мебели, в отделочных работах, кровельных работах и т.д.) – 2-ая очередь.

Преимущества рассматриваемого инвестиционного проекта в целом могут быть сформулированы следующим образом:

Высокая инвестиционная привлекательность проекта (см. табл. «Основные показатели эффективности инвестиционного проекта»).

Основная бизнес-идея связана с производством экологически чистого материала (рост заинтересованности общественности в экологической безопасности).

Фактически безотходное производство (обрезь и горбыль (побочные продукты) могут использоваться для отопления цеховых помещений в зимнее время, опилки можно использовать для производства ДВП и ДСП).

Возможность дальнейшего расширения производства: переход от простых форм переработки древесины к глубоким (более сложным с технологической точки зрения).

Инвестиционные затраты на строительство проектируемого предприятия по производству пиломатериалов (тарная доска и доска обрезная) в разрезе строительства 1-ой и 2-ой очереди представлено в таблицах 5.1 – 5.3.

Таблица 5.1– Инвестиционные затраты на строительство 1-ой очереди

Наименование статьи затрат	Сумма, тыс. руб.
Пилорама (производство Польша)	809,00
Многопил «Авагард» (производство Россия)	496,00
Торцевой станок (производство Италия)	170,00
Погрузчик	700,00
Цеховые помещения с землей	15 000,00
ИТОГО	17 175,00

Таблица 5.2 – Инвестиционные затраты на строительство 2-ой очереди

Наименование статьи затрат	Сумма, тыс. руб.
Пилорама (производство Польша) – 2 шт.	1 618,00
Пилорама МВ-2000 (производство Россия) – 2 шт.	187,00
ИТОГО	1 805,00

Таблица 5.3 – Инвестиционные затраты (общие)

Наименование статьи затрат	Сумма, тыс. руб.
Строительство 1-ой очереди	17 175,00
Строительство 2-ой очереди	1 805,00
ИТОГО	18 980,00

Текущие затраты, связанные с ежедневным функционированием проектируемого предприятия по производству пиломатериалов, представлены в таблицах 5.4 – 5.6. За расчетный период определен 1 месяц. Таблица 5.4 – Текущие затраты на производство базового продукта «Тарная дощечка» (производственный процесс 1-ой очереди)

№ п/п	Статья затрат	Кол-во (тн.)	Цена, руб.	Сумма, тыс. руб.
1	Сырье (береза «кругляк»)	1 200,00	1 000,00	1 200,00
2	Доставка (транспортная составляющая)	-	-	-
3	Заработная плата ОПП	600,00	300,00	180,00
4	Отчисления на обязательное соц. страхование работников			54,00
6	Расходные материалы (быстроизнашивающиеся элементы)		15 000,00	15,00
7	Прочие расходы (5% от общей суммы затрат)			72,45
	ИТОГО, тыс. руб.			1 521,45

Таблица 5.5 – Текущие затраты на производство базового продукта «Доска обрезная – доска» (производственный процесс 2-ой очереди)

№ п/п	Статья затрат	Кол-во (тн.)	Цена, руб.	Сумма, тыс.
1	Сырье (сосна «кругляк»)	1 000,00	3 000,00	3 000,00
2	Доставка (транспортная составляющая)	600,00	1 200,00	720,00

3	Заработная плата ОПП	600,00	300,00	180,00
4	Отчисления на обязательное соц. страхование работников			54,00
6	Расходные материалы (быстроизнашивающиеся элементы)		15 000,00	15,00
7	Прочие расходы (5% от общей суммы затрат)			198,45
	ИТОГО, тыс. руб.			4 167,45

Таблица 5.6 – Итоговые затраты 1-ой и 2-ой очереди

№ п/п	Статья затрат	Сумма, тыс. руб.
1	Исходное сырье	4 200,00
2	Транспортные услуги	720,00
3	Заработная плата с отчислениями	538,20
4	Расходные материалы	30,00
5	Прочие расходы (5%)	274,41
6	Заработная плата АУП с отчислениями	213,20
	ИТОГО	5975,81

Текущие доходы, связанные с ежедневным функционированием проектируемого предприятия по производству пиломатериалов, представлены в таблицах 5.7 и 5.8 соответственно. За расчетный период определен 1 месяц.

Таблица 5.7 – Текущие доходы проектируемого предприятия по производству пиломатериалов (производственный процесс 1-ой очереди)

№ п/п	Наименование показателя	Значение
1	Объем производства тарной дощечки, м3	600
	Средняя стоимость 1 м3 (тыс. руб.)	4,3
2	Облезь (побочный продукт), м3	600
	Средняя стоимость 1 м3(тыс. руб.)	1,2
	Итого доход за месяц, тыс. руб.	3300

Таблица 5.8 – Текущие доходы проектируемого предприятия по производству пиломатериалов (производственный процесс 2-ой очереди)

№ п/п	Наименование показателя	Значение
1	Объем производства доски обрезной, м3	600

	Средняя стоимость 1 м3 (тыс. руб.)	7,8
2	Облезь (побочный продукт), м3	400
	Средняя стоимость 1 м3(тыс. руб.)	2,5
	Итого доход за месяц, тыс. руб.	5680

Формирование денежного потока, связанного с реализацией проекта, и расчет основных показателей эффективности представлено в таблицах ниже.

Таблица 5.9 – Формирование денежного потока (тыс. руб.) – наиболее вероятный вариант

Наименование показателя	0	1 ³	2	3	4	5
Инвестиционные затраты	- 18 980,00					
Доходы от реализации проекта (выручка (нетто))		64 656,00	107 760,00	107 760,00	107 760,00	107 760,00
Расходы, связанные с реализацией проекта		43 025,83	71 709,72	71 709,72	71 709,72	71 709,72
Прибыль	0	21 630,17	36 050,28	36 050,28	36 050,28	36 050,28
Денежный поток	- 18 980,00	21 630,17	36 050,28	36 050,28	36 050,28	36 050,28
ДП нарастающим итогом	- 18 980,00	2 650,17	38 700,45	74 750,73	110 801,01	146 851,29
Дисконтированный денежный поток	- 18 980,00	18 973,83	27 739,52	24 332,91	21 344,66	18 723,39
ДДП нарастающим итогом	- 18 980,00	- 6,17	27 733,35	52 066,26	73 410,92	92 134,31
Инвестиционные затраты	- 18 980,00					
Доходы от реализации проекта (выручка (нетто))		38 793,60	64 656,00	64 656,00	64 656,00	64 656,00
Расходы, связанные с реализацией проекта		25 815,50	43 025,83	43 025,83	43 025,83	43 025,83
Прибыль	0	12 978,10	21 630,17	21 630,17	21 630,17	21 630,17
Денежный поток	- 18 980,00	12 978,10	21 630,17	21 630,17	21 630,17	21 630,17
ДП нарастающим итогом	- 18 980,00	- 6 001,90	15 628,27	37 258,44	58 888,60	80 518,77
Дисконтированный денежный поток	- 18 980,00	11 384,30	16 643,71	14 599,75	12 806,80	11 234,03
ДДП нарастающим итогом	- 18 980,00	- 7 595,70	9 048,01	23 647,76	36 454,55	47 688,59

³ Коэффициент использования производственных мощностей проектируемого предприятия в 1-ый год составляет 60%.

Таблица 5.10 – Формирование денежного потока (тыс. руб.) – с учетом основных налогов⁴

Наименование показателя	0	1 ⁵	2	3	4	5
Инвестиционные затраты	- 18 980,00					
Доходы от реализации проекта (выручка (нетто))		64 656,00	107 760,00	107 760,00	107 760,00	107 760,00
Расходы, связанные с реализацией проекта		42 814,12	71 133,20	71 122,20	71 111,20	71 100,20
Прибыль	0	17 473,50	29 301,44	29 310,24	29 319,04	29 327,84
Денежный поток	- 18 980,00	17 473,50	29 301,44	29 310,24	29 319,04	29 327,84
ДП нарастающим итогом	- 18 980,00	- 1 506,50	27 794,94	57 105,18	86 424,22	115 752,06
Дисконтированный денежный поток	- 18 980,00	15 327,64	22 546,51	19 783,58	17 359,23	15 231,96
ДДП нарастающим итогом	- 18 980,00	- 3 652,36	18 894,14	38 677,72	56 036,94	71 268,91

⁴ В качестве основных налогов были определены: налог на прибыль, налог на имущество и налог на добавленную стоимость.

⁵ Коэффициент использования производственных мощностей проектируемого предприятия в 1-ый год составляет 60%.

Обоснование расчета налога на имущество представлено в таблице 5.11.

Таблица 5.11 – Расчет налога на имущества для проектируемого предприятия (тыс. руб.)

Наименование показателя	1	2	3	4	5	6
Налог на имущество		319,00	308,00	297,00	286,00	275,00
Остаточная стоимость	15 000,00	14 500,00	14 000,00	13 500,00	13 000,00	12 500,00
Амортизация, в т.ч.	-	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
амортизация оборудования		-	-	-	-	-
амортизация зданий		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00

Расчет основных показателей инвестиционного проекта представлен в таблице 5.12.

Таблица 5.12 – Основные показатели эффективности инвестиционного проекта

Наименование показателя	Значение показателя		
	Наиболее вероятный вариант	Пессимистический вариант	С учетом налогообложения
Инвестиционные затраты (тыс. руб.)	18 980,00	18 980,00	18 980,00
Чистый дисконтированный доход (тыс. руб.)	94 860,58	49 324,35	71 268,91
Внутренняя норма доходности	146%	90%	118%
Индекс рентабельности инвестиций	6,00	3,60	4,75
Срок окупаемости (по ДДП)	12 мес.	17 мес.	14 мес.
Срок окупаемости (по ДП)	10 мес.	15 мес.	13 мес.

Как видно из таблицы 5.12, все показатели эффективности соответствуют общепринятым нормативам. Следовательно, проект может быть признан эффективным и целесообразным для разработки.

Рекомендуемая литература по теме:

1. Джакубова, Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Н. Джакубова. – Электрон. дан. – Москва : Финансы и статистика, 2017. – 104 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/96237>. – Загл. с экрана.
2. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса [Электронный ресурс] : руководство / Р. Абрамс. – Электрон. дан. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 486 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/88397>. – Загл. с экрана.
3. Форд, Б. Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов [Электронный ресурс] / Б. Форд, Д. Борнстайн, П. Пруэтт ; пер. М. Суханова. – Электрон. дан. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 258 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/95270>. – Загл. с экрана.
4. Болодурина, М.П. Инвестиции [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.П. Болодурина. – Электрон. дан. – Оренбург : ОГУ, 2017. – 351 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/110702>. – Загл. с экрана.
5. Терешина, Н.П. Экономическая оценка инвестиций [Электронный ресурс] : учебник / Н.П. Терешина, В.А. Подсорин. – Электрон. дан. – Москва : УМЦ ЖДТ, 2016. – 272 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/90915>. – Загл. с экрана.
6. Инвестиции и инновации [Электронный ресурс] : учебник / В.Н. Щербаков [и др.]. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2017. – 658 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91224>. – Загл. с экрана.
7. Пестрякова Е.А., Замбржицкая Е.С. Оценка кредитоспособности предприятий малого бизнеса в современных условиях // В сборнике: Современная модель управления: проблемы и перспективы материалы научно-практической конференции. 2018. С. 29-32.
8. Основы экономического анализа: учеб. пособие / ЗеманР., Иванов В.Г., Кобелева И.В., Замбржицкая Е.С., Кантнерова Л., Гашкова С.

– Магнитогорск, Изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-т им. Г. И. Носова, 2016. – 243 с.

9. Замбужицкая Е.С., Самохин М.В. Определение ставки дисконтирования для инновационных инвестиционных проектов (связанных с импортными поставками) // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. 2014. Т. 2. С. 238-242.
10. Замбужицкая Е.С., Тихонова Е.И. Совершенствование методики оценки эффективности инновационных инвестиционных проектов // В сборнике: Проблемы совершенствования управления социально-экономическими и политическими процессами в современном обществе Материалы научно-практической конференции. 2013. С. 214-221.
11. Замбужицкая Е.С., Тиханова Е.И. Особенности бизнес-планирования инновационных инвестиционных проектов // Ученые записки факультета экономики и права МГТУ. 2012. № 1 (1). С. 53-56.
12. Замбужицкая Е.С., Ямалетдинова А.У., Раптанова Ю.М. Специфика оценки экономической эффективности инвестиционных проектов в сфере теплоснабжения // В сборнике: Управление организацией, бухгалтерский учет и экономический анализ: вопросы, проблемы и перспективы развития Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 117-122.

6 НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ ЕС И РОССИИ

«Государство прекращает войну всех против всех, и налоги являются ценой, которой покупается общественный мир»

Томас Гоббс (1588–1679), английский философ-материалист

6.1 Понятие малого бизнеса и его признаки



Малое предпринимательство (малый бизнес) — предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения.

Для отнесения субъекта экономики к малому бизнесу необходимо определить критерии, которые будут являться признаками малого бизнеса, а также предельный уровень значений, который будет отделять малый бизнес от среднего и «большого».

Совершенно очевидно, что такими критериями должны быть масштабы бизнеса, которые могут определяться как уровнем доходов, так и уровнем производительности. Кроме того, о масштабе бизнеса может свидетельствовать объем используемых ресурсов: финансовых, трудовых, материальных.

Деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства в России регулируется принятым 24 июля 2007 года Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в котором указаны критерии отнесения предприятия к малому предпринимательству.

К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесённые в единый государственный реестр юридических лиц коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесённые в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, соответствующие перечисленным ниже условиям.

Для отнесения вышеуказанных субъектов экономики к субъектам малого и среднего предпринимательства должны выполняться следующие условия:

1) должно быть выполнено хотя бы одно из следующих требований:

а) участники коммерческих организаций в виде Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных или религиозных организаций, благотворительных и иных фондов владеют суммарно не более чем 25 % долей в уставном капитале этой коммерческой организации,

участники коммерческих организаций в виде иностранных юридических лиц и юридические лица, не являющиеся субъектами малого и среднего предпринимательства, владеют суммарно не более чем 49 % долей в уставном капитале этой коммерческой организации;

б) акции акционерного общества, обращающиеся на организованном рынке ценных бумаг, отнесены к акциям высокотехнологичного (инновационного) сектора экономики в порядке, установленном Правительством Российской Федерации;

в) деятельность коммерческих организаций заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности, исключительные права на которые принадлежат учредителям этой коммерческой организации в виде бюджетных, автономных научных учреждений;

г) коммерческая организация получила статус участника "Сколково";

д) учредителями коммерческих организаций являются юридические лица, включенные Перечень юридических лиц, предоставляющих государственную поддержку инновационной деятельности .

2) среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год коммерческих организаций, соответствующих одному из требований, указанных в пункте 1, индивидуальных предпринимателей не должна превышать следующие предельные значения среднесписочной численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) до ста человек для малых предприятий (среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек);

б) от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий.

3) доход коммерческих организаций, соответствующих одному из требований, указанных в пункте 1, и индивидуальных предпринимателей, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, не должен превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Категория субъекта малого или среднего предпринимательства изменяется в случае, если предельные значения выше или ниже предельных значений, в течение трех календарных лет, следующих один за другим.

Малым семейным предприятием (МСП) в Германии называют предприятие, в котором трудятся на постоянной основе не более 9 работников и где годовой доход не более 700 тыс. евро.

Во Франции к категории малых относятся предприятия, на которых трудится менее 50 наемных работников.

Микро-компании в Испании, имеющие право на многие налоговые послабления совсем немаленькие фирмы, с годовым доходом до 2 млн. евро. Классификация фирм в Испании по обороту такая:

- микробизнес – сотрудников: не более 10, уровень продаж: не более 5 млн. евро, свободный баланс не превышает 2 млн. евро;

- малый бизнес – от 10 до 49 сотрудников, уровень продаж и свободный баланс – не более 10 млн. евро;

- средний бизнес – 50-249 сотрудников, продажи – не более 5 млн. евро, свободный баланс - не более 43 млн евро.

6.2 Особенности налогообложения малого бизнеса в странах Европейского союза



Одной из основных мер поддержки малого бизнеса в странах Евросоюза является система льгот, предусмотренных налоговой политикой стран-участниц Евросоюза.

В Германии предусмотрены пониженные ставки налогов:

- по подоходному налогу – прогрессивная шкала ставок налога в диапазоне 15-42% при базовых ставках для предприятий – 25-53%;

- по налогу на прибыль – 15% при базовых ставках для предприятий - 20-38,65%.

Вопрос малого предпринимательства в Германии имеет определенное налоговое послабление по обложению НДС. Данное налоговое послабление регулируется параграфом 19 закона о НДС. Как и любое другое налоговое послабление, и в случае освобождения малых предпринимателей от уплаты НДС существуют определенные условия и нюансы: в год начала предпринимательской деятельности общая сумма дохода не должна превышать 17.500 €. Данная граница является годовым показателем, что соответствует 1.458,3(3)€ в месяц. Если деятельность была начата позже января, нужно уменьшить границу в 17.500,-€ соответственно.

В последующие года действуют следующие границы доходов:

- общая сумма дохода в предыдущем году не должна превышать 17.500,- €;

- ожидаемая общая сумма дохода текущего года не превысит 50.000,-€.

Во Франции новые малые предприятия на два года освобождаются от налогов на акционерные общества и от местных налогов. Для них снижается подоходный налог и налог с инвестируемой части прибыли.

Особую лояльность государство проявляет к тем, кто решил открыть свой бизнес в экономически депрессивных зонах. На таких пред-

принимателей распространяются скидки и отмены выплат в фонды социального обеспечения (здравоохранения, пенсионного фонда, фонда для многосемейных, в кассу пособий для безработных).

Для безработных, решивших создать собственный бизнес, разработана своя система поддержки. Они освобождаются от налогов уже не на два, а на три года и на год от обязательных социальных выплат в кассы соцстраха. Безработным, ставшим предпринимателями, выдаются специальные книжки, отрывными чеками из которых можно расплачиваться по менеджменту, юриспруденции, бухгалтерскому учету и т.п.

В Испании ставка налогообложения доходов ИП рассчитывается в фискальном органе и устанавливается в пределах 24,75–52%. НДС (по-испански IVA) для ИП может быть уменьшенным (10%), льготным (4%), и даже нулевым, если это предусмотрено для вида деятельности местными законами. Базовая ставка – 21%.

Налог на прибыль в Испании – Impuesto sobre Sociedades – относится к прямым налогам. Под его действие подпадают коммерческие компании и некоторые другие виды юридических лиц, зарегистрированные на территории Испании. Декларацию по налогу на прибыль необходимо подавать даже в том случае, если в течение отчетного периода компания не вела экономическую деятельность, либо закончила год с убытком.

В настоящее время в Испании действуют следующие ставки: общая ставка по налогу на прибыль - 25%. Особые ставки:

- для новых, зарегистрированных в текущем отчетном периоде компаний: 15%. Особая льготная ставка может быть использована в первом прибыльном отчетном периоде, а также в периоде, следующем за ним;

- для некоторых кооперативов, имеющих фискальную защиту: 20%;

- для некоторых видов ассоциаций и фондов: 10%.

Налог на экономическую деятельность – Impuesto sobre Actividades Económicas является еще одним налогом на бизнес в Испании. Это муниципальный налог, плательщиками которого являются физические лица-предприниматели, коммерческие организации и организации без регистрации юридического лица (например, общественные организации), если их головой оборот составил более 1 млн. евро.

6.3 Особенности налогообложения малого бизнеса в России



Российская Федерация имеет одну из самых современных систем налогообложения как с точки зрения структуры налогов, так и с точки зрения реализации комфортного налогового пространства для малого бизнеса.

Под налогом в РФ понимают - обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Кроме налогов налоговая система РФ предусматривает уплату в бюджет сборов и страховых взносов.

Под сбором понимается обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в отношении плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу разрешений (лицензий), либо уплата которого обусловлена осуществлением в пределах территории, на которой введен сбор, отдельных видов предпринимательской деятельности.

Под страховыми взносами понимаются обязательные платежи на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, на обязательное медицинское страхование, взимаемые с организаций и физических лиц в целях финансового обеспечения реализации прав застрахованных лиц на получение страхового обеспечения по соответствующему виду обязательного социального страхования.

Налоги подразделяются на три уровня: федеральные, региональные и местные.

Федеральными налогами и сборами признаются налоги и сборы, которые установлены Налоговым кодексом и обязательны к уплате на всей территории Российской Федерации.

Региональными налогами признаются налоги, которые установлены Налоговым кодексом и законами субъектов Российской Федерации о налогах и обязательны к уплате на территориях соответствующих субъектов Российской Федерации. При установлении региональных налогов законодательными (представительными) органами государственной власти субъектов Российской Федерации определяются в порядке и пределах, которые предусмотрены Налоговым кодексом, следующие элементы налогообложения: налоговые ставки, порядок и сроки уплаты налогов, если эти элементы налогообложения не установлены настоящим Кодексом.

Местными налогами и сборами признаются налоги и сборы, которые установлены Налоговым кодексом и нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований о налогах и сборах и обязательны к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований.

Налоговая система РФ состоит из двух видов режимов налогообложения (рисунок 6.1).



Рисунок 6.1 – Режимы налогообложения
в налоговой системе РФ

Общий режим налогообложения является основным для всех коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей. Основные налоги общего режима налогообложения для коммерческих организаций:

- налог на прибыль по ставке 20%;
- налог на добавленную стоимость (НДС) по ставке 20%;
- налог на имущество организаций по ставке 2,2%.

Основные налоги общего режима налогообложения для индивидуальных предпринимателей:

- налог на доходы физических лиц (НДФЛ) по ставке 13%;
- налог на добавленную стоимость по ставке 20%;
- налог на имущество физических лиц по ставке от 0,1% до 2%.

Специальные режимы налогообложения предназначены для субъектов малого бизнеса. Каждый режим предусматривает свой налог, который является единым и заменяет основные налоги общего режима налогообложения.

При этом в целях налогообложения для отнесения бизнеса к малому необходимо использовать те критерии, которые предусмотрены Налоговым кодексом РФ для каждого из специальных режимов налогообложения. В основном критерии связаны с уровнем доходов.

Единый сельскохозяйственный налог

Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог) устанавливается Налоговым кодексом и применяется наряду с иными режимами налогообложения, предусмотренными законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся сельскохозяйственными товаропроизводителями в соответствии с Налоговым кодексом, вправе добровольно перейти на уплату единого сельскохозяйственного налога.

Организации, являющиеся налогоплательщиками единого сельскохозяйственного налога, освобождаются от обязанности по уплате налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций (в части имущества, используемого при производстве сельскохозяйствен-

ной продукции, первичной и последующей (промышленной) переработке и реализации этой продукции, а также при оказании услуг сельскохозяйственными товаропроизводителями).

Иные налоги, сборы и страховые взносы уплачиваются организациями, перешедшими на уплату единого сельскохозяйственного налога, в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками единого сельскохозяйственного налога, освобождаются от обязанности по уплате налога на доходы физических лиц, налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для осуществления предпринимательской деятельности (в части имущества, используемого при производстве сельскохозяйственной продукции, первичной и последующей (промышленной) переработке и реализации этой продукции, а также при оказании услуг сельскохозяйственными товаропроизводителями).

Иные налоги, сборы и страховые взносы уплачиваются индивидуальными предпринимателями, перешедшими на уплату единого сельскохозяйственного налога, в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Упрощенная система налогообложения

Упрощенная система налогообложения является одной из самых распространенных для организаций малого бизнеса.

Упрощенная система налогообложения организациями и индивидуальными предпринимателями применяется наряду с иными режимами налогообложения, предусмотренными законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Переход к упрощенной системе налогообложения или возврат к иным режимам налогообложения осуществляется организациями и индивидуальными предпринимателями добровольно.

Применение упрощенной системы налогообложения организациями предусматривает их освобождение от обязанности по уплате налога на прибыль, налога на имущество организаций (за исключением налога, уплачиваемого в отношении объектов недвижимого имущества, налоговая база по которым определяется как их кадастровая стоимость в соответствии с Налоговым кодексом). Организации, применяющие упрощенную систему налогообложения, не признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость.

Иные налоги, сборы и страховые взносы уплачиваются организациями, применяющими упрощенную систему налогообложения, в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

Применение упрощенной системы налогообложения индивидуальными предпринимателями предусматривает их освобождение от обязанности по уплате налога на доходы физических лиц, налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для предпринимательской деятельности, за исключением объектов налогообложения налогом на имущество физических лиц, включенных в перечень, определяемый в соответствии с пунктом 7 статьи 378.2 настоящего Кодекса с учетом особенностей, предусмотренных абзацем вторым пункта 10 статьи 378.2 настоящего Кодекса). Индивидуальные предприниматели, применяющие упрощенную систему налогообложения, не признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость.

Иные налоги, сборы и страховые взносы уплачиваются индивидуальными предпринимателями, применяющими упрощенную систему налогообложения, в соответствии с законодательством о налогах и сборах.

Налогоплательщиками признаются организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на упрощенную систему налогообложения.

Организация имеет право перейти на упрощенную систему налогообложения, если по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения, доходы, определяемые в соответствии со статьей 248 настоящего Кодекса, не превысили 112,5 млн. рублей.

Указанная величина предельного размера доходов организации, ограничивающая право организации перейти на упрощенную систему налогообложения, подлежит индексации не позднее 31 декабря текущего года на коэффициент-дефлятор, установленный на следующий календарный год.

Не вправе применять упрощенную систему налогообложения:

- 1) организации, имеющие филиалы;
- 2) банки;
- 3) страховщики;
- 4) негосударственные пенсионные фонды;
- 5) инвестиционные фонды;

- б) профессиональные участники рынка ценных бумаг;
- 7) ломбарды;
- 8) организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством подакцизных товаров, а также добычей и реализацией полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых;
- 9) организации, осуществляющие деятельность по организации и проведению азартных игр;
- 10) нотариусы, занимающиеся частной практикой, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты, а также иные формы адвокатских образований;
- 11) организации, являющиеся участниками соглашений о разделе продукции;
- 13) организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог) в соответствии с главой 26.1 настоящего Кодекса;
- 14) организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 процентов;
- 15) организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый (отчетный) период, определяемая в порядке, устанавливаемом федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области статистики, превышает 100 человек;
- 16) организации, у которых остаточная стоимость основных средств, определяемая в соответствии с законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, превышает 150 млн. рублей. В целях настоящего подпункта учитываются основные средства, которые подлежат амортизации и признаются амортизируемым имуществом в соответствии с главой 25 Налогового кодекса;
- 17) казенные и бюджетные учреждения;
- 18) иностранные организации;
- 19) организации и индивидуальные предприниматели, не уведомившие о переходе на упрощенную систему налогообложения в сроки, установленные пунктами 1 и 2 статьи 346.13 настоящего Кодекса;
- 20) микрофинансовые организации;
- 21) частные агентства занятости, осуществляющие деятельность

по предоставлению труда работников (персонала).

Объектом налогообложения могут выступать на выбор налогоплательщика:

- доходы;
- доходы минус расходы.

В случае, если объектом налогообложения являются доходы, налоговая ставка устанавливается в размере 6 процентов. Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены налоговые ставки в пределах от 1 до 6 процентов в зависимости от категорий налогоплательщиков. В случаях, предусмотренных пунктами 3 и 4 настоящей статьи, законами субъектов Российской Федерации может быть установлена налоговая ставка в размере 0 процентов.

В случае, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговая ставка устанавливается в размере 15 процентов. Законами субъектов Российской Федерации могут быть установлены дифференцированные налоговые ставки в пределах от 5 до 15 процентов в зависимости от категорий налогоплательщиков.

Единый налог на вмененный доход

Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД) для отдельных видов деятельности устанавливается Налоговым кодексом и применяется наряду с общей системой налогообложения и иными режимами налогообложения, предусмотренными законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

ЕНВД может применяться в отношении следующих видов предпринимательской деятельности:

- 1) оказания бытовых услуг;
- 2) оказания ветеринарных услуг;
- 3) оказания услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств;
- 4) оказания услуг по предоставлению во временное владение (в пользование) мест для стоянки автотранспортных средств, а также по хранению автотранспортных средств на платных стоянках (за исключением штрафных автостоянок);
- 5) оказания автотранспортных услуг по перевозке пассажиров и грузов, осуществляемых организациями и индивидуальными предпринимателями, имеющими на праве собственности или ином праве (пользования, владения и (или) распоряжения) не более 20 транспортных

средств, предназначенных для оказания таких услуг;

б) розничной торговли, осуществляемой через магазины и павильоны с площадью торгового зала не более 150 квадратных метров по каждому объекту организации торговли. Для целей настоящей главы розничная торговля, осуществляемая через магазины и павильоны с площадью торгового зала более 150 квадратных метров по каждому объекту организации торговли, признается видом предпринимательской деятельности, в отношении которого единый налог не применяется;

7) розничной торговли, осуществляемой через объекты стационарной торговой сети, не имеющей торговых залов, а также объекты нестационарной торговой сети;

8) оказания услуг общественного питания, осуществляемых через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей не более 150 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания. Для целей настоящей главы оказание услуг общественного питания, осуществляемых через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей более 150 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания, признается видом предпринимательской деятельности, в отношении которого единый налог не применяется;

9) оказания услуг общественного питания, осуществляемых через объекты организации общественного питания, не имеющие зала обслуживания посетителей;

10) распространения наружной рекламы с использованием рекламных конструкций;

11) размещения рекламы с использованием внешних и внутренних поверхностей транспортных средств;

12) оказания услуг по временному размещению и проживанию организациями и предпринимателями, использующими в каждом объекте предоставления данных услуг общую площадь помещений для временного размещения и проживания не более 500 квадратных метров;

13) оказания услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, не имеющих зала обслуживания посетителей;

14) оказания услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование земельных участков для размещения объектов стационарной и нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания.

На уплату единого налога не вправе переходить:

1) организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за предшествующий календарный год, определяемая в порядке, устанавливаемом федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области статистики, превышает 100 человек.

2) организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 процентов;

4) образовательные организации, медицинские организации и организации социального обслуживания в части предпринимательской деятельности по оказанию услуг общественного питания,

5) организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие виды предпринимательской деятельности в части оказания услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование автозаправочных станций и автогазозаправочных станций.

Уплата организациями единого налога предусматривает их освобождение от обязанности по уплате налога на прибыль организаций (в отношении прибыли, полученной от предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом), налога на имущество организаций (в отношении имущества, используемого для ведения предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом, за исключением объектов недвижимого имущества, налоговая база по которым определяется как их кадастровая стоимость в соответствии с Налоговым кодексом).

Уплата индивидуальными предпринимателями единого налога предусматривает их освобождение от обязанности по уплате налога на доходы физических лиц (в отношении доходов, полученных от предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом), налога на имущество физических лиц (в отношении имущества, используемого для осуществления предпринимательской деятельности, облагаемой единым налогом).

Организации и индивидуальные предприниматели, являющиеся налогоплательщиками единого налога, не признаются налогоплательщиками налога на добавленную стоимость.

Исчисление и уплата иных налогов, сборов и страховых взносов

осуществляются налогоплательщиками в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Для исчисления суммы единого налога в зависимости от вида предпринимательской деятельности используются следующие физические показатели, характеризующие определенный вид предпринимательской деятельности, и базовая доходность в месяц:

Оказание бытовых услуг - Количество работников, включая индивидуального предпринимателя 7 500 руб./мес.;

Оказание ветеринарных услуг - Количество работников, включая индивидуального предпринимателя - 7 500 руб./мес.;

Оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных средств - Количество работников, включая индивидуального предпринимателя - 12 000 руб./мес.;

Оказание услуг по предоставлению во временное владение (в пользование) мест для стоянки автотранспортных средств, а также по хранению автотранспортных средств на платных стоянках - Общая площадь стоянки (в квадратных метрах) – 50 руб./мес.;

Оказание автотранспортных услуг по перевозке грузов - Количество автотранспортных средств, используемых для перевозки грузов - 6 000 руб./мес.;

Оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров - Количество посадочных мест - 1 500 руб./мес.;

Розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, имеющие торговые залы - Площадь торгового зала (в квадратных метрах) - 1 800 руб./мес.;

Розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющие торговых залов, а также через объекты нестационарной торговой сети, площадь торгового места в которых не превышает 5 квадратных метров - Количество торговых мест - 9 000 руб./мес.;

Розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющие торговых залов, а также через объекты нестационарной торговой сети, площадь торгового места в которых превышает 5 квадратных метров - Площадь торгового места (в квадратных метрах) - 1 800 руб./мес.;

Развозная и разносная розничная торговля - Количество работников, включая индивидуального предпринимателя - 4 500 руб./мес.;

Реализация товаров с использованием торговых автоматов - Количество торговых автоматов - 4 500 руб./мес.;

Оказание услуг общественного питания через объект организации общественного питания, имеющий зал обслуживания посетителей - Площадь зала обслуживания посетителей (в квадратных метрах) - 1 000 руб./мес.;

Оказание услуг общественного питания через объект организации общественного питания, не имеющий зала обслуживания посетителей - Количество работников, включая индивидуального предпринимателя - 4 500 руб./мес.;

Распространение наружной рекламы с использованием рекламных конструкций (за исключением рекламных конструкций с автоматической сменой изображения и электронных табло) - Площадь, предназначенная для нанесения изображения (в квадратных метрах) - 3 000 руб./мес.;

Распространение наружной рекламы с использованием рекламных конструкций с автоматической сменой изображения- Площадь экспонирующей поверхности (в квадратных метрах) - 4 000 руб./мес.;

Распространение наружной рекламы с использованием электронных табло - Площадь светоизлучающей поверхности (в квадратных метрах) - 5 000 руб./мес.;

Размещение рекламы с использованием внешних и внутренних поверхностей транспортных средств - Количество транспортных средств, используемых для размещения рекламы - 10 000 руб./мес.;

Оказание услуг по временному размещению и проживанию - Общая площадь помещения для временного размещения и проживания (в квадратных метрах) - 1 000 руб./мес.;

Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, не имеющих залов обслуживания посетителей, если площадь каждого из них не превышает 5 квадратных метров - Количество переданных во временное владение и (или) в пользование торговых мест, объектов нестационарной торговой сети, объектов организации общественного питания - 6 000 руб./мес.;

Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование торговых мест, расположенных в объектах стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, объектов нестационарной

торговой сети, а также объектов организации общественного питания, не имеющих залов обслуживания посетителей, если площадь каждого из них превышает 5 квадратных метров - Площадь переданного во временное владение и (или) в пользование торгового места, объекта стационарной торговой сети, объекта организации общественного питания (в квадратных метрах) - 1 200 руб./мес.;

Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование земельных участков для размещения объектов стационарной и нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, если площадь земельного участка не превышает 10 квадратных метров - Количество переданных во временное владение и (или) в пользование земельных участков - 10 000 руб./мес.;

Оказание услуг по передаче во временное владение и (или) в пользование земельных участков для размещения объектов стационарной и нестационарной торговой сети, а также объектов организации общественного питания, если площадь земельного участка превышает 10 квадратных метров - Площадь переданного во временное владение и (или) в пользование земельного участка (в квадратных метрах) - 1 000 руб./мес.

Ставка единого налога устанавливается в размере 15 процентов величины вмененного дохода. Нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных районов, городских округов, законами городов федерального значения Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя могут быть установлены ставки единого налога в пределах от 7,5 до 15 процентов в зависимости от категорий налогоплательщиков и видов предпринимательской деятельности, в отношении которых может применяться единый налог.

Патентная система налогообложения

Патентная система налогообложения применяется индивидуальными предпринимателями наряду с иными режимами налогообложения, предусмотренными законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Патентная система налогообложения применяется в отношении следующих видов предпринимательской деятельности:

- 1) ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий из текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий;
- 2) ремонт, чистка, окраска и пошив обуви;

- 3) парикмахерские и косметические услуги;
- 4) химическая чистка, крашение и услуги прачечных;
- 5) изготовление и ремонт металлической галантереи, ключей, номерных знаков, указателей улиц;
- 6) ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, часов, ремонт и изготовление металлоизделий;
- 7) ремонт мебели;
- 8) услуги фотоателье, фото- и кинолабораторий;
- 9) техническое обслуживание и ремонт автотранспортных и мототранспортных средств, машин и оборудования;
- 10) оказание автотранспортных услуг по перевозке грузов автомобильным транспортом;
- 11) оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом;
- 12) ремонт жилья и других построек;
- 13) услуги по производству монтажных, электромонтажных, санитарно-технических и сварочных работ;
- 14) услуги по остеклению балконов и лоджий, нарезке стекла и зеркал, художественной обработке стекла;
- 15) услуги по обучению населения на курсах и по репетиторству;
- 16) услуги по присмотру и уходу за детьми и больными;
- 17) услуги по приему стеклопосуды и вторичного сырья, за исключением металлолома;
- 18) ветеринарные услуги;
- 19) сдача в аренду (наем) жилых и нежилых помещений, дач, земельных участков, принадлежащих индивидуальному предпринимателю на праве собственности;
- 20) изготовление изделий народных художественных промыслов;
- 21) прочие услуги производственного характера (услуги по переработке сельскохозяйственных продуктов и даров леса, в том числе по помолу зерна, обдирке круп, переработке маслосемян, изготовлению и копчению колбас, переработке картофеля, переработке давальческой мытой шерсти на трикотажную пряжу, выделке шкур животных, расчесу шерсти, стрижке домашних животных, ремонту и изготовлению бондарной посуды и гончарных изделий, защите садов, огородов и зеленых насаждений от вредителей и болезней; изготовление валяной обуви; изготовление сельскохозяйственного инвентаря из материала заказчика; граверные работы по металлу, стеклу, фарфору, дереву, ке-

рамике; изготовление и ремонт деревянных лодок; ремонт игрушек; ремонт туристского снаряжения и инвентаря; услуги по вспашке огородов и распиловке дров; услуги по ремонту и изготовлению очковой оптики; изготовление и печатание визитных карточек и пригласительных билетов на семейные торжества; переплетные, брошюровочные, окантовочные, картонажные работы; зарядка газовых баллончиков для сифонов, замена элементов питания в электронных часах и других приборах);

22) производство и реставрация ковров и ковровых изделий;

23) ремонт ювелирных изделий, бижутерии;

24) чеканка и гравировка ювелирных изделий;

25) монофоническая и стереофоническая запись речи, пения, инструментального исполнения заказчика на магнитную ленту, компакт-диск, перезапись музыкальных и литературных произведений на магнитную ленту, компакт-диск;

26) услуги по уборке жилых помещений и ведению домашнего хозяйства;

27) услуги по оформлению интерьера жилого помещения и услуги художественного оформления;

28) проведение занятий по физической культуре и спорту;

29) услуги носильщиков на железнодорожных вокзалах, автовокзалах, аэровокзалах, в аэропортах, морских, речных портах;

30) услуги платных туалетов;

31) услуги поваров по изготовлению блюд на дому;

32) оказание услуг по перевозке пассажиров водным транспортом;

33) оказание услуг по перевозке грузов водным транспортом;

34) услуги, связанные со сбытом сельскохозяйственной продукции (хранение, сортировка, сушка, мойка, расфасовка, упаковка и транспортировка);

35) услуги, связанные с обслуживанием сельскохозяйственного производства (механизированные, агрохимические, мелиоративные, транспортные работы);

36) услуги по зеленому хозяйству и декоративному цветоводству;

37) ведение охотничьего хозяйства и осуществление охоты;

38) занятие медицинской деятельностью или фармацевтической деятельностью лицом, имеющим лицензию на указанные виды деятельности;

39) осуществление частной детективной деятельности лицом, имеющим лицензию;

40) услуги по прокату;

- 41) экскурсионные услуги;
- 42) обрядовые услуги;
- 43) ритуальные услуги;
- 44) услуги уличных патрулей, охранников, сторожей и вахтеров;
- 45) розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети с площадью торгового зала не более 50 квадратных метров по каждому объекту организации торговли;
- 46) розничная торговля, осуществляемая через объекты стационарной торговой сети, не имеющие торговых залов, а также через объекты нестационарной торговой сети;
- 47) услуги общественного питания, оказываемые через объекты организации общественного питания с площадью зала обслуживания посетителей не более 50 квадратных метров по каждому объекту организации общественного питания;
- 48) услуги общественного питания, оказываемые через объекты организации общественного питания, не имеющие зала обслуживания посетителей;
- 49) оказание услуг по забою, транспортировке, перегонке, выпасу скота;
- 50) производство кожи и изделий из кожи;
- 51) сбор и заготовка пищевых лесных ресурсов, недревесных лесных ресурсов и лекарственных растений;
- 52) сушка, переработка и консервирование фруктов и овощей;
- 53) производство молочной продукции;
- 54) производство плодово-ягодных посадочных материалов, выращивание рассады овощных культур и семян трав;
- 55) производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий;
- 56) товарное и спортивное рыболовство и рыбоводство;
- 57) лесоводство и прочая лесохозяйственная деятельность;
- 58) деятельность по письменному и устному переводу;
- 59) деятельность по уходу за престарелыми и инвалидами;
- 60) сбор, обработка и утилизация отходов, а также обработка вторичного сырья;
- 61) резка, обработка и отделка камня для памятников;
- 62) оказание услуг (выполнение работ) по разработке программ для ЭВМ и баз данных (программных средств и информационных продуктов вычислительной техники), их адаптации и модификации;
- 63) ремонт компьютеров и коммуникационного оборудования.

Налогоплательщиками признаются индивидуальные предприниматели, перешедшие на патентную систему налогообложения.

Переход на патентную систему налогообложения или возврат к иным режимам налогообложения индивидуальными предпринимателями осуществляется добровольно.

Налоговая база определяется как денежное выражение потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода по виду предпринимательской деятельности, в отношении которого применяется патентная система налогообложения в соответствии.

Установленный на календарный год законом субъекта Российской Федерации размер потенциально возможного к получению индивидуальным предпринимателем годового дохода применяется в следующем календарном году (следующих календарных годах).

Налоговая ставка составляет 6%. Налог исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы.

ТЕСТ

1) В чем заключается содействие малому бизнесу во Франции:

1. Освобождение от всех налогов в течение 5 лет
2. Освобождение на два года от налогов на акционерные общества и от местных налогов
3. Снижение ставки НДС до 2%
4. Снижение ставки налога на имущество до 0,3 %

2) Какие режимы налогообложения в России:

1. Основной и дополнительный для малого бизнеса
2. Общий и специальные режимы налогообложения
3. Режим налогообложения единым налогом, режим налогообложения основными налогами
4. Один режим налогообложения

3) Какова ставка пониженного подоходного налога в Германии:

1. 13%
2. 8%
3. 15%-42%
4. 15%

4) Выберите верное утверждение:

1. Субъектами малого предпринимательства должны выполняться следующие условия: среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать ста человек для малых предприятий.
2. Субъектами среднего предпринимательства должны выполняться следующие условия: среднесписочная численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать двухсот пятидесяти человек для средних предприятий.

5) Выберите верное утверждение:

1. Для индивидуальных предпринимателей ставка НДС в РФ снижена до 10%.
2. Ставка по ЕНВД составляет 15 %.

Рекомендуемая литература по теме

1. Налоговый Кодекс РФ, часть 2
2. Всё, что должен знать руководитель компании о налогах [Электронный ресурс] / под ред. Т. В. Гороховой. – Электрон. дан. – Москва : ГроссМедиа, 2017. – 254 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105539>
3. Газалиев, М.М. Особенности налогообложения малого бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / М.М. Газалиев, В.А. Осипов. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2014. – 116 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70555>

Заключение

Актуальные вопросы предпринимательства среди молодежи, а также малого бизнеса вообще, во многом предопределены особенностями экономики каждой страны, а также ментальностью бизнеса, но при этом имеют значительную корреляцию в части проблем и предлагаемых решений.

Страны Евросоюза, объединенные не только общими взглядами на экономические процессы и своей финансовой и налоговой политикой, но и реальным общим экономическим пространством, поддерживают малый и молодежный бизнес, осуществляя при этом контроль за эффективностью проводимых мероприятий и программ.

Россия создала мощную систему поддержки малого и молодежного бизнеса, в том числе в системе налогообложения, которая является современной и во многом похожей на европейскую модель. Однако можно отметить факт более низкого налогового бремени в России, нежели в странах ЕС.

Молодым предпринимателям необходимо учитывать предпринимательские риски, а также стремиться развивать инновационные проекты. Предлагаемые в учебном пособии решения для этих вопросов могут быть применены в любой стране.

Бизнес-план, являясь одним из важнейших документов реализации бизнес-идеи, ее планирования, должен стать для молодого предпринимателя руководством к действию, а также инструментом планирования и организации бизнеса, его контроля. Бизнес-план - основа достижения эффективности предпринимательской бизнес-идеи.

Культура и этика предпринимательской деятельности становятся залогом успешных коммуникаций и создания безупречной деловой репутации. Особенности языка бизнеса, реализованные в нормах этики позволят молодым предпринимателям не только успешно реализовать свою бизнес-идею, но и добиться личностной самореализации и совершенствования.

Понимание льготных условия налогообложения для молодых предпринимателей позволяет организовать бизнес прибыльно и минимизировать свое налоговое бремя, соблюдая требования налогового законодательства.

Авторы желают молодым предпринимателям удачи в бизнесе, основанной и на понимании предпринимательства как науки!

ООО «Полиграф-Мастер»

г. Челябинск, ул. Академика Королева, 2б.

Тел.: (351) 281-01-64, 281-01-65, 281-01-66

E-mail: p-master74@mail.ru

Государственная лицензия на издательскую деятельность ИД

№ 02758 от 04.09.2000 г.

Государственная лицензия на полиграфическую деятельность

ПД № 11-0092 от 17.11.2000 г.

Тираж 70 экз. Заказ №775