



ERASMUS +

ЦИВИЛИЗОВАННОЕ МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЕВРОПЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЕГО В РОССИИ



Магнитогорск
2017

УДК 658.114.1

Рецензенты:

Доктор экономических наук,
Член-корреспондент Российской академии естественных наук

В.Н. Немцев

Генеральный директор ООО «Аверс-Аудит М»

Н.В. Брумер

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.- 95 с.

Монография создана 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 монографии рассмотрены предпосылки становления и развития предпринимательства, сущность и основы предпринимательской деятельности, типология предпринимательства, оценка ее эффективности и т.д. Особое внимание в монографии уделено изучению опыта развития предпринимательства в Европе и возможности реализации лучших его элементов в России.

Монография предназначена в первую очередь для студентов всех форм обучения вузов, где в учебных планах предусмотрено изучение основ предпринимательской деятельности. А также для начинающих предпринимателей и бизнесменов. Он также будет полезен всем, кто интересуется опытом европейского предпринимательства и возможностями его применения в России.

ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	5
1.1 Предпосылки становления и развития предпринимательства	6
1.2 Сущность и основы предпринимательства. Цели предпринимательской деятельности	22
1.3 Типология предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Молодежное предпринимательство	36
1.4 Эффективность предпринимательской деятельности	42
ГЛАВА 2. ОПЫТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЕВРОПЕ	46
2.1 Особенности молодежного предпринимательства в Европе.....	47
2.2 Инвестиционное планирование предпринимательской деятельности: экономический аспект (методика UNIDO)	50
2.3 Франчайзинг как форма организации молодежного предпринимательства	56
ГЛАВА 3. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА.....	71
3.1 Анализ состояния предпринимательства в России и его перспективы его развития.....	72
3.2 Предпосылки реализации опыта молодежного европейского предпринимательства в России	77
3.3 Внедрение прогрессивного европейского опыта инвестиционного планирования предпринимательской деятельности на российских молодежных предприятиях	85
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	91
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	92

ВВЕДЕНИЕ

Развитие цивилизованного молодежного предпринимательства как элемент рыночной экономики является одним из важнейших направлений экономической и социальной политики цивилизованных государств, поскольку предполагает развитие малого бизнеса, а, соответственно, позволяет достигнуть более высоких экономических показателей и повысить уровень благосостояния населения. В виду такой явной значимости данного вопроса исследование потенциальных и реальных возможностей межстрановой интеграции опыта развития молодежного предпринимательства представляет собой несомненный интерес.

Настоящая монография преследует цель ознакомления читателя с особенностями молодежного предпринимательства как понятия, его характеристиками, типологии предпринимательства и его видами, а также с условиями предпринимательской деятельности в Европе, возможностями реализации опыта европейских стран в России.

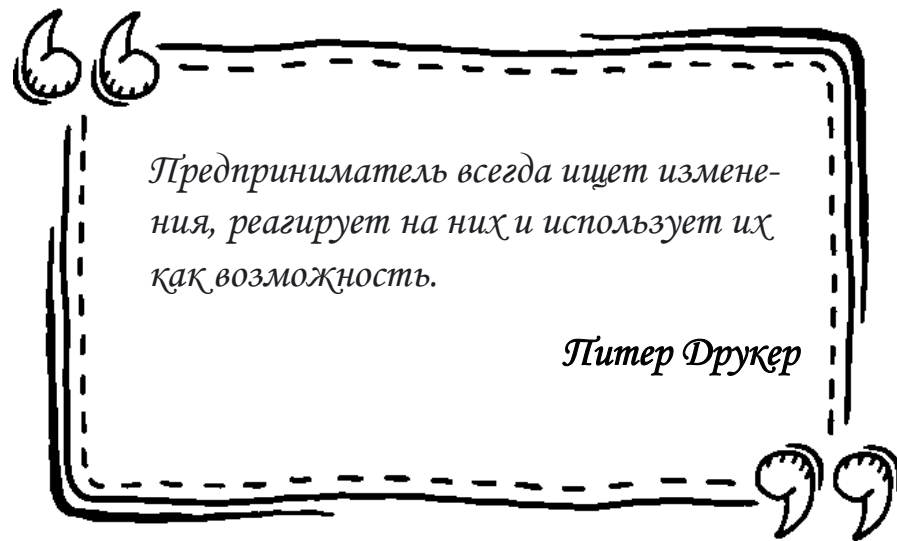
Особое внимание в монографии уделено таким направлениям форм и этапов предпринимательской деятельности как инвестиционное планирование и франчайзинг.

Кроме того, интерес читателей может вызвать приведенная в монографии оценка эффективности предпринимательской деятельности по стандартам UNIDO, которая помимо всего представляет собой практический аспект настоящей монографии.

Авторы выражают благодарность Исполнительному агентству по образованию, культуре и аудиовизуальным средствам, Европейской комиссии по программе Erasmus + за предоставленную возможность публикации настоящей монографии 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».

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА



1.1 Предпосылки становления и развития предпринимательства

Первые упоминания о предпринимательстве в экономической теории обнаруживаются в средние века в связи с известными именами Р. Кантильона, А.Тюрго, Ф.Кене, А.Смита и др. Предпринимательство характеризовалось следующими функциями: владение капиталом, соединение и комбинация факторов производства, ориентация на извлечение прибыли, капитализация дохода, использование рыночных и других возможностей, принятие риска, самостоятельность, инициативность и творчество, способность преодоления сопротивления среды, особое управление производством. Такой комплекс экономических, организационных и психологических признаков наиболее полно отражен в западной экономической литературе по предпринимательству, где функции последнего подразделяются на ресурсную, организаторскую и творческую.

Первоначально термин «антрепренер», в переводе с французского «посредник», применялся к торговцам товаром. Роль купца-капиталиста была пассивной – он представлял кредит торговцу, затем забирал основную долю прибыли. Роль торговцев в те времена была активной – отправляясь в путешествие за товаром, он рисковал жизнью, положением, состоянием. В результате – приобретал лишь небольшую часть прибыли. Другой смысл термина «антрепренер» означал организаторов парадов и музыкальных представлений, а также руководителей крупных производственных или строительных проектов. Однако экономический смысл в анализируемом термине на данный период времени отсутствовал: руководитель проекта ничем не рисковал, и, используя предоставленные ему ресурсы, руководил работами по реализации проекта. В средние века в качестве таких «предпринимателей» выступали духовные лица: при возведении замков, общественных зданий и соборов.

Экономический смысл предпринимательского риска получил развитие в XVII веке. Размеры прибыли или убытков контракта определялись удачливостью предпринимателей. В XVII веке английский экономист Ричард Кантильон разработал одну из первых концепций предпринимательства, указал сущность термина «предприниматель». В качестве последнего он понимал торговцев, фермеров, ремесленников и прочих мелких собственников, действовавших в условиях риска: покупка – по известной цене, а продажа – по неизвестной. Именно в XVII веке было впервые указано на разграничение понятий: стали различать функции представления капитала (является основой развития венчурного капитала) и предпринимательскую функцию. Этому способствовала индустриальная революция: она прояснила роль предпринимателей и собственников в экономическом развитии. Поскольку не всегда предприниматель являлся собственником предприятия, последовало разделение функций. Так, например, изобретения Эли Уитни и Томаса Эдисона совершили технологический прорыв в научно-техническом прогрессе.

Для финансирования создания первой хлопкоочистительной машины Эли Уитни воспользовался экспроприированной собственностью английской королевы. Томас Эдисон привлекал частные средства. Т.е. изобретатели, не являясь собственниками капитала (стали венчурными капиталистами по существу), были предпринимателями. Предпринимателей в конце XIX – начале XX вв. часто отождествляли с руководителями предприятий – менеджерами.

Опыт некоторых стран, например США, показывает, что развитие предпринимательской деятельности на протяжении XX века прошло несколько последовательных стадий.

Исследователи рыночной экономики выделяют, по крайней мере, три таких стадии ее развития на протяжении XX века. Впервые десятилетия прошлого столетия в фазе освоения вширь многих товарных рынков – результаты деятельности предприятия зависели, в основном, от организации производства, от

технической стороны реализации инвестиционных проектов. На следующей стадии возникают проблемы сбыта, поскольку хорошо организованное производство опережает движение спроса. Цель – увеличение прибыли за счет роста объема продаж – предполагает изменение направления и структуры капитальных вложений: на снижение издержек предприятия, сбытовые затраты. В условиях насыщения рынков многими товарами, предприятия вынуждены выявлять или создавать новые потребности, осуществлять поиск «ниш» рынка, активизировать рыночный спрос. Поэтому в 70-е годы распространился маркетинг – новый инструмент реализации стратегии предприятия, содержащий иные элементы предпринимательской философии, появилась потребность в особых формах планирования деятельности фирмы – стратегическом планировании. Последнее осуществляется на предприятиях при тщательном анализе рынка, отборе приоритетов, глубоком изучении ресурсной базы для внедрения нововведений. При этом значительно возрастают инвестиции на разработку новой продукции и технологий, включающие не только капитальные вложения непосредственно в производство, но и затраты на рекламу, сбыт, создание сети послепродажного обслуживания и т.д.

В общей концепции трансформации экономической системы, изложенной немецкими профессорами В. Карте и А. Шуллером, указываются основы эффективной рыночной модели, которые подразумевают элементы «теории хозяйственного порядка», разработанные В. Ойкеном и Ф. Бемом.

Для осуществления цельной политики хозяйственного порядка государственные органы должны формировать этот хозяйственный порядок и среду, благоприятную для экономической деятельности предприятий. В соответствии с этой концепцией экономические отношения нуждаются в коренном преобразовании, так же, как и отношения собственности, что подразумевает:

- устранение монополизма;

- создание рыночных структур управления;
- изменение системы присвоения (прекращение уравнительного распределения).

От формы собственности и формы организации бизнеса зависит система финансирования накоплений в стране, ее возможности, финансовое положение каждого предприятия. Это отражается на целевом назначении инвестиций, а также на характере воспроизводства основного капитала. Так, например, для Японии характерна «динамическая» система воспроизводства основного капитала, темпы роста которого в 50-60-е годы составляли более 12% ежегодно. Кривая наращивания производственного потенциала имела экспоненциальный или скачкообразный характер. Динамичный тип формирования основного капитала в японской промышленности опирался на высокий уровень внешнего финансирования, который благодаря политике правительства для предприятий был доступным и дешевым. Для США характерной была «стационарная» система воспроизводства капитала, которая выражалась равномерным характером накопления линейного типа (темпы роста основного капитала составляли более 4% ежегодно). Несомненно, что главным стержнем рыночного регулирования является создание рыночной инфраструктуры и конкурентной среды во всех сферах общественного производства.

На основе зарубежных исследований выделены основные принципы рыночного регулирования предпринимательства. Среди них, как считают ученые Принстонского университета, должны быть следующие:

- четкое определение критериев и границ регулируемости рыночных отношений;
- постановка целей – способствовать экономическому развитию или сдерживать его; дать ли предпринимателям возможность заработать прибыль; дополнить ли бюджет;
- исходя из целей выбрать нужные формы воздействия на рынок;

- определить адресность интересов, на которые направлено рыночное регулирование – общество в целом (как считают американцы, такой общий подход ничего не дает), интересы отдельных социальных групп, интересы, связанные с развитием отдельных регионов, отраслей.

Следующим, не менее важным принципом является взаимодействие конкуренции и регулирования. В основе рыночной экономики, как показывает практика, лежит формирование и поддержание конкуренции, без которой не действует главный рыночный регулятор – цены. С одной стороны, конкуренция нежелательна для продавца. Для покупателя, наоборот, конкуренция – благо, поскольку обеспечивает лучший товар, лучшую систему обслуживания. Конкурентная природа рыночной экономики остается неизменной при больших и малых переменах. Экономические функции государства не противоречат конкурентному началу и не направлены на его ущемление или подавление. Напротив, сама хозяйственная деятельность государства ориентирована на укрепление конкурентного основания экономики. Правда, в отдельные периоды складывается впечатление, что государственное регулирование частично заменяет и в какой-то степени подавляет конкуренцию (в чрезвычайных обстоятельствах, связанных с циклическими кризисами и войнами). Нужно учитывать, что самой конкуренции присущи определенные периоды, вытекающие из закономерностей ее внутреннего развития.

В результате трансформации экономических отношений будет создан насыщенный конкурентный рынок. Как показывает практика стран с рыночной экономикой, для создания устойчивой конкурентоспособной среды предпринимателей необходима как минимум одна организационно-структурная единица на сто человек населения.

Важным критерием регулирования предпринимательства является обеспечение свободы и выгоды обмена (как для продавца, покупателя, так и для третьих лиц – экология города, на-

пример). В условиях товарного производства четко обозначается положение товаропроизводителя на рынке: он абсолютно свободен, экономически обособлен. Т.е. на рынке необходима экономическая обособленность, полная самостоятельность производителя. Рынок – система экономических отношений между изготовителями и потребителями продукции, опосредованная процессом купли-продажи. В этой системе центральной фигурой является покупатель. Производство реагирует на требования общества – спрос и цены. Производители продукции, преследуя свои интересы, вынуждены удовлетворять запросы потребителей, покупателей, иначе не будет реализована продукция, не будет и прибыли. Взаимоотношения продавцов и покупателей носят компромиссный характер, формируется определенный баланс интересов, в основе которого – реально существующие условия производства, общественно необходимые затраты на производство единицы продукции. При этом конкуренция вынуждает производителя искать пути лучшего удовлетворения запросов потребителя, которому принадлежит право выбора. Потребитель отдает предпочтение тому производителю, который удовлетворяет его требования к товару по ряду критериев, а именно: по качеству, цене, условиям реализации товара, по состоянию сервисного обслуживания и т.д. Потребитель диктует свои требования, которые ограничены реальными возможностями производства. Диктат потребителя не может выходить за пределы, определяемые условиями развития производства. В этом и состоит, в конечном счете, приоритет производства в условиях рынка. Следующий критерий – полная информация о всех товарах, качестве и ценах.

Как система экономических отношений рынок выполняет многообразные функции:

- обеспечивает устойчивую взаимосвязь производства и потребления (создает условия для реализации продукции и условия для удовлетворения запросов потребителей);
- образует систему обратной связи, службы учета запро-

сов потребителей; учет «поведения» своей продукции в различных условиях производства и эксплуатации, мнение потребителей о вводимых конструктивных, экологических и других изменениях.

Постоянно действующая система обратной связи, незамедлительная реакция потребителей на любые изменения качества, параметров, цен изделий, состояние сервисного обслуживания позволяют регулировать и управлять рынком. Создаваемая рынком взаимосвязь производства и потребления решает три задачи:

- удовлетворение платежеспособного спроса;
- сбыт продукции;
- обеспечение производства ресурсами.

Важным элементом хозяйственной самостоятельности предприятия является свобода выбора форм инвестирования – в машины или оборудование, ценные бумаги или земельный участок. Однако в ряде стран отдельные отрасли полностью или частично закрыты для частных инвесторов (например, связь в Германии). Инвестиционная деятельность регламентируется законодательством (экономическое, коммерческое, трудовое и административное право), которое предусматривает преимущественное регулирование. При этом имеется в виду сдерживание монополизации, обеспечение качества жизни, разделение прав и ответственности собственников и управляющих, регулирование экономической активности. Налоговое законодательство (включая вопросы амортизации), закон об операциях с ценными бумагами, закон о поощрении участия работников в накоплении и другие направлены на косвенное регулирование объемов капитальных вложений, влияя, таким образом на условия финансирования.

Рынок предполагает свободный выбор и заказчиков, и поставщиков продукции, обусловленный взаимными экономическими интересами. Особым направлением в усилении рыночных рычагов, характеризующим переплетение интересов, явля-

ется взаимное приобретение акций, осуществление совместных проектов. Способствовать этому процессу могли бы коммерческие банки, заинтересованные в процветании своих клиентов. Спрос, как правило, удовлетворяется рынком полностью. А вот сбыт продукции ее изготовителям не гарантируется. Рынок действительно влияет на развитие производства с помощью присущих ему средств; в первую очередь – движения цен, а также курсов акций, валют. Неудовлетворенный спрос вызывает повышение цен, за которым следует перелив капитала, соответствующее ему перемещение материальных ресурсов и рабочей силы. Капитал в денежной форме обладает несравненно большей подвижностью, он чаще всего опосредует движение промышленного капитала от отрасли в отрасль. Кредит расширяет возможности «ухода» значительной части капитала из одной отрасли в другую. Существенное влияние на мотивы движения промышленного капитала оказывает раздвоение капитала на капитал-собственность и капитал-функцию, и сосредоточение акционерного контроля в руках небольшой группы акционеров. Так, владельцы контрольного пакета акций новой фирмы в сравнительно большей мере интересуют технико-экономические факторы, например, характеристики, определяющие возможность сокращения удельных издержек при дальнейшем расширении производства, тогда как инвесторов, приобретающих мелкие партии акций, интересуют перспективы последующего движения курсов. Тем самым рынок влияет на сложившиеся пропорции общественного производства и формирование новых, служит фактором подчинения потребностям, удовлетворению платежеспособного спроса.

Методы регулирования рыночных отношений, их упорядочение, направление в русло общечеловеческих интересов различны и многообразны. Это, прежде всего законодательные и нормативные акты, регулирующие порядок сделок, особенно в части ценных бумаг, акций, облигаций, по существу затрагивающие государственную систему денежного обращения, уста-

навливающие порядок функционирования фондовой и других бирж. Финансово-кредитные рычаги выполняют одновременно несколько функций регулирования: обеспечение финансовых интересов государства, общества в целом, перераспределение доходов с целью социальной защиты малоимущих слоев населения и сглаживания социального неравенства, постановка и ориентация предпринимательской деятельности в направлениях, признанных приоритетными, прогрессивными, отвечающими интересам общества в целом и др. Эти задачи решаются системой налогообложения, льгот, санкций, субсидий, дотаций, кредитов, приобретением акций государством, выпуском внутренних и гарантией иностранных займов.

В современных условиях предпринимательство становится реальной силой хозяйствования, способствует развитию конкурентоспособности и общественного благополучия.

Весь ход промышленного развития, особенно с середины 50-х годов, был направлен на увеличение размеров промышленных предприятий. В этих условиях буржуазные теоретики развивали концепцию «организованного человека»: [...работник-винтик, автоматически вращающийся в строго отведенных ему границах в организации по четко сформулированным правилам]. На крупных предприятиях за десятилетия внутренние организационные отношения сложились таким образом, что небольшая группа высших управляющих принимала решения, которые были обязательны для большинства рядовых работников. Рациональное управление предусматривало подавление человеческой индивидуальности на основе жестко установленных внутриорганизационных правил и норм. Сложился определенный стереотип поведения «рядовых» работников: отсутствие желания рисковать, проявление инициативы, отсутствие личной ответственности. Эта модель поведения подкреплялась доминирующим положением на мировых рынках ведущих западных фирм, стабильным ростом производительности труда, увеличением объема продаж на основе расширения производственной мощности с

помощью отработанных технологий, слабое внедрение нововведений и сбыт массовой стандартизированной продукции. Однако кризисы 70-80-х годов предопределили необходимость перемен в моделях экономического роста, в социальных и политических институтах, в образах жизни людей. Это было вызвано ускорением темпов научно-технической революции и переносом основной тяжести конкурентной борьбы в плоскость научно-технического соперничества. Предпринимательство было предопределено значительными изменениями в области бизнеса и социальной сфере, усилением информационных, деловых и торговых взаимосвязей между странами. Рост интереса индивидов в социальной сфере особенно проявился в последние годы: к занятию своим делом, стремление к самовыражению, возросшая ответственность работников организации выводят их за рамки организационной структуры. Предпринимательство становится для них инструментом, средством самореализации.

Увеличение предпринимательских структур, соответственно, потребует изменения уровня образования. Рост квалификации, уровня образования и самосознания работников как творческих личностей достаточно сложный и требующий нестандартных решений процесс, вызывает обострение конфликта между сложившимися схемами и новыми объектами управления: между бюрократическим и предпринимательским или новаторским стилем поведения работников.

В соответствии с теорией рациональных систем (по М.Веберу) наивысший уровень слаженности и эффективности достигается организацией на базе внутренних правил и норм. Действительно, бюрократический стиль управления представлял высокорациональную форму организации как противовес организационному хаосу и отсутствию четких структурных связей. Он предусматривал четкое разделение труда между работниками, иерархичность управленческих звеньев, наличие регламентационных правил деятельности организации, подразумевающих формальное отделение работников от собственности, отбор

и продвижение работников согласно технической квалификации.

В условиях традиционных предприятий сверхформализация управления и административная скованность препятствуют возникновению и развитию внутрифирменного предпринимательства. Бюрократическая форма организации игнорирует социально-поведенческие аспекты функционирования, опирается на формальные, нормативные элементы структур. Через введение новых инструкций, правил и норм, процедурные согласования теряются результаты и реальная работа, подменяется конечная цель. Менеджер в бюрократической организации отвечает за ввод правил, с другой стороны – беспрекословно подчиняется вышестоящему руководителю, что приводит к подрыву эффективности и даже коллапсу самой организации.

Развитие предпринимательства синтезирует такие теоретические направления менеджмента как бихевиористские и социотальные подходы, модели открытых систем, концептуальные взгляды на управление нововведениями.

В организационной теории появились попытки преодоления ограничений классической бюрократии. За последние 50-60 лет западная управленческая мысль занималась проблемами трансформации бюрократического управления в предпринимательское. Это предопределено невозможностью построения «идеальной бюрократии» на практике, а самое главное – теория была изначально утопичной, обрекала организацию на неэффективность и иррациональность, поскольку пренебрегла наиболее ценным ресурсом организации - умом и творческой инициативой ее членов.

Согласно теории естественных систем, основоположники которой Э. Мэйо, Ф. Ролисбергер, Ч. Барнард, П. Селзник, П. Блау, Т. Парсонс, Д. Макгрегор считают, что сверхтеатрализованные и жестко формализованные структуры формировались под влиянием идей рационального бюрократического управления. Основными недостатками таких организаций являются:

пренебрежение социальной природой и мотивами поведения человека, его склонностями к групповой работе и созданию неформальных структур.

В работах американского специалиста Р. Баргелмана глубоко проработаны вопросы форм взаимоотношений между руководством предприятия и инициативными группами подразделений, влияния предпринимательских инициатив на стратегическое развитие организации.

Предприятие (корпорация) представляется в виде двух динамичных подсистем, воздействующих друг на друга: с одной стороны, это «спланированное, стратегическое поведение», которое отражает формальную (механическую) организационную структуру, с другой – «автономное стратегическое поведение», которое представляет все инициативы и действия, выходящие за рамки формально принятой стратегии (органическая структура).

Если ранее теоретики менеджмента рассматривали существование двух названных подсистем изолированно друг от друга, то сегодня они исследуются в тесном взаимодействии.

Разработка и поиск факторов внешней ситуации при построении модели организации позволили Бернсу и Сталкеру выделить следующие факторы: уровень конкуренции, уровень технологии, уровень развития продукции, состояние потребителей. При указанных факторах внешней ситуации выделяют две крайние формы организационных моделей: в конце одной цепочки – механическая структура, в конце другой цепочки – органическая структура, между которыми лежат все остальные типы организации (рис. 1.1). Указанная группа факторов, на наш взгляд, нуждается в дополнении. К ним следует добавить фактор обособления объекта-предприятия от внешней среды (рыночной или жестко централизованной, государственной). В зависимости от этого фактора предприятие имеет разные условия для развития предпринимательского управления, разную степень приспособленности к внешним условиям, а следовательно – и иную структуру организации.

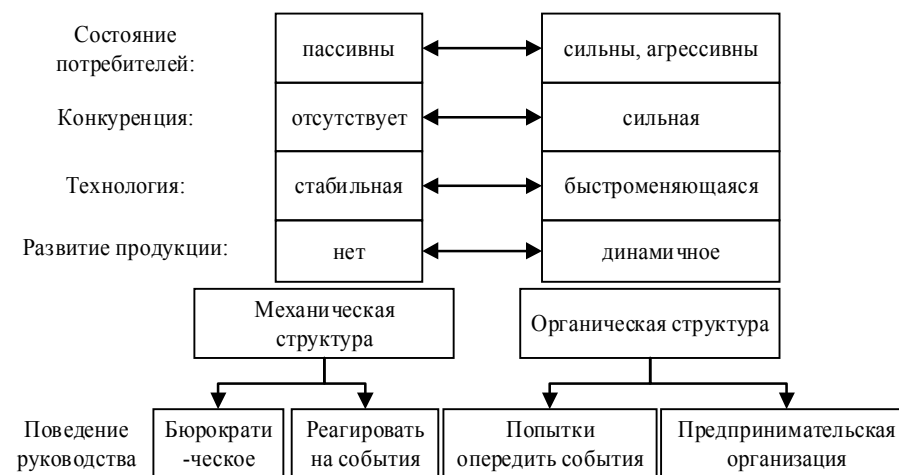


Рис. 1.1. Связь между факторами внешней ситуации и структурой предприятия

Другим, не менее важным для включения в данную группу факторов, является форма собственности. Какую форму собственности имеет предприятие – частную или государственную – от этого также будет зависеть структура предприятия, ее прогрессивность и динамизм, его стратегия. Предприятия с частной формой собственности, как правило, имеют предпринимательский стиль управления и органическую структуру, а, следовательно, более адаптированы в рыночных условиях.

Как считают западные экономисты, механическая структура существует при относительно стабильных внешних условиях: незначительных изменениях спроса на конечную продукцию, отсутствии конкуренции, несущественной динамики в области технологии и совершенствования продукции. Механическая структура отличается широкой специализацией, формальной и малогибкой организационной структурой, исключительно централизованным принятием решений, односторонней связью от высшего руководства к низшим звеньям. Органическая

структура пригодна для неустойчивых внешних ситуаций. Она динамична к окружающей среде, хорошо приспосабливается к ней. Для органической структуры характерны: постоянное изменение функций и приспособление к обстоятельствам, гибкая и неформальная структура организации, определенная степень автономии всех членов руководства предприятия, предпринимательское поведение управляющих.

Указанные особенности и направления деятельности предпринимательства в рыночных условиях обозначают внешнюю систему, в которой развивается предприятие, под ее воздействием меняется структура организации и, соответственно, изменяются стратегия и методы управления. Предприятие должно рассматриваться как открытая система, четко реагирующая на все внешние факторы. Одним из направлений развития является применение стратегического планирования и управления предприятием, усиление экономических аспектов. С учетом предложенных факторов внешней ситуации, влияющих на структуру предприятия, эти взаимосвязи можно представить следующим образом (рис. 1.2).

Состояние потребителя:	Пассивны	Активны
Конкуренция:	Отсутствует	Сильная
Технология:	Стабильная	Быстро меняющаяся
Развитие продукции:	Нет	Динамичное
Внешняя устойчивость:	Не устойчиво	Устойчиво
Форма собственности:	Государственная	Частная
	Механическая	Органическая

Рис. 1.2. Связь между факторами внешней ситуации и структурой предприятия (дополнительная)

Такая схема взаимосвязей факторов внешней ситуации и структуры предприятия, на наш взгляд, является более полной,

охватывает важнейшие факторы – степень открытости предприятия и форму ее собственности. В условиях рынка предприятие является свободным производителем продукции, и в соответствии со знаниями и сведениями о конъюнктуре рынка самостоятельно принимает решение о выходе на него. При этом оно стоит ближе к рынку и потребителю, чем в условиях централизованного принятия решений, когда предприятие как бы полностью обособлено от внешнего окружения. С развитием рыночных факторов степень свободы предприятия повышается, изменяется соответственно и поведение его руководства – от бюрократического к реакции на события внешней среды и далее – к предпринимательскому типу. Форма собственности предприятия частная или государственная также в большей степени воздействует на предпринимательскую сферу предприятия, изменяет его структуру. Предложенные дополнения позволяют внести существенные коррективы в направления и формы развития предпринимательской деятельности на предприятиях, в регионах. Эти изменения должны быть внесены как в положения и концепцию по развитию предпринимательства в республике, так и в методы, определяющие приоритеты развития.

Теоретическое понимание и анализ предпосылок возникновения и развития предпринимательской деятельности предприятия, особенностей рыночной экономики, являющихся факторами внешней ситуации при построении модели организации, позволяют сделать следующие выводы.

В процессе эволюции рыночной экономики изменяется характер отношений как вне, так и внутри организации. При определенном уровне накопления материального богатства стратегическим ресурсом, например, в экономике США, Японии и других, становится «интеллектуальный капитал» – знания, творческие способности, информация, управленческая культура. В этих условиях важно, чтобы интересы работника идентифицировались с интересами системы в целом. Изменяется характер отношений между наемными работниками и предпринимателя-

ми, времена жесткого принуждения к труду необходимостью выживания остались в прошлом. Задача менеджеров, и особенно высшего управленческого звена, в настоящее время состоит в раскрытии творческого потенциала сотрудников всех уровней на основе новой мотивации для более эффективного включения в производственный процесс. На это направлены разного рода инвестиции на развитие персонала. Другим принципиально важным моментом современного процесса является соединение наемного работника и собственника в одном лице, его непосредственное вовлечение в накопление и через владение акциями предприятий, и через финансирование на паях со служащими индивидуальных счетов.

Таковы прямые изменения некоторых моментов предпринимательской стратегии компаний в связи с новыми подходами к человеку как участнику производственного процесса. Есть и опосредованные влияния. Например, в основе инвестиционных решений о слияниях, приобретении активов других фирм лежат соображения не только об усилении финансовой и производственной мощи, но и доступа к интеллектуальным ресурсам, прежде всего к персоналу, способному генерировать новые идеи, технологии, воплощать и новые конкурентоспособные товары – источник прибыли. Известны особенности отношений с персоналом, требования к культуре производства, например, в японских компаниях, которые позволяют достичь максимального эффекта от капитальных вложений в новую технику и технологии. При зарубежном инвестировании, чтобы не тратить усилия на ломку сложившихся стереотипов в этой области, японские предприниматели предпочитают не приобретать действующие, а строить новые предприятия, где они могут воссоздать уникальный синтез новой технологии и особой культуры производства. Факторы внешней ситуации обуславливают необходимость развития внутрифирменного предпринимательства. Одновременно и само предприятие, являющееся «структурой возможностей», подгаживает наиболее инициативных своих членов

к их использованию. В любой организации существует множество неиспользуемых ресурсов – материальных, технологических, маркетинговых, организационных, которые являются «питательной средой» для поискового стиля поведения.

На крупных предприятиях управленческая система также движется в направлении от «управленческой философии» к «предпринимательской». Это обусловлено объективной реальностью деятельности предприятий, характером решаемых задач и необходимостью адаптации к существующим факторам внешней ситуации. Бюрократическая и предпринимательская подсистемы на крупнейших предприятиях находятся в сложном взаимодействии, при медленном отмирании первой и постепенном развитии второй. Однако крупное предприятие не может реально существовать вне базовой системы, построенной на принципах бюрократической модели, – с четким разграничением сфер ответственности менеджеров, иерархичностью структуры, наличием определенных внутренних правил и норм. Бюрократические составляющие в таких системах постепенно замещаются подходами предпринимательского стиля управления. Важнейшее значение имеет создание благоприятного климата для становления и развития предпринимательского стиля мышления.

1.2 Сущность и основы предпринимательства. Цели предпринимательской деятельности

Современное понятие предпринимателя как новатора сложилось в середине XX века: «Задача предпринимателей – реформировать и революционизировать способ производства путем внедрения изобретений, а в более общем смысле – через использование новых технологических возможностей для производства новых товаров или прежних товаров, но новым методом, благодаря открытию нового источника сырья или нового рынка готовой продукции – вплоть до реорганизации прежней и создания новой отрасли промышленности...».

С этого времени термин «предпринимательство» становится тесно связанным с поиском новых идей и их реализацией. В качестве новой идеи воспринимается – от нового промышленного продукта – до организационной структуры.

Таким образом, под предпринимательством понимают очень широкий диапазон определений - от «праздного класса» (Т. Веблен) до «основного феномена экономического развития» (И. Шумпетер).

Однако, несмотря на множество исследований в области предпринимательства в значительный временной период только в последнее время стала проявляться тенденция на междисциплинарный анализ сущности предпринимательства. Недостаточно изучены в методологическом и эмпирических аспектах важнейшие взаимосвязи предпринимательской деятельности (как внутренние, так и внешние).

Все современные исследования по предпринимательству используют идеи, заложенные И. Шумпетером и Ф. фон Хайеком. В их трудах проанализирован исторический срок предпринимательской деятельности во взаимосвязи с эволюцией марксизма, кейнсианства, поставлены или определены последующие идеи и вопросы. Интересен в трудах экономистов сам методологический подход к предпринимательской деятельности, политизация или идеологизация сущности предпринимательства, что в конечном итоге приводит к полярным выводам. Однако, на наш взгляд, сущность самого определения от этого только выигрывает. Так, классик теории предпринимательства И. Шумпетер считал, что главной функцией предпринимательства является реформирование, революционизирование производства на основе его реорганизации, внедрения изобретений, создания условий для производства товаров (как новых, так и старых), открытия новых источников сырья, рынков сбыта. В этом смысле содержанием предпринимательской деятельности становится «осуществление новых комбинаций» факторов производства и нововведений. Предпринимательство, как считал Шумпетер, являет-

ся универсальной общеэкономической функцией любой общественной формации, которое сочетается с выполнением других видов деятельности – управление маркетингом, научными разработками. Он также считал, что по мере экономического развития предпринимательская функция как бы рассеивается среди специалистов.

Большое значение для эволюции производства имеет состояние хозяйственно-политической среды, а именно – является ли она административно-командной или рыночно-конкурентной экономической системой. Чистая конкурентная среда подразумевает (рис 1.3):

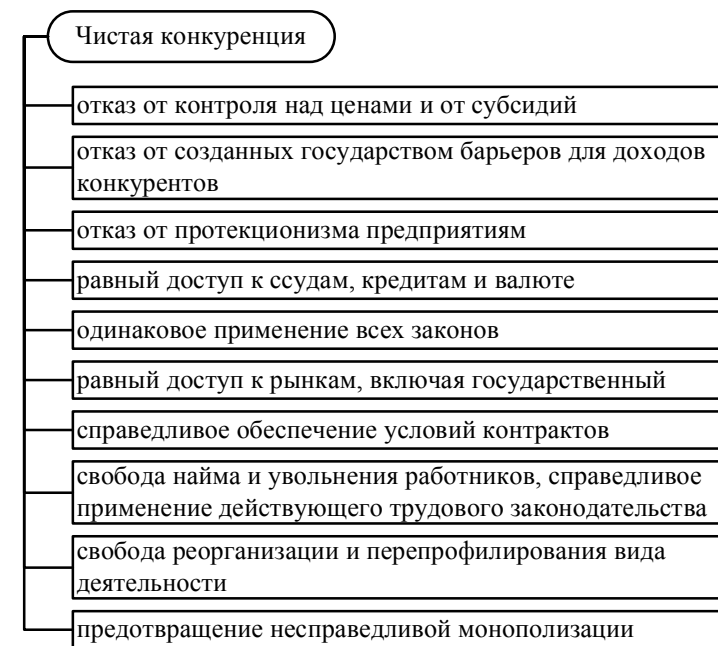


Рис. 1.3. Основные характеристики чистой конкурентной среды

Дерегулирование, «мягкая структура» основных законов – о собственности, корпорациях, труде, пенсиях, банкротстве, банковском деле и налогообложении – такая среда определяет и

способы использования «новых комбинаций» и основные типы мотиваций предпринимательства.

В основе исследований Ф. фон Хайека заложены социальные и экономические идеи, которые определяются, прежде всего, свободой человека, отсутствием его подчинения воле других людей в пределах законов гражданского общества. В свою очередь, личная независимость приводит к более производительному использованию своего экономического потенциала. Хайек имел в виду при этом то обстоятельство, что каждый человек обладает уникальными знаниями, которые проявляются или применяются только при его активном участии. Не пассивное, а активное поведение индивидуума приводит к реформированию и нововведениям в производстве. Рынок выступает при этом наилучшим координатором использования человеком своего потенциала – информационного, экономического, производственного, интеллектуального. Через ценовой механизм информирования индивидов о состоянии спроса и способах его удовлетворения, их потенциальных областях осуществляется реализация этого потенциала. Конкуренция, как рыночный механизм, по Хайеку – «обнаруживающая процедура» – представляется как поиск изменений в предпочтениях потребителей и новых средств их удовлетворения. Движущей силой, исполнителем этого механизма является предприниматель, осуществляющий наиболее «оптимальное (эффективное) соединение своих уникальных знаний» с рыночной ситуацией, на этой основе обеспечивающий максимальный доход и первенство в конкуренции. Таким образом, у Хайека предпринимательская деятельность выступает как нечто цельное, последовательное, тесно связанное с рынком – как система, но одновременно и уникального качества – знания индивидов, поиск и исследование новых экономических возможностей. Отсюда также следует, что это качество не присуще какой-либо профессии, роду занятий, а является характеристикой поведения. В этом взгляды Хайека и классиков марксизма – К.Маркса, Ф.Энгельса, В. Ленина – несколько

сходны: в познании глубинных механизмов экономического развития, в широте постановки, по способам продвижения к идеалу – большей свободе самореализации индивида. Однако к рынку и конкуренции они подходят с разных сторон. Классики марксизма заведомо относятся к этим понятиям негативно со стороны их социальных аспектов. В их работах основное внимание уделено политическим, и в некоторой степени – социально-экономическим аспектам предпринимательства. Так: исследования К.Маркса много внимания уделяют организационно-творческим компонентам предпринимательства и в целом – условиям массового и непрерывного социального творчества. При этом в XIX – начале XX века, в основном, развивались выводы о преимущественно капиталистической, частнособственнической, эксплуататорской природе предпринимательства. Самое ценное у классиков марксизма в разработке проблем предпринимательства содержит такие аспекты: анализ отношений собственности, исторической роли буржуазии и др. Предпринимательство как экономическое явление возникает тогда, когда существуют экономическая свобода и организационно-хозяйственные нововведения (новаторство). Как было определено ранее, предпринимательский стиль поведения характеризует свободное творчество и готовность разумно рисковать. Предпринимательство есть поиск, выявление и использование деловых возможностей, появляющихся в результате перемен в управленческих, маркетинговых, технологических и других подсистемах организации. Но предпринимательство шире, чем новаторство, поскольку новаторы не всегда могут или хотят заниматься реализацией идей и доведением их до практического использования. Это – главные и основные, в коренные характеристики понятия предпринимательской деятельности, образующие его природу, характеризующие его особенность и универсальность. Все другие характеристики, такие как риск, поиск и принятие решений, ресурсы, стремление к прибыли и т.д. являются производными от первых, дополняющими.

Поскольку существует общее деление человеческой деятельности на репродуктивную (при известных средствах добиваться уже известных результатов) и творческую (выработка новых средств и идей), а также известных целей с помощью новых средств, аналогично различают и экономическую деятельность: творческо-поисковую, инновационную и репродуктивную (рутинную, шаблонную). Предпринимательство относится к нововведенческой, новаторской экономической деятельности. Основная сущность его – в комбинировании производственных факторов с целью получения большего дохода. При этом создаются и развиваются организационные структуры соответственно при открытии нового производства или при его увеличении, реорганизации, установлении, модернизации или устранении связей.

Экономическая свобода подразумевает определенную совокупность прав у хозяйственного субъекта, самостоятельность в принятии решений «... по поиску и выбору вида и формы, а также сферы хозяйственной активности, методов ее осуществления, использованию продукта и дохода» от данной деятельности. Свобода также складывается как результат взаимодействия внешней среды и субъекта.

Однако автономное принятие решений – ключевое условие предпринимательства. «Свобода предпринимательства, как и свобода распоряжения рабочей силой, таким образом, выступает разновидностью экономической свободы вообще и выполняет функции производительной силы». Без этого «новая комбинация» невозможна ни экономически, ни организационно, ни психологически.

Среди функций предпринимателя указывают его признаки или качественные характеристики. Таковы, например, ответственность за экономический риск, проявление инициативы по соединению ресурсов для производства товаров и услуг, принятие основных неординарных решений по управлению предприятием, внедрение инноваций и другие.

Однако предпринимательство не есть лишь мелкие формы бизнеса. На крупных предприятиях также широко используются понятия «интрепренерство» – предпринимательство (по Г. Пиншо) и предпринимательское управление (по Г.Стивенсону). То есть предпринимательство, включающее организационные преобразования и опирающееся на право самостоятельного принятия решений, существует на всех уровнях сложных иерархических систем. Несомненно, что действия предпринимателя и менеджера разных уровней различаются задачами, приоритетами, возможностями и проблемами. Однако сущность – организационные нововведения на основе свободы использования новых возможностей для бизнеса – остается прежней. Интересен подход Г.Стивенсона, который противопоставляет предпринимательскую деятельность администрированию, выделяя при этом следующие черты предпринимательского управления. Так, по критерию стратегической ориентации предприниматель исходит из возможностей, а не стеснен наличием ресурсов. При многостадийности процесса он не должен задерживаться на каждой стадии долго. Предприниматель ориентирован не на владение ресурсами, а на лизинг – эпизодическое их использование, формализованным иерархиям предпочитает неформальные связи. Предприниматель выбирает коллективистские ценности и стимулы в большей степени, нежели индивидуальную карьеру. По существу, предпринимательское управление противопоставляется администрированию, воспроизводится идея о качественном отличии управления от регулирования. Последнее позволяет поддерживать производство в рамках сложившейся организации. Предпринимательское управление позволяет обеспечивать перевод из одного организационного состояния в другое на основе нововведений и реорганизации.

Предпринимательскому типу поведения соответствует определенная система целей и мотиваций. Это можно проиллюстрировать на сравнении качественных характеристик традиционных менеджеров (бюрократический стиль), управленцев –

предпринимателей и отдельных предпринимателей (табл. 1.1), полученных на основании имеющегося материала.

Для традиционного предприятия характерна система вознаграждения за труд, поощряющая консерватизм в области принятия решений, непринятие риска, отсутствие персональной ответственности (индивидуумов) за конкретные проекты, инструкции сверху, обеспечение должностных рамок, сдерживающая атмосфера, не способствующая творчеству, гибкости, независимости и принятию решений с высокой степенью риска. Альтернативой традиционному предприятию выступает атмосфера предпринимательства, которая создается на противоположных принципах управления, разработка подходов, задач и планов действий, вознаграждение за предпринимательские действия; поиск новых решений, проведение экспериментов, творчество и развитие независимо от сферы деятельности, готовность к ответственности и превращение в совладельца предприятия.

Таблица 1.1

Сравнительный анализ деятельности традиционных менеджеров, управленцев-предпринимателей и отдельных предпринимателей

Качественные параметры	Бюрократический тип управления предприятием	Предпринимательский тип управления предприятием	Отдельные предприниматели
Главные мотивы деятельности	Продвижение по служебной лестнице и др. Традиционные виды вознаграждений (власть)	Независимость и возможность получения большего вознаграждения от предприятия	Независимость, возможности для творческой работы и зарабатывания денег
Время, в течение которого предполагается достижение успеха	Короткое время, соответствующая установленным нормам и планам, ориентация на выполнение отдельных, месячных, квартальных плановых показателей	Средняя величина между временем предпринимателям и традиционного менеджера, зависящие от того, насколько срочным является достижение собственных и планов предприятия	Время, необходимое для выживания и достижения стабильного роста компании в течении 5 – 10 лет

Качественные параметры	Бюрократический тип управления предприятием	Предпринимательский тип управления предприятием	Отдельные предприниматели
Тип деятельности	Отдает распоряжение и занимается большей частью надзором за подчиненными, нежели непосредственно включается в работу	В значительной большей степени непосредственно участвует в работе, чем отдает распоряжения	Непосредственное участие в работе
Отношение к риску	Осторожное	Способен к обоснованному риску	Способен к обоснованному риску
Отношение к ошибкам и возможностям банкротства	Пытается избежать ошибок и неожиданностей	Старается уберечь рискованные проекты от огласки до их полной готовности	Ежедневно сталкивается с ошибками и угрозой провала и ежедневно их преодолевает
Тип взаимоотношений с окружающими	Иерархическая подчиненность как основной тип взаимоотношений	Деловые взаимоотношения в рамках иерархической подчиненности	Взаимоотношения строятся главным образом на деловой основе
Принятие решений	Соглашается с решениями высшего руководства	Способен убедить других, оказать ему помощь в достижении желаемых целей	Преследует желаемые цели, принимая соответствующие решения
Отношение к своему статусу	Обращает существенное внимание на символы, определяющие его собственный статус	Не склонен обращать внимание на традиционную символику предприятия – предпочитает независимость	Не обращает существенного внимания на символы, присущие его собственному статусу
Коммуникабельность, контактность	Не всегда существует	Присутствует не только для контактов с внешними партнерами, но и внутри предприятия	Присутствуют всегда на переговорах с заказчиками, поставщиками, банками и т.д.
Динамизм, гибкость, способность быстро реагировать на изменение обстоятельств, внутренних и внешних усло-	В основном отсутствует	Присутствует практически всегда	Не всегда присутствует, в результате могут быть непредвиденные ситуации

Качественные параметры	Бюрократический тип управления предприятием	Предпринимательский тип управления предприятием	Отдельные предприниматели
вий			

Традиционное предприятие является иерархической структурой с установленным порядком деятельности, системой отчетности, уровнями подчиненности и ответственности, набором инструкций, указаний, нормированными часами работы предприятия и механизмами контроля. Результатом становится климат традиционного предприятия, препятствующий созданию новых форм и сфер деятельности. Культура предприятия с предпринимательским стилем поведения контрастна по отношению к традиционному предприятию. Горизонтальная, но очень разветвленная структура управления предполагает работу единой команды, наличие большого числа наставников. Возникают тесные деловые (рабочие) связи, позволяющие выбрать общие принципы и целевые установки. На предприятии происходит свободный обмен мнениями и взаимное обогащение как внутри отдельных функциональных сфер деятельности и подразделений, так и между ними. Различия проявляются в возможности творческой работы и независимости, в сроках достижения успеха, стиле работы и др. характеристиках.

Управленческий стиль отдельного предпринимателя ближе к программно-целевому подходу при открытом доступе к управленческому звену. Такая стратегия стимулирует творческий подход менеджеров к принятию ответственных решений, сочетается со стремлением повышения своего квалификационного и технического уровня. Управленцы-предприниматели в качестве основных мотивов деятельности подразумевают независимость, получение большого вознаграждения от предприятия. На традиционных предприятиях сама организация сдерживает развитие творчества, блокирует нововведения, особенно в областях, не связанных с основной деятельностью. В решениях

отсутствует гибкость, реализация их занимает много времени.

Особенности предпринимательской деятельности предприятия, такие как масштаб, сферы приложения, определяются уровнем технологического развития, степенью открытости общества и экономики, институциональной инфраструктурой и качеством отраслевой структуры, а также политикой, идеологией и культурными традициями. Эволюция западного менеджмента от строго бюрократической к предпринимательской модели внутрифирменного управления явилась реакцией на ускорение темпов научно-технической революции, переноса центра тяжести конкурентной борьбы в плоскость научно-технического соперничества. В начале 2000-х годов в странах Запада завершился период преобладания спроса над предложением продукции ряда отраслей промышленности, наступил период избыточного предложения, когда от руководителей стали требоваться навыки и знания, далеко выходящие за рамки традиционных. Изделия различных предприятий становятся мало отличными от продукции конкурентов. В этих условиях все острее возникает необходимость в деловых предприимчивых специалистах. Предприниматели должны обладать деловыми качествами – способностью идентифицировать потребности и на основе их формулировать деловую задачу, реализовать ее при рациональном использовании ограниченных ресурсов предприятия. Таким образом, цели предпринимательской деятельности вытекают непосредственно из потребностей общества. В обществе возникают идеи, которые реализуются в потребности, а предприниматели – именно те субъекты, которые превращают идеи в деловые возможности, независимо от степени революционности этих идей в научном, техническом или любом другом смысле. Поэтому определение предпринимательства как «... процесса создания чего-то нового, обладающего ценностью ..., поглощающего время и силы, предполагающего принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесса, приносящего в результате денежный доход и личное удовлетворение

достигнутым», слишком расплывчато, и неточно отражает сущность предпринимательства. Несколько конкретизирует сферу действия предпринимательства то обстоятельство, что предприниматель вкладывает «... в дело свои собственные идеи, знания и навыки в области планирования, организации и управления предприятием..., несет ответственность за возможные потери...». В соответствии с Законом «О предприятиях и предпринимательской деятельности» (Закон РСФСР от 25.12.1990 № 445-1 – в настоящее время данный документ утратил силу, вместо него введен Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации») предпринимательство представляет «инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли», осуществляемую на «свой риск и под имущественную ответственность в пределах, определяемых организационно-правовой формой предприятия».

Гражданский кодекс Российской Федерации (статья 23) расширяет понятие предпринимательства, особо выделяя такие признаки:

- самостоятельность осуществления предпринимательской деятельности на свой риск;
- направленность деятельности на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг;
- обязательная регистрация лица, осуществляющего деятельность в качестве предпринимателя в установленном законом порядке.

При этом субъектами права собственности признаются граждане, юридические лица, Российская Федерация, субъекты РФ, муниципальные образования. Однако Гражданский кодекс сужает дифференциацию форм собственности, указывая на частную, государственную, муниципальную и другие.

Признаки предпринимательства, обозначенные в Граж-

данском кодексе, уточнены в той части, где говорится о систематическом получении прибыли – выполнения работ или услуг, пользования имуществом или продажи товаров. В нашем рассмотрении, особенно предприятий малого бизнеса, систематическое получение прибыли от выполнения работ или услуг в различных сферах деятельности предполагает достижение коммерческого успеха на длительную перспективу. Последнее немало важно, поскольку является прочной основой для фундамента будущей деятельности, развития предприятия. Общеизвестно, что именно малые предприятия, которые первоначально ставили в качестве цели получение прибыли на длительную перспективу, перерастали в средние и крупные фирмы, укрепляли сферу предпринимательства. Сужает сферу деятельности предпринимательства, характеризует только профессиональную деятельность предпринимателя следующее определение «предпринимательство – инициативная деятельность граждан, заключающаяся в выработке товаров и услуг, направленная на получение прибыли и осуществляемая в рамках действующего законодательства и этических норм современного общества».

Экономическую сущность предпринимательства отражает, по нашему мнению, следующее определение: «предпринимательство – инициативная хозяйственная деятельность субъектов собственности в рамках существующих законов, направленная на создание экономических и организационных условий для производства продукции, сбыта товаров, осуществления коммерческих операций, оказания услуг с учетом интересов производителя и потребителя, а также с целью получения прибыли». В приведенном определении наиболее полно отражается экономическая сущность предпринимательства как хозяйственной деятельности субъектов собственности, что позволяет выделить субъектов различных форм собственности, и исследовать их предпринимательское поведение. На этой основе можно выявить сначала качественные, а затем и количественные характеристики развития предпринимательства при разных формах соб-

ственности и, используя такие индикаторы, разработать концепцию по ускорению развития предпринимательских процессов на предприятиях, в регионах. Несомненно, что предпринимательство – это комплексное (междисциплинарное) понятие, что также должно найти отражение в определении. Его функциональными аспектами являются финансы, маркетинг, бухгалтерский учет, которые непосредственно изучаются в учебных заведениях. Системность и комплексность предпринимательства подтверждается тем, что оно формировалось под влиянием самых разнообразных отраслей науки – математики и кибернетики, анализа хозяйственной деятельности и бухгалтерского учета, философии и физиологии и др.

Сущностью предпринимательства является умение оценить потенциальную прибыль при способности оптимального распределения ресурсов. Предприниматель выявляет и использует такие возможности в общественном производстве. Таким образом, предпринимательство, отталкиваясь от потребностей общества, само воздействует на него, изменяет интеллектуальный потенциал и функциональную деятельность последнего. Современных предпринимателей отличает большая коммуникабельность, внимательное отношение к людям и социальные контакты. Предпринимательство является основой развития цивилизации Государства, в котором поощрялось предпринимательство, создавалась для него благоприятная социально-экономическая среда, достигли высокого уровня экономического развития и результатов, благосостояния граждан (США, Япония и др.).

В конечном счете, предпринимательство ведет к развитию цивилизации. Можно говорить о некоторых условиях относительно улучшения материального благосостояния всего общества на какие-то отрезки времени, однако тенденция эта проявляется на примере многих стран, имеющих развитую предпринимательскую структуру.

1.3 Типология предпринимательства.

Виды предпринимательской деятельности.

Молодежное предпринимательство

Предпринимательская деятельность крайне разнообразна как по форме, так и по содержанию. Предприниматель может строить свою предпринимательскую деятельность как на простых операциях (например, приобретать готовые товары для последующей перепродажи), так и на более сложных (производство инновационной продукции и др.).

Особой разновидностью является организационная предпринимательская деятельность, заключающаяся в соединении производителей и потребителей, продавцов и покупателей, грузоперевозчиков и заказчиков и т.д. В целом, очевидно, что для более детального изучения феномена предпринимательской деятельности необходимо опираться на некую ее классификацию.

Предпринимательская деятельность классифицируется по различным признакам, основные из которых представлены на рисунке 1.4.

Рассмотрим каждый из классификационных признаков более подробно.

Предпринимательство частное и государственное

Предпринимательство как особая форма экономической активности может осуществляться как в государственном, так и в частном секторе экономики (рис. 1.5).

В целом можно сделать вывод, что государственное и частное предпринимательство имеет свои отличительные признаки, но основные принципы их осуществления во многом совпадают: и в том и в другом случае осуществление такой деятельности предполагает инициативность, рискованность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли и капитализации стоимости бизнеса (компании).

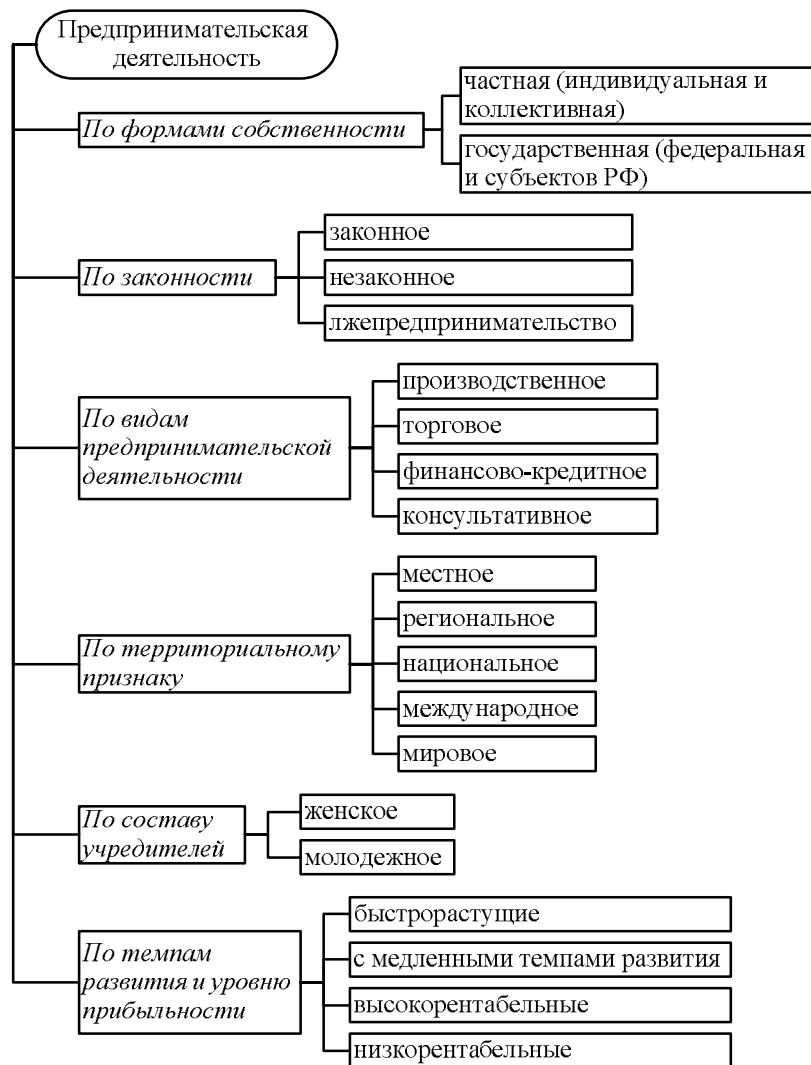


Рис. 1.4. Классификационные признаки предпринимательской деятельности



Рис. 1.5. Виды предпринимательской деятельности

Законное, незаконное, лжепредпринимательство

Незаконным предпринимательством в соответствии со ст. 171 Уголовного Кодекса РФ является предпринимательская деятельность без регистрации или с нарушением условий регистрации, а также представление в регистрирующий орган документов, содержащих заведомо ложные сведения, либо осуществление предпринимательской деятельности без специального разрешения (лицензии) в случаях, когда такое разрешение (лицензия) обязательно, или с нарушением условий лицензирования, если то деяние причинило крупный ущерб организациям или государству либо сопряжено с извлечением дохода в крупном размере.

В соответствии со ст. 173 УК РФ *лжепредпринимательством* является создание коммерческой организации (регистрация в качестве индивидуального предпринимателя) без намерения осуществлять деятельность, заявленную в качестве основной при регистрации, имеющее целью получение кредитов, освобождение от налогов, извлечение иной имущественной выго-

ды или прикрытие запрещенной деятельности, причинившее крупный ущерб гражданам, организациям или государству (в ред. Федерального закона от 08.12.2003 № 162-ФЗ).

Уголовным кодексом РФ установлены меры уголовной ответственности за незаконное предпринимательство и незаконную банковскую деятельность, а также за лжепредпринимательство.

В зависимости от **вида предпринимательской деятельности** выделяют следующие типы предпринимательства (рис. 1.6).

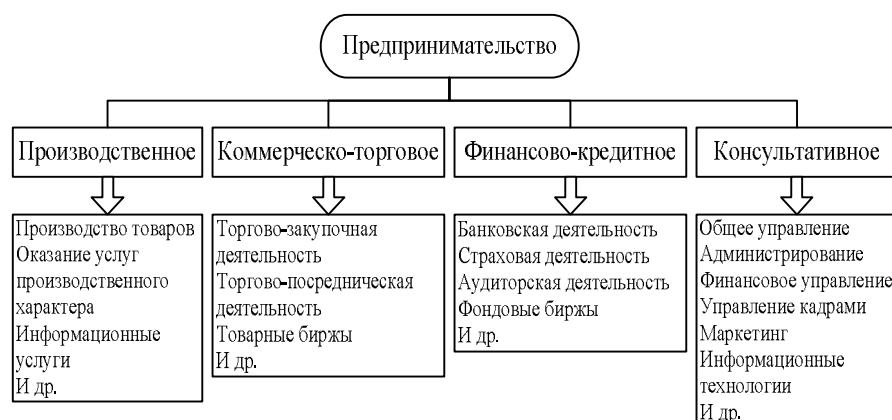


Рис. 1.6. Виды предпринимательской деятельности

По темпам роста, уровню прибыльности и доходности предпринимательские организации можно подразделить на быстрорастущие, медленно наращивающие темпы развития, высококорентабельные и низкорентабельные, осуществляющие безрисковые и высокорискованные виды бизнеса.

По **формам ответственности** участников (учредителей) предпринимательских организаций за результаты их деятельности различают организации с полной ответственностью, а также с солидарной и субсидиарной ответственностью. По механизму

создания, числу учредителей (участников), процессам функционирования и управления следует выделять простые и сложные предпринимательские организации.

Особо следует выделить классификацию предпринимательской деятельности **по составу учредителей (участников) собственного дела**. По данному классификационному признаку принято выделять женское и **молодежное предпринимательство**. В рамках данной монографии особое внимание уделено именно вопросам молодежного предпринимательства, под которым будем понимать: «предпринимательскую деятельность, осуществляемую физическими лицами, возраст которых не превышает 35 лет и зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей, а также коммерческими организациями учредителями (участниками) которых являются физические лица, возраст которых не достиг 35 лет, и в штате которых не менее 70% сотрудников являются лицами, не достигшими 35 лет»¹.

Основная цель развития молодежного предпринимательства для большинства развитых стран заключается в повышении деловой активности молодежи, мотивации указанной группы населения к развитию молодежного предпринимательства в целом, так как именно молодежь, по мнению большинства специалистов, самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает нововведения. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы [6].

Анализ сильных и слабых сторон молодежного предпринимательства представлен на рис. 1.7.

Во многих странах действуют ассоциации молодежного предпринимательства, занимающиеся поддержкой их развития. В настоящее время в России активно развивается *Ассоциация молодых предпринимателей России* (АМПП), объединяющая бо-

¹ Источник: Ассоциация молодых предпринимателей России <http://molodelo.ru/>

лее 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 также 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.

Цели и задачи АМПР представлены на рис. 1.8.

Таким образом, на сегодняшний день молодежное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого бизнеса в России и Европе.

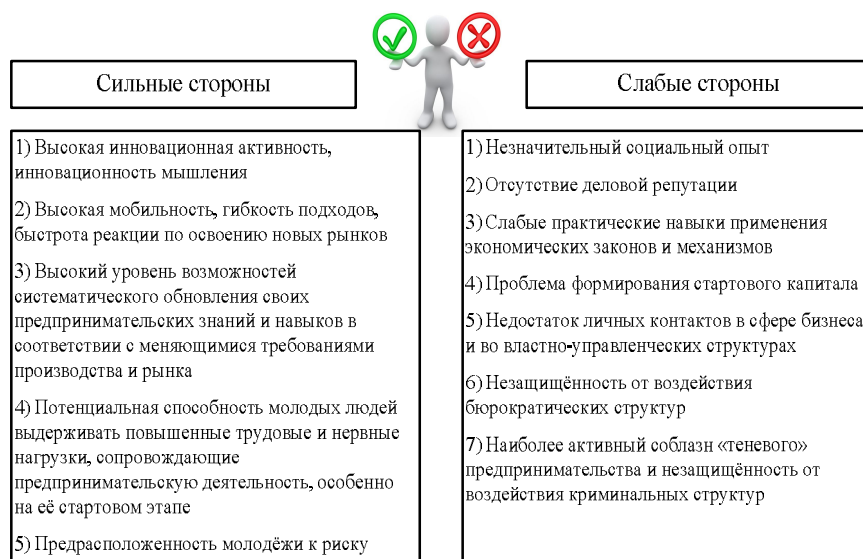


Рис. 1.7. Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства



- 1) Формирование стратегии развития малого и среднего бизнеса
- 2) Содействие модернизации экономики страны
- 3) Создание эффективной системы экспертной оценки нормативно-правовых актов, касающихся малого и среднего бизнеса
- 4) Стимулирование роста производства отечественной продукции
- 5) Формирование позитивного имиджа российских производителей товаров и услуг
- 6) Снижение административных барьеров для предпринимателей
- 7) Разработка и внедрение эффективной системы развития бизнеса
- 8) Выстраивание эффективного диалога молодых предпринимателей и власти
- 9) Развитие связей молодых предпринимателей с деловыми кругами России и зарубежных стран, международного и межрегионального сотрудничества
- 10) Распространение принципов ведения цивилизованного бизнеса и социальной ответственности предпринимателей
- 11) Поддержка и продвижение молодёжных предпринимательских инициатив и проектов
- 12) Привлечение молодых предпринимателей (до 35 лет) к обсуждению проблем, возникающих в сфере малого и среднего бизнеса
- 13) Организация регулярных контактов молодых политически активных предпринимателей с представителями исполнительной и законодательной власти на федеральном, региональном и местном уровнях
- 14) Консолидация молодёжного бизнес сообщества
- 15) Содействие в защите и реализации прав молодых предпринимателей
- 16) Воспитание и поддержка молодого поколения социально ответственных политически активных и патриотически-настроенных предпринимателей
- 17) Содействие в поиске молодых квалифицированных кадров

Рис. 1.8. Цели и задачи АМПР

1.4 Эффективность предпринимательской деятельности

Предпринимательская деятельность является сложным процессом, требующим постоянной оценки ее эффективности. «Эффект» является результатом предпринимательской деятельности, а «эффективность» – это соотношение результата к затратам (оценка затрат) или к ресурсам (оценка ресурсов) предпринимательства.

В настоящее время в теории и практике отсутствует общепринятый (традиционный) подход к оценке эффективности предпринимательской деятельности. Некоторые специалисты ограничиваются расчетом показателей эффективности лишь на стадии инвестиционного планирования предпринимательской деятельности, другие специалисты, напротив, уделяют больше

внимания оценке функционирования предпринимательских структур и предлагают использовать для этого традиционные показатели экономической эффективности основных факторов производства. Также выделяется часть ученых, которые предлагают делить показатели эффективности предпринимательской деятельности на макроэкономические и индивидуальные, тем самым делается попытка оценить целесообразность различных видов государственной поддержки развития предпринимательской деятельности, в том числе и молодежного предпринимательства, как наиболее приоритетного направления развития малого бизнеса в России и Европе.

Важно отметить, что в специализированной литературе присутствуют точки зрения по вопросу привязки показателей эффективности предпринимательской деятельности к стадиям ее жизненного цикла.

В общем случае эффективность любой деятельности, в том числе и предпринимательской, – это категория, выражающая соответствие результатов и затрат деятельности целям и интересам ее участников, включая в необходимых случаях государство и население.

В соответствии с определением следует выделять несколько уровней оценки эффективности предпринимательской деятельности, которые представлены на рис. 1.9.

Показатели народно-хозяйственной эффективности определяют эффективность предпринимательской деятельности с позиции экономики в целом, отрасли, региона.

К показателям эффекта предпринимательской деятельности в целом по стране и региону предлагается относить следующие показатели:

- валовой продукт;
- объем промышленной и сельскохозяйственной продукции;
- уровень инвестиционной и инновационной деятельности в регионе;

- уровень экспорта и импорта в регион основных видов продукции;
- и др.

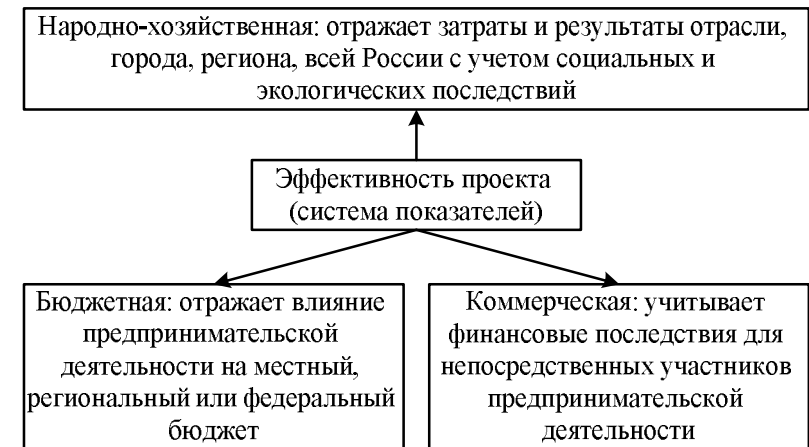


Рис. 1.9. Виды эффективности предпринимательской деятельности

Бюджетная эффективность предпринимательской деятельности отражает влияние реализации проекта на доходы и расходы федерального, регионального или местного бюджета. Основным показателем бюджетной эффективности предпринимательской деятельности является бюджетный эффект, который используется для обоснования заложенных в предпринимательскую деятельность (конкретный предпринимательский проект) мер федеральной или региональной поддержки.

Коммерческая (экономическая) эффективность предпринимательской деятельности учитывает финансовые последствия реализации проекта для ее непосредственных участников. Она определяется соотношением затрат и финансовых результатов, обеспечивающих требуемый уровень доходности. Показатели коммерческой эффективности предпринимательской деятельности в целом исчисляются по результатам инвестиционной и операционной деятельности, т.е. на основании потока реальных де-

нег без учета результатов финансовой деятельности, а показатели эффективности для участников предпринимательской деятельности включают все притоки и оттоки денежных средств конкретного участника.

Показатели коммерческой эффективности операционной деятельности предпринимательских структур позволяют оценить степень полученного результата в соотношении с использованием ресурсов или произведенных затрат. Поскольку ни один отдельно взятый показатель не может приниматься в качестве универсального для оценки эффективности предпринимательской деятельности (операционной деятельности), используется система показателей. В этой системе показатели оценки и планирования повышения экономической деятельности предлагается объединить в четыре группы [18]:

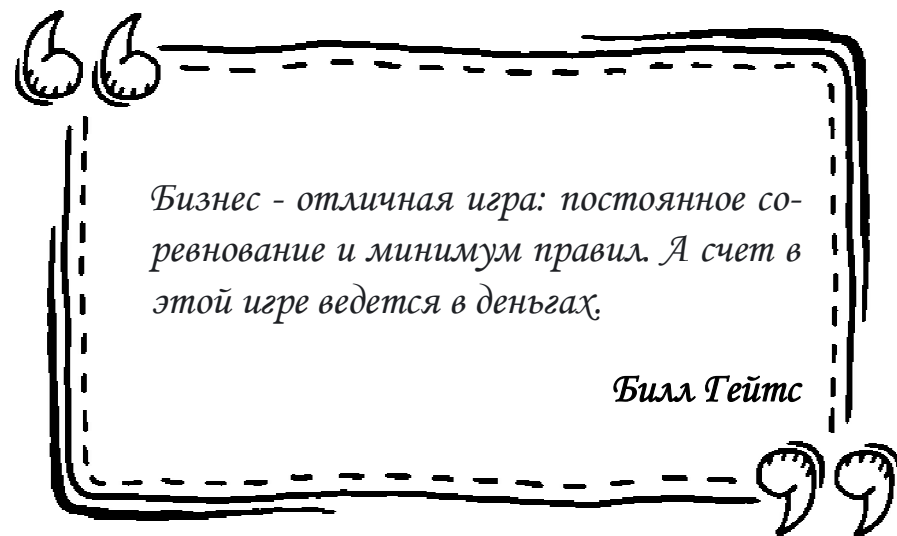
- обобщающие показатели экономической эффективности производства;
- показатели эффективности использования трудовых ресурсов;
- показатели эффективности использования основных фондов, оборотных средств и капитальных вложений;
- показатели эффективности использования материальных ресурсов.

Для эффективной оценки необходимо адаптировать существующую систему показателей для промышленных предприятий под конкретный вид предпринимательской деятельности и существующие условия среды, а так же произвести качественный и количественный анализ данных показателей.

В целом, важно отметить, что общая оценка предпринимательской деятельности должна производиться исходя из максимального интегрального эффекта, учитывающего народнохозяйственную, бюджетную и коммерческую эффективность.

ГЛАВА 2

ОПЫТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЕВРОПЕ



2.1 Особенности молодежного предпринимательства в Европе

Европа представлена странами, объединенными не только этническими истоками и национальными традициями, но и общим экономическим пространством, общей инфраструктурой, обслуживающей его, что в большей мере предопределено географическим расположением (рис. 2.1).



Рис.2.1 – Карта европейских стран

Условия развития предпринимательства в Европе имеют ряд особенностей, которые делают его более успешным:

- минимальное вмешательство государства в предпринимательскую деятельность. Задача государства – контроль своевременности выплаты налогов и предотвращение фактов нарушения законодательства;
- возможность самостоятельно заниматься продажей товаров, работ и услуг;
- число предприятий регулируется только рынком и те-

кущим спросом, что способствует и большей популяризации открытия собственного бизнеса и его дальнейшей эффективности. Каких-то особых критериев и ограничений в этой сфере нет;

- относительная простота реализации в бизнесе международного партнерства. Особенно, если речь идет о работе в зоне единой валюты.

Как и в большинстве стран к самому популярному направлению предпринимательства в ЕС можно отнести розничную торговлю – именно она развита больше всего. Привлекательным для предпринимателей являются небольшие кафетерии, магазинчики, рестораны. Весьма перспективна рыночная торговля или продажа рыбы во Франции (Германии).

В отличие от российского бизнеса, в Европе на 100% работают законы, которые обеспечивают и защищают права предпринимателей. Большой плюс – действие запрета на возведение супермаркетов в городах с населением меньше 40 тысяч человек. Столь полезный пункт есть в законе многих европейских странах, что позволяет малому бизнесу нормально развиваться.

Кроме этого, во многих городах ЕС есть попечительные советы. В состав таких организаций входят наиболее опытные и авторитетные бизнесмены. Их задачи:

- оказание помощи новичкам в сфере бизнеса;
- выполнение посреднических функций при работе с государственными органами власти;
- регулирование рынка и контроль справедливой конкуренции;
- ограничение доступа на рынок предпринимателей, которые проводят свою демпинговую политику с единственной задачей – монополизировать рынок.

Большой плюс европейского рынка – работа на предпринимателя. Вот почему при появлении свободного капитала многие жители РФ стремятся вложить его в Европу. Это не удивительно. Европейские товары изначально имеют более высокое качество и, соответственно, цену. Многие предприниматели ус-

пешно пользуются плодами таких достижений и получают дополнительную прибыль.

Главная особенность предпринимательства в Европе – отсутствие такого числа посредников, как это часто бывает в России. Почти у каждого бизнесмена есть свободный выход на европейский рынок, где он может закупать необходимый товар и торговать им. Несмотря на высокие налоги, предприниматели получают немалую прибыль.

Многие опасаются европейского бизнеса, считая, что он итак перегружен. Но это не так. Основное отличие предпринимательской деятельности в ЕС – прогрессивность рынка. Любое направление, если правильно спланировать бизнес, может быть перспективным. Постоянная направленность на расширение, устоявшиеся законы – все это позволяет предпринимателю переживать серьезный бизнес и неплохо зарабатывать. Чтобы уберечь себя от рисков бизнесмены работают сразу в нескольких секторах. Если одно из направлений оказывается убыточным, то другие позволяют остаться на плаву.

Молодежное предпринимательство в Европе - предпринимательская деятельность, осуществляемая физическими лицами, возраст которых не превышает 35 лет, а также коммерческими организациями учредителями (участниками) которых являются физические лица, возраст которых не достиг 35 лет, и в штате которых не менее 70% сотрудников являются лицами, не достигшими 35 лет) – находится на особом счету и пользуется рядом привилегий.

Основные инструменты государственной поддержки молодежного предпринимательства в Европе (рис.2.2):

- упрощение процедур регистрации и получения лицензии до 1 дня;
- льготное налогообложение;
- льготное кредитование;
- подготовка помещений под бизнес;
- функционирование программ поддержки.



Рис.2.2 Основные инструменты поддержки молодежного предпринимательства в Европе

Регистрация бизнеса, которая венчает начало предпринимательской деятельности производится очень быстро и упрощенно.

Однако есть и некоторые сложности для предпринимательской деятельности в Европе, в частности дорогая рабочая сила, что значительно удорожает товар по сравнению с произведенным в Китае.

2.2 Инвестиционное планирование предпринимательской деятельности: экономический аспект (методика UNIDO)

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 методiku по оценке инвестиционных проектов – «Руководство по подготовке промышленных технико-экономических исследований». Основными авторами руководства выступили Вернсер Беренс и Питер М.Хавранек². 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. 2.3.



Рис. 2.3. Структура бизнес-плана по стандартам UNIDO

² Официальный сайт www.unido.org

Одним из ключевых разделов бизнес-плана при планировании предпринимательской деятельности является оценка коммерческой эффективности проекта. Для выполнения указанной оценки в целом принято использовать систему показателей, представленных на рисунке 2.4.

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.

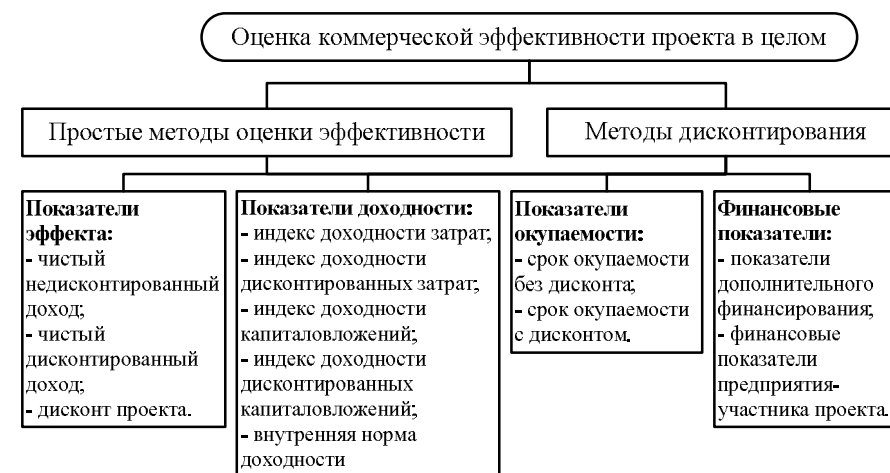


Рис. 2.4. Методы оценки коммерческой эффективности предпринимательского проекта в целом

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 (2.1):

$$PV = \sum_{i=1}^n FV_n \cdot k_0 = \sum_{i=1}^n FV_n \cdot \frac{1}{(1+r)^n}, \quad (2.1)$$

где PV – приведенная настоящая стоимость;

k_0 – коэффициент дисконтирования;

r – ставка дисконта.

Чистым недисконтированным доходом (ЧД) называется накопленный чистый доход (сальдо реальных денег, эффект) за весь расчетный период, исчисляемый по формуле (2.2):

$$\text{ЧД} = \sum_m \phi_m, \quad (2.2)$$

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 (2.3).

$$NPV = \sum_{i=0}^T \frac{P_i}{(1+r)^i} - \sum_{i=0}^T \frac{IC_i}{(1+r)^i}, \quad (2.3)$$

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 (2.4):

$$(2.2) \quad PI = \sum_{i=0}^T \frac{P_i}{(1+r)^i} / \sum_{i=0}^T \frac{IC_i}{(1+r)^i}. \quad (2.4)$$

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 (2.5), где в качестве переменной величины выступает ставка дисконта.

$$\sum_{i=0}^T \frac{P_i}{(1 + IRR)^i} - \sum_{i=0}^T \frac{IC_i}{(1 + IRR)^i} = 0. \quad (2.5)$$

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.

В целом, необходимо отметить, что расчет описанных выше показателей инвестиционного планирования предпринимательской деятельности позволят существенно сократить риск принятия неверного управленческого решения на инвестиционной и эксплуатационной стадии.

2.3 Франчайзинг как форма организации (2.6) молодежного предпринимательства

В условиях глобализации экономики одним из направлений эффективного молодежного предпринимательства в Европе становится франчайзинг.

Франчайзинг (англ. franchise, «лицензия», «привилегия»), франшиза (от фр. franchir, «преодолевать»), коммерческая концессия – вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер от англ. Franchiser – Франшизиар, Правообладатель) передает другой стороне (франчайзи от англ. Franchisee – Пользователь, Оператор, Франшизиат) за плату (роялти) право на определенный вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

В общем смысле, франчайзинг – это «аренда» товарного знака или коммерческого обозначения. Использование франшизы регламентируется договором коммерческой концессии (Commercial concession: предметом договора коммерческой концессии является право на использование объектов права интеллектуальной собственности) между франчайзером (тот, кто предоставляет франшизу) и франчайзи (тот, кто её получает). Содержание договора может быть различно, от простого до очень сложного, содержащего мельчайшие подробности использования товарного знака. Чтобы получить такие права, франчайзи делает первоначальный взнос франчайзеру, а затем выплачивает ежемесячные взносы. Это своего рода аренда, потому что франчайзи никогда не является полным владельцем товарного знака, а просто имеет право использовать товарный знак на период выплаты ежемесячных взносов. Суммы этих взносов оговариваются во франчайзинговом договоре (контракте) и являются пред-

метом переговоров.

Франчайзинговый пакет (комплекс исключительных прав: полная система ведения бизнеса, передаваемая франчайзи) позволяет соответствующему предпринимателю вести свой бизнес успешно, даже не имея предварительного опыта, знаний или обучения в данной области. Франчайзер – это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы. Например, франчайзер создает успешный продукт или услуги, скажем, особый стиль работы ресторана быстрого питания. Франчайзер исследует, и развивает бизнес, тратит деньги на продвижение бизнеса, создает хорошую репутацию и узнаваемый имидж (называемый брэнднэймг). После того, как компания доказала работоспособность своей бизнес концепции и успешную воспроизводимость этого бизнеса, она может начать предлагать предпринимателям, которые хотят повторить подобный успех, купить ее франшизу.

Франчайзи сам оплачивает затраты на создание бизнеса. Очень часто франчайзер предоставляет очень выгодные скидки на важные поставки (материалы, расходные средства). Эти скидки всегда дают возможность франчайзи покупать продукты у франчайзора по более низкой цене и таким образом это стоит дешевле, чем развивать бизнес без франчайзора. Франчайзи делает первоначальный взнос за помощь по созданию и открытию бизнеса. Франчайзи принимает на себя обязанность выплачивать ежемесячные взносы за право пользование торговым знаком и бизнес системой и за поддержку, обучение и консалтинг, предоставляемые франчайзором. Если все идет по плану, то франчайзи ведет успешный бизнес, и его прибыль превосходит затраты. Франшиза – это полная бизнес система, которую франчайзер продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру.

Для компаний франчайзинг – это способ распространения

бизнеса. Для предпринимателей франчайзинг – это один из способов стать владельцем бизнеса. На растущих рынках, таких как Россия, франчайзинг является самым быстрым способом обучения предпринимателей практическим стандартам, которые необходимы, чтобы вести прибыльный бизнес.

Предприниматели всего мира знают франчайзинг как безопасный способ, чтобы:

- помогать человеку вести бизнес самостоятельно, но не быть в нем одиноким;
- помогать компаниям эффективно расширяться, не неся больших затрат на создание и поддержание массивного административного комплекса и не испытывая трудностей в управлении широкой сетью корпоративных предприятий;
- помогать компаниям превратить свою существующую сеть в эффективно работающий, сильный бизнес, в котором работают преданные делу люди. [Жерар Дельтей. Издательство: Нева. Серия: Школа бизнеса. ISBN 5-7654-3109-07; 2003г. с.128]-с.119].

Любой вид бизнеса можно превратить во франшизу. Международная Ассоциация Франчайзинга выделяет 70 отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Полное их перечисление не имеет смысла, но вы сможете понять ширину применимости франчайзинга из следующей выборки: бухгалтерский учет, авторемонт, книжные магазины, детская одежда и обучение, строительство, небольшие продовольственные магазины, магазины косметических товаров, образование, услуги по трудоустройству, рестораны, отели, прачечные и услуги по уборке, частные почтовые ящики, фотостудии, риэлтерские компании, туризм и развлечение, прокат специального оборудования и туристические агентства.

Франчайзинговые взаимоотношения могут быть прибыльными для обеих сторон. Франчайзи заинтересован в максимальных продажах при минимальных затратах. Франчайзи должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе и участ-

водить в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзором. Франчайзер сосредоточенно работает над тем, чтобы лидировать в конкурентной борьбе, что было бы очень трудно сделать одному франчайзи. Франчайзер предоставляет необходимую поддержку, с тем, чтобы франчайзи мог уделять все внимание своим ежедневным операциям.

Для того, чтобы достичь такого уровня взаимодействия и защиты со стороны франчайзера франчайзи должен сформировать особые взаимоотношения с франчайзером. Эти взаимоотношения являются достаточно сложными, но эта ситуация сравнима с положением президента, которому помогает группа экспертов по всем важным вопросам. Президентом является франчайзи.

Президент отвечает за данный бизнес. Но президент никогда не является абсолютным специалистом во всем. У президента есть всегда группа советников, которые являются экспертами по техническим вопросам. Эти люди понимают, что президент сознает их авторитет и опыт и будет следовать их рекомендациям. Чтобы стать президентом, франчайзи должен выполнить семь условий:

- полностью принять точку зрения франчайзера, его цели и ценности в данном бизнесе.
- доверять и уважать франчайзера и в свою очередь формировать уважение и доверие франчайзера к себе.
- принимать четко установленные правила и обязанности, описанные в договоре, поскольку после подписания договора они не подлежат никаким изменениям или дополнениям.
- стремиться работать и общаться с франчайзером.
- связать себя определенными обязательствами с бизнесом, быть верным ему в хорошие и плохие времена.
- следовать операционным процедурам и стандартам, установленным франчайзером.
- стать частью системы путем внесения в бизнес новых идей (с согласия франчайзера) и постоянного вкладывания уси-

лий в бизнес.

Можно разными способами получить разрешение, чтобы стать франчайзи, наиболее распространенными способами являются:

1) Прямой франчайзинг. Франчайзер продает франшизу напрямую местному предпринимателю (франчайзи). Это самый лучший способ, чтобы обеспечить хорошую взаимосвязь между франчайзором и франчайзи. В случае с международным франчайзингом, где географическое расстояние между франчайзором и франчайзи велико, недостатком такого метода может быть отсутствие поддержки на местном уровне и меньшее внимание к местным особенностям. Многие мелкие франчайзеры не прибегают к такой форме франчайзинга, потому что уходит много времени и усилий на поддержку таких франчайзи. Крупные франчайзеры используют такую систему с целью исследования рынка и условий ведения бизнеса в данной стране.

2) Мастер франшиза. Отношения по мастерской франшизе возникают, когда международный франчайзер продает исключительные права на развитие всей системы на территории всей страны одному франчайзи. Такой тип франчайзи называется владельцем мастерской лицензии. Таки образом, франчайзи становится франчайзером в данной стране, продавая и предлагая франшизы другим предпринимателям и собирая с них сервисную плату (роялти). Это часто происходит, когда существует очевидный спрос на франшизу. В таком случае франчайзер не беспокоится о том, будет его бизнес развиваться успешно или нет. Вместо этого франчайзер ищет хорошо обеспеченного местного предпринимателя, обладающего организацией, которая позволит ему сделать систему франчайзера успешно работающей концепцией на территории всей страны. [«Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса»; Д.Н.Земляков, М. О. Макашев, Юнити-Дана, 2003 г.,с.56].

Процедура вступления во франчайзинговые отношения является гарантией серьезных намерений франчайзи в ответ на

получение технологии и коммерческой информации. Специалисты компании франчайзера обучают руководство и персонал партнера, предлагают пошаговый план действий, который необходим для запуска бизнес проекта.

Паушальный взнос в предпринимательских кругах носит название «входного билета в бизнес». Такие гарантии того, что договорные отношения будут поддерживаться, а условия заключенного соглашения выполняться четко, важны для обеих сторон схемы взаимоотношений.

Схема франчайзинговых отношений выгодна для обоих партнеров, так как франчайзинг обладает определенными преимуществами:

1) Выгода франчайзера:

– при достижении компанией определенных высот, руководство начинает задумываться об ее дальнейшем развитии. Если раньше бизнесмены тратили денежные средства на открытие нового предприятия или филиала, то сегодня они предпочитают не вкладывать деньги, а получать прибыль, продавая франшизы и в будущем получая, внушительные ежемесячные проценты с компании франчайзи.

– бизнес франчайзи развивается по определенной схеме и является бесприигрышным, поэтому франчайзеры не боятся создавать сети дочерних предприятий. Более того, они могут еще раз укрепить славу бренда на рынке.

– франчайзи могут быть не только местные, но и иностранные бизнесмены, что расширяет сферу воздействия на потенциальных клиентов. Компания, созданная за границей, продвигает товары в других странах, причем без существенных финансовых вложений со стороны франчайзера.

2) Выгода франчайзи:

– франшиза не всегда стоит дешевле, чем открытие собственного независимого бизнеса, однако она более перспективна, особенно, если франчайзи сотрудничает с серьезной компанией. Бизнес строится по уже отработанной модели, что гаран-

тирует безоговорочный успех и быстрый возврат вложенных денежных средств.

– франчайзер всегда предоставляет обучающие материалы, мастер-классы, тренинги, которые помогают бизнесмену вникнуть во все нюансы будущего предприятия, поэтому стать франчайзи могут даже люди без специального образования, что позволяет приобрести новую профессию.

– франчайзинг подразумевает постоянную поддержку. Если возникают какие-то трудности, то всегда есть родоначальник бизнеса, а именно франчайзер, который помогает не совершить ошибку.

– франчайзинг позволяет избегать конкуренции с другими предприятиями, которые так же основаны на франшизе и продвигают аналогичный бренд, так как при организации предприятия франчайзер определяет четкие территориальные границы ведения бизнеса для франчайзи, которые отмечаются в договоре.

История франчайзинга (в том виде, в каком мы знаем его сейчас) насчитывает немногим более века. Однако за несколько десятилетий он стал одним из наиболее популярных способов начала собственного бизнеса. По статистике лишь 15% малых предприятий, созданных буквально с чистого листа, выживают в течение первых пяти лет работы. И только 13% франчайзинговых фирм прекращают свою деятельность в течение того же времени.

Франчайзинг открывает для потребителя возможность больше узнать о продукте и услугах. Это очень важно, так как новая франшиза становится узнаваемой на рынке по мере предоставления своих услуг. Многочисленные франчайзинговые предприятия на специфичном рынке открывают экономный доступ к рекламе в средствах массовой информации, что делает франчайзинг известным среди большего числа потребителей. Использование рекламы приводит к увеличению продаж и прибыли в каждом предприятии франчайзинговой системы.

Успех франчайзинговой компании во многом зависит от проверенности и прибыльности бизнес концепции. Франчайзер развивает свою концепцию бизнеса и доказывает ее прибыльность на примере своих собственных магазинов. Франчайзер разделяет свой опыт со всеми франчайзи системы, предоставляя им возможность вести свой бизнес так же успешно. Поэтому, если компания хочет узнать, возможно ли превратить их бизнес в успешную франшизу, они должны просто посмотреть насколько успешно прошло такое превращение в другом, похожем бизнесе. Отдельно необходимо рассмотреть преимущества франчайзинговой системы для франчайзи. Все материалы и поддержка, предоставляемая франчайзерами индивидуальным франчайзи, предназначены для поддержки и усиления значимости франшизы. В списке таких преимуществ можно было бы перечислить: материалы, обучение и консалтинг. Но, если смотреть шире, то самым большим преимуществом являются отношения между франчайзером и франчайзи.

Организация франчайзингового предприятия означает, что у вас есть собственный бизнес, но вы не остаетесь один на один со всеми проблемами и рисками. Когда франчайзи дает свое согласие вкладывать деньги во франчайзинговое предприятие, он все равно остается независимым владельцем бизнеса. Эта независимость означает, что его никогда не уволят с этой работы. Франчайзи получает профессиональную поддержку от франчайзера. Такая поддержка помогает ему избежать тех ошибок, которые обычно делают другие предприниматели. Франчайзер остерегает франчайзи от принятия неправильных решений, которые могли бы повредить или вообще разрушить его предприятие. Франчайзинг – это быстрое и эффективное начало бизнеса. Франчайзинговая система дает информацию, которая помогает франчайзи найти подходящее местоположение для предприятия, сделать его дизайн и убедиться в том, что бизнес правильно функционирует. Франчайзи не нужно беспокоиться о проблемах, возникающих на начальной стадии, потому, что он

имеет опыт своего франчайзера.

Франчайзинг дает поддержку франчайзи в период перед открытием бизнеса. Франчайзи всегда имеет возможность стать специалистом в новом бизнесе, не затрачивая годы на обучение в школе бизнеса или просто работая в этой области. Эти знания приходят непосредственно из специальных программ обучения и программ по развитию системы управления, которые франчайзер передает всем новым франчайзи и ключевым работникам. Еще за долго до открытия нового бизнеса, франчайзер и франчайзи должны проработать друг с другом некоторое время. Вместе они должны достаточно поработать над формированием навыков франчайзи с тем, что бы иметь все шансы на успешное ведение бизнеса.

Франчайзинг означает постоянную поддержку. После открытия франчайзингового бизнеса франчайзи продолжает получать профессиональные услуги от франчайзера по вопросам ежедневного ведения бизнеса и маркетинга. Если возникают проблемы, то их первой задачей будет проверить все предоставленные материалы и пособия. Но однако могут возникать и специфические проблемы. В этом случае франчайзи может позвонить франчайзеру и обратиться за помощью. Именно потому, что существует такая связь между франчайзором и франчайзи, проблемы франчайзи могут быть решены с помощью опытного франчайзера. Когда независимый предприниматель начинает развивать собственный бизнес, он должен сам найти способ решения проблем и открыто смотреть на вероятность совершения дорогостоящих ошибок. Франчайзинг дает возможность использовать репутацию и товарный знак франчайзера. При выполнении франчайзингового договора, франчайзи получает полномочия от франчайзера на использование торгового знака, знака обслуживания и технологий франчайзера. Только франчайзи, работающие в системе данной франшизы, имеют эксклюзивное право использовать товарный знак франчайзера. К моменту открытия ресторана, все в округе уже знают, что он будет предос-

тавлять услуги на высоко профессиональном уровне. В отличие от вас индивидуальный предприниматель должен с самого начала думать не только о продажах, но прежде всего о том, чтобы создать хорошую репутацию никому неизвестной фирмы. Франчайзи же покупает себе репутацию вместе с покупкой франшизы. Индивидуальный предприниматель никогда не будет иметь доступ к известному всему миру имени, а франчайзи сразу пользуется именем своего франчайзера уже получившего всеобщее признание.

Франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса. Франчайзер определяет своему франчайзи территорию ведения бизнеса. Границы этой территории определены условиями франчайзингового договора. Получая территорию, франчайзи может эффективно развивать свой бизнес на определенной территории. Это снимает угрозу соперничества со стороны других владельцев этой же франшизы. Индивидуальный предприниматель никогда не знает, в каком месте возникнет наибольшая конкуренция, таким образом, его территория всегда остается более открытой для конкурентов.

Преимущества франчайзинга для франчайзера:

Развитие собственного бизнеса в других регионах/ странах.

Использование проверенной бизнес-системы.

Прежде чем предлагать свою франшизу на рынке, франчайзер должен «довести до ума» свою бизнес-систему, отработать все бизнес-процессы и доказать эффективность своего бизнеса.

Получение известности бренда/торговой марки за счет расширения зоны обслуживания.

Возможность открыть собственное дело.

Несмотря на то, что франчайзер имеет определённую степень контроля над франчайзи, которая направлена в основном на повышение эффективности деятельности партнёров путём выявления возможных проблем партнёрских предприятий

на стадии их зарождения, франчайзи сохраняет экономическую и юридическую самостоятельность.

Гарантировано-стабильный объем продаж своей продукции, так как франчайзи обязаны покупать у него определенные договором партии товара, расходных материалов или иной продукции/услуг.

Возможность выбора отрасли.

Преимущества франчайзинга для франчайзи:

Потенциальный франчайзи имеет возможность ознакомиться с бизнесом франчайзера до этапа инвестирования собственных средств.

Снижение затрат на производство за счет увеличения объема реализации товаров. Возможность снизить риски.

Открывая партнёрское предприятие, при хорошо проработанной франчайзинговой программе, франчайзи становится частью «семьи», то есть, в отличие от открывающегося независимого предприятия, франчайзер не оставляет партнёров один на один с множеством проблем и рисков начинающего бизнеса.

Франчайзер не обременен трудностями, связанными с рядом расходов, которые есть у обычных игроков, – обучение и подбор персонала, контроль качества и т. д.

Удачный выход на рынок обеспечен.

Одним из основных требований к франшизоспособному бизнесу является востребованность предоставляемых компанией-франчайзером товаров или услуг. Поэтому, покупая успешную бизнес-идею и начиная свою деятельность под уже известным брендом, франчайзи к началу открытия своего предприятия уже имеет круг лояльных бренду потребителей.

Развитие франчайзинговой сети является отличной рекламой бренда, не требующей специальных финансовых вложений. Минимальные затраты на рекламу и маркетинг.

В связи с тем, что франчайзи начинает вести свою деятельность как часть известной сети, его затраты на первоначальную рекламу сводятся к обеспечению рекламы открытия фран-

чайзингового предприятия на локальном рынке. Получение доступа к базе знаний франчайзера.

Франчайзер, предоставляя партнёрам свою бизнес-систему, передаёт не только отлаженный механизм, но и «инструкцию» по её эффективному использованию. Франчайзер обучает своих партнёров тому, как нужно эффективно строить бизнес, учитывая все его специфические особенности. Гарантированная система поставок.

Так как франчайзинг, как правило, для компаний является приоритетным направлением деятельности, и партнёры – франчайзи – имеют самые лучшие условия, франчайзер стремится обеспечить данное направление наибольшими ресурсами.

Как бизнес концепция франчайзинг всегда предлагает много преимуществ и для франчайзи, и для франчайзера. Но есть и недостатки. Когда вы обращаетесь к франчайзингу необходимо рассматривать и преимущества, и недостатки. Вот что нужно принять во внимание обеим сторонам.

Недостатки франчайзинга для франчайзера:

Невозможность завершить отношения с франчайзи, который не следует правилам системы. Франчайзинговый договор определяет природу отношений между франчайзором и франчайзи. Франчайзинговый договор предусматривает ряд положений, защищающих франчайзи. Эти положения предусматривают невозможность для франчайзера расторгнуть контракт с франчайзи. Но вместе с тем такие положения осложняют вывод из системы франчайзи, который не выполняет законов франчайзингового бизнеса.

Установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы. Хотя франчайзи представляет собой независимого владельца своего бизнеса, он является важным связующим звеном в сети владельцев франшизы. Каждый отдельный франчайзи является товарищем по бизнесу. Не смотря на то, что франчайзи предоставляют на рынок одинаковый продукт и услуги, они не являются конкурентами.

Недостатки франчайзинга для франчайзи:

Франчайзи не являются работниками франчайзера. Франчайзи являются независимыми владельцами бизнеса. Даже при наличии франчайзингового договора могут возникать трудности при контроле сделок, осуществляемых франчайзи в своем бизнесе.

Невыполнение контракта по франчайзинговому договору. Франчайзи должен соблюдать правила франчайзинговой системы. Эти правила сформулированы во франчайзинговом договоре и их должны выполнять все франчайзи без исключения. Франчайзи могут вносить свои предложения, но они не могут менять систему.

Влияние плохо работающих франчайзинговых предприятий. Многие потребители воспринимают каждое франчайзинговое предприятие как часть одной цепи предприятий, работающих под единым товарным знаком. И если какой-нибудь франчайзи плохо ведет свой бизнес, то это будет бросать тень на всю франчайзинговую систему.

Определение финансовой мощи франчайзера. Потенциальные франчайзи должны изучить доступную информацию о финансовом положении франчайзера. Может случиться так, что франчайзер объявит о банкротстве, что может привести к продаже франшизы или ее аннуляции.

Недоплата или выплата взносов с опозданием. Франчайзеры устанавливают структуру выплат за предоставленный сервис, принимая за основу процент от общей суммы продаж в каждом предприятии. Франчайзи обязаны предоставлять отчет об общей сумме продаж франчайзеру для того, чтобы определить сумму оплаты за сервис. Франчайзи может попытаться скрыть сумму продаж и предоставить неполный отчет с тем, чтобы снизить взнос своему франчайзеру. Отсутствие поддержки со стороны франчайзера. Потенциальный франчайзи должен внимательно ознакомиться с работой франчайзинговой системы, чтобы определить предоставляет ли франчайзер необходимую

поддержку по менеджменту или ведению работ. Поддержка франчайзера является важнейшим аспектом во франчайзинговых отношениях. Франчайзи должен определить уровень поддержки до того, как начнет действовать контракт. Недостаточная поддержка со стороны франчайзера подрывает силу франчайзинговой системы.

Трудности сохранения конфиденциальности коммерческой тайны. Работа любой франчайзинговой системы основана на принципах и стандартах, являющихся интеллектуальной собственностью франчайзора. Эти принципы бизнеса представляют собой коммерческую тайну и служат основой успеха франчайзинговой системы. Франчайзи получает доступ к коммерческим секретам, проходя обучение по программе франчайзора. И хотя франчайзинговый договор запрещает франчайзи разглашать подобную информацию, все равно это случается. Франчайзору сложно с этим бороться, поэтому если ему не удастся выработать эффективные меры, то вся франчайзинговая система может сильно пострадать.

Взгляд на франчайзинговую систему, как ограничивающую инициативу франчайзи. В дополнение к франчайзинговому договору франчайзи должен следовать специальным правилам, касающимся ежедневных операций в бизнесе и использования товарного знака франшизы. Это все описано в программе обучения франчайзора. Такие ограничения могут касаться рабочих часов, границ территории, ассортимента продукта и услуг, предлагаемых потребителю. Франчайзи должен дать согласие на принятие этих ограничений до начала действия франчайзингового договора. Выход из франчайзинговой системы успешно работающих франчайзи. Франчайзи может считать, что франчайзинговые отношения накладывают на него слишком большие ограничения и в результате потерять интерес к этому бизнесу. Расторгнув контракт с франчайзором он, возможно, захочет открыть свой собственный бизнес, который будет представлять прямую конкуренцию франчайзору.

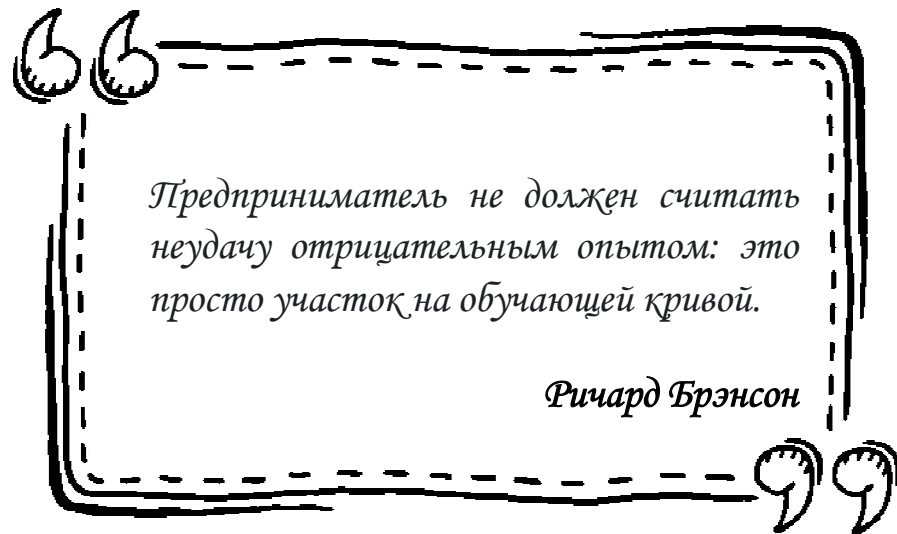
Невозможность завершить отношения с франчайзи, который не следует правилам системы. Франчайзинговый договор определяет природу отношений между франчайзором и франчайзи. Франчайзинговый договор предусматривает ряд положений, защищающих франчайзи. Эти положения предусматривают невозможность для франчайзора расторгнуть контракт с франчайзи. Но вместе с тем такие положения осложняют вывод из системы франчайзи, который не выполняет законов франчайзингового бизнеса.

Для того чтобы избежать всех этих трудностей, франчайзеры должны очень тщательно отбирать предпринимателей, которым они хотят продавать франшизы. Франчайзер должен провести интервью с каждым кандидатом, целью которого будет определить у франчайзи наличие качеств, необходимых для успешного ведения дела. После того, как франчайзи становится частью системы, франчайзер должен наблюдать за тем, как идут его дела. Франчайзер должен уметь быстро определять назревающие проблемы и немедленно принимать решения. Франчайзер должен поддерживать непрерывную связь с франчайзи и узнавать от него о новых идеях и решениях уже существующих проблем. Работая вместе с франчайзи, франчайзеры могут избежать проблем, которые могли бы нанести серьезный урон всей системе.

До начала приведения в исполнение франчайзингового договора потенциальный франчайзи должен очень тщательно ознакомиться с материалами, предоставляемыми франчайзером. Потенциальному франчайзи следует встретиться с другими франчайзи этой системы и определить, как франчайзер выполняет свои обещания по предоставлению услуг. Франчайзи должен узнать является ли франчайзер членом местной ассоциации франчайзинга. Если да, то франчайзер должен выполнять требования Этического Кодекса Ассоциации франчайзинга. Так же следует посетить местную Ассоциацию Франчайзинга, чтобы больше узнать о франчайзере.

ГЛАВА 3

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РОССИИ И РЕАЛИЗАЦИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА



3.1 Анализ состояния предпринимательства в России и его перспективы его развития

Малое предпринимательство как субъект экономики существует и развивается в России на протяжении уже нескольких десятилетий. Точкой отсчета в развитии российского предпринимательства принято считать начало 90-х годов XX века. Зарождаться малый бизнес начал в форме обществ с ограниченной ответственностью, которые стали правопреемниками ранее действовавших кооперативов. Затем толчком к развитию малого предпринимательства становится массовая приватизация государственных предприятий в России. В это же период (середина 90-х годов) начинает формироваться правовое поле, регламентирующее деятельность субъектов малого бизнеса. В частности, были определены критерии отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу, определены направления государственной поддержки данного сектора экономики, режимы налогообложения и многое другое.

За достаточно короткую историю своего развития российское предпринимательство претерпело множество изменений, которые отмечены как спадом, так и его ростом. Тем не менее, несмотря на все трудности, уровень развития малого бизнеса можно признать одним из ключевых показателей российской экономики, что обусловлено возможностью его быстрого приспособления к изменяющимся условиям рынка, низким уровнем затрат, а также высокой степенью инновационной активности.

В настоящее время правительство РФ оказывает большую поддержку развитию малого бизнеса как рыночного института, который позволяет обеспечить решение ряда экономических и социальных задач. Основными из них являются формирование конкурентоспособного климата в экономике страны, наполнение рынка товарами и услугами, трудоустройство населения, рост налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

Поддержка развития данного сектора экономики рассматривается на данном этапе в качестве одного из основных направлений государственной политики. Следствием этого является неуклонный рост общего количества малых предприятий в РФ за последние годы, особенно в сферах, где не требуется больших капиталовложений и содержания большого числа работников.

Анализ темпов роста общего числа зарегистрированных малых предприятий отличается достаточной стабильностью. За рассматриваемые три года темп роста количества малых предприятий составил 5%. Если рассматривать динамику предприятий данного сектора экономики по видам экономической деятельности, то можно констатировать следующее. Наибольший удельный вес числа малых предприятий (рис. 3.1) приходится на оптовую и розничную торговлю (38,7% малые и средние предприятия).

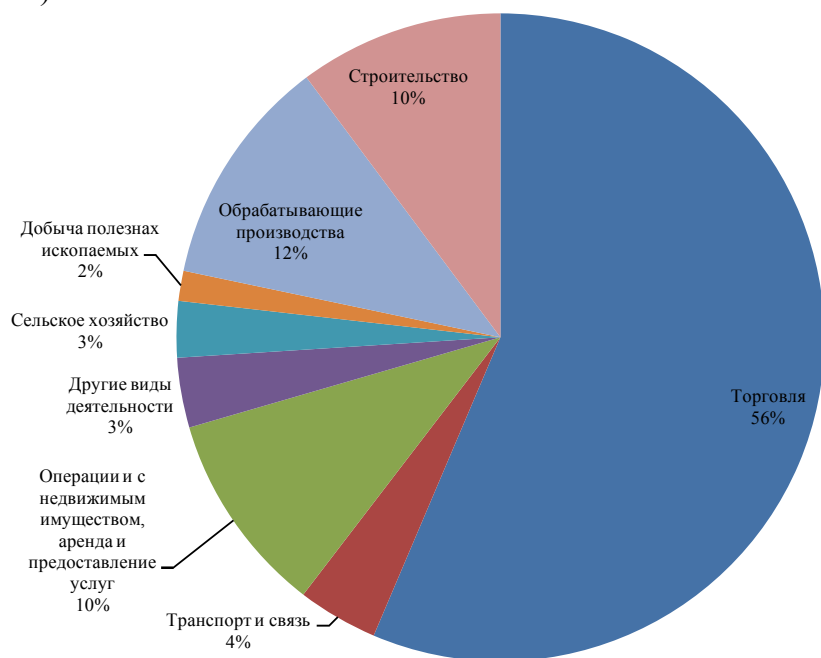


Рис.3.1 Оборот малых и средних предприятий по видам экономической деятельности, в %

На втором месте операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг. Затем следует строительство, транспорт, услуги связи и сельское хозяйство. Также следует отметить, что в последнее время существенно увеличились доходы по услугам связи и транспорта.

Динамику основных показателей деятельности субъектов малого бизнеса можно наблюдать и по отдельным федеральным округам. Следует отметить, что наибольшее число зарегистрированных малых предприятий сосредоточено в Центральном федеральном округе (27,3%), их оборот составил 36,6%. Это можно объяснить, прежде всего, достаточно высокой плотностью трудоспособного населения, в основном за счет его миграции в крупные города, а также максимальной близостью к федеральному центру управления. Второе место по этим показателям занимает Приволжский федеральный округ и завершает список Северо-Кавказский федеральный округ (2,5% по количеству предприятий и 2,9% по обороту). Данная тенденция развития обусловлена уровнем жизни населения, его доходностью, низкой степенью экономической активности, национальной принадлежностью и этническими особенностями.

Опираясь на проведенный анализ основных показателей деятельности малых и средних предприятий на основе данных Федеральной службы государственной статистики, можно заключить, что уровень развития малого бизнеса в России на современном этапе все еще значительно отстает от экономически развитых стран. Этот факт объясняется тем, что в таких странах рассматриваемый сектор экономики играет очень важную роль в экономических и социальных вопросах. Особое внимание государственной власти экономически развитых стран к поддержке и развитию малого и среднего бизнеса обеспечивает производство около 50% валового национального продукта. В ряде развитых стран доля малых и средних фирм составляет от 80 до 90% в общем числе предприятий. Для России аналогичный показатель составляет 9-10%, что и дает возможность сделать вы-

вод об имеющихся больших резервах роста малого и среднего бизнеса, огромного интеллектуального потенциала. Малый бизнес – это, по сути, типичный сектор рыночной экономики, который составляет основу современной рыночной инфраструктуры, поскольку именно он обеспечивает конкурентную среду в экономике. Небольшие размеры малых предприятий могут обеспечить технологическую, производственную и организационно-управленческую эластичность, что, в свою очередь, позволит эффективно реагировать на изменение конъюнктуры рынка, осуществлять эффективную инновационную деятельность.

Таким образом, государственная поддержка российского предпринимательства на современном этапе рассматривается как одна из основных задач развития экономики. Следствием этого процесса должно стать намеренное создание экономических и правовых условий, толчок для развития предпринимательства, а также вложение в него материальных и финансовых ресурсов на льготных условиях.

В настоящее время приоритетными направлениями реализации государственного проекта поддержки российского предпринимательства являются:

- увеличение доли малого и среднего бизнеса в экономике;
- формирование инновационной структуры малого и среднего бизнеса.

Одной из главных проблем развития малого и среднего бизнеса по итогам ежемесячного мониторинга состояния бизнеса, проводимого общественной Торгово-промышленной палатой РФ, является спад спроса на продукцию. В результате первоочередной задачей определено обеспечение спроса на продукцию, производимую малыми и средними предприятиями, через государственный заказ. Целью в этой сфере является увеличить более чем в 2 раза (до 35%) доли государственного заказа, заказа естественных монополий и государственных корпораций. Государство должно стать стратегическим партнером малого и среднего предпринимательства, который сможет гарантировать ему

справедливые и экономически привлекательные условия хозяйствования, доступ на рынок капитала, помощь в инвестировании, защиту от недобросовестной конкуренции в области производства и сбыта.

Основную роль в финансовой поддержке российского предпринимательства призвана сыграть эффективная налоговая политика. Отлаженная система налогообложения должна стимулировать повышение технического уровня предприятий, насыщение потребительского рынка, развитие производств, использующих вторичные ресурсы и тем самым способствующих оздоровлению окружающей среды.

Однако на сегодня существует и целый ряд проблем, тормозящих развитие малого и среднего бизнеса. Он продолжает находиться в сложном положении из-за недостатка финансово-кредитных средств, отсутствия собственной современной материально-технической базы, несовершенства законодательной базы и недостаточного уровня опыта у многих предпринимателей-бизнесменов.

Однако исследования, проведенные общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА России», показали, что сами предприниматели выделяют определенный круг проблем, которые являются для них особенно значимыми. На первое место вышла проблема дефицита кадров. Большая часть опрошенных респондентов высказалась, что существует острая нехватка грамотного персонала. Поиск новых сотрудников является серьезной проблемой для экономических субъектов. Возможным решением этой проблемы может стать организация риск-менеджмента в отношении кадровых рисков. Однако организовать управление кадровыми рисками на малом предприятии сложнее, чем на крупном, так как крупная компания может позволить себе создать специальное подразделение, нацеленное на решение проблем с кадрами, а для субъектов малого предпринимательства это куда более затруднительно. Проблема тем более актуальна, что в небольшой

организации результат деятельности напрямую зависит от каждого конкретного сотрудника. Возможно, целесообразно использовать помощь центров оценки, которые могли бы дать ответ на вопрос, пригоден ли данный работник для данной работы, а также рассмотреть более подробно, как соотносятся его способности, личностные и профессиональные интересы.

Также среди проблем, с которыми вынуждено сталкиваться малое предпринимательство, выделяют изменчивость спроса и изменение покупательной способности россиян. И, наконец, завершает перечень наиболее болезненных проблем налоговая нагрузка и повышение ее уровня. 2013 год стал, в прямом смысле слова, роковым для российского малого предпринимательства. Повышение страховых взносов почти в два раза привело к массовому закрытию индивидуальных предпринимателей по всей стране.

Подводя итог, можно сказать, что малый бизнес в России не так широко развит, как в других странах, но его все большее и большее развитие может привести к росту благополучия населения. Большие надежды, безусловно, возлагаются на государство. Но не стоит забывать о развитии информационных технологий, ведь некоторые проекты могут кардинально изменить положение некоторых экономических субъектов.

3.2 Предпосылки реализации опыта молодежного европейского предпринимательства в России

Последние десятилетия в России стремительно реализуются тенденции мировой экономики, в том числе и в сфере развития предпринимательства. Появляются предпосылки реализации европейского опыта молодежного предпринимательства. К таковым можно отнести государственную политику в области развития малого бизнеса и программы содействия молодежи.

Одной из таких предпосылок являются льготные условия в части налогообложения, которые имеют место в Европе как

указывалось в разделе 2.1 настоящей монографии. Так, применяемые специальные режимы налогообложения снижают налоговое бремя на малый бизнес, в том числе молодежное предпринимательство в несколько раз по сравнению с общим режимом налогообложения, применяемым к бизнесу в стране.

Специальные режимы налогообложения предполагают уплату одного из видов налогов:

- единый сельскохозяйственный налог;
- единый налог на вмененный доход;
- единый налог при применении упрощенной системы налогообложения;
- патенты.

Развития льготного кредитования непосредственно для молодежного предпринимательства однако пока не имеет должного уровня. Банковская система России в последние годы переживает ряд реформ, в связи с чем развитие особо рискованных кредитных продуктов не может быть приоритетным направлением.

Пока не созданы процедуры упрощенной регистрации малого бизнеса. Однако это вопрос времени. Становление электронного правительства в России является одним из приоритетных направлений развития, что создает предпосылки последующего упрощения и ускорения процедур регистрации.

Существует ряд программ, позволяющих создать комфортные условия для начала и развития молодежного предпринимательства. Так, например, Программа поддержки и развития молодежного предпринимательства «Молодёжный бизнес России» направлена на содействие развитию молодежного предпринимательства, поиск альтернативных методов создания рабочих мест и способствует вовлечению молодежи в социально-экономические процессы региона. Для решения поставленных задач программа создает условия для получения молодыми людьми доступных финансовых средств – кредитов (займов) на открытие собственного дела. В дополнение к финансовой под-

держке 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.

Правительство страны ставит на развитие молодежного бизнеса. Предполагается, что это должно способствовать не только подготовке квалифицированных кадров, но и скорейшему переходу страны на инновационный путь развития. Несмотря на то, что единая комплексная система поддержки молодежного предпринимательства все еще не выстроена, отдельные мероприятия, проводимые в этом направлении, очень востребованы.

Критерии молодежного предпринимательства.

Под субъектами молодежного предпринимательства понимаются:

- физическое лицо в возрасте до 30 лет (включительно), зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя и являющееся студентом или выпускником образовательного учреждения профессионального образования;
- юридическое лицо, в уставном капитале которого доля, принадлежащая физическим лицам в возрасте до 30 лет (включительно), являющимися студентами и (или) выпускника-

ми образовательных учреждений профессионального образования, составляет не менее 50%;

- юридическое лицо – хозяйственное общество (малая инновационная компания, созданная в соответствии с Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности»), деятельность которого заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау)), в котором не менее половины численности работников составляют физические лица в возрасте до 30 лет (включительно) либо в уставном капитале которого доля, принадлежащая физическим лицам в возрасте до 30 лет (включительно), являющимся студентами и (или) выпускниками образовательных учреждений профессионального образования, составляет не менее 50%.

Основные виды поддержки субъектам молодежного предпринимательства:

- имущественная поддержка;
- финансовая поддержка, в том числе развитие и обеспечение деятельности гарантийных фондов (фондов содействия кредитованию малого бизнеса) и микрофинансовых организаций
- информационная поддержка;
- поддержка в продвижении производимых субъектами молодежного предпринимательства товаров (работ, услуг).
- консультационная поддержка;
- правовая поддержка;
- поддержка в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

Инфраструктуру поддержки молодежного предпринимательства можно условно разделить на два крупных блока: элементы инфраструктуры поддержки, имеющие государственную основу, и организации, являющиеся частными.

Рассмотрим направления и формы оказания государственной поддержки молодежному предпринимательству на примере поддержки, оказываемой Правительством г.Москва в лице Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства г.Москвы.

В рамках поддержки молодежного предпринимательства государство ставит следующие задачи:

- Вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность
- Поддержка молодежи в процессе создания и развития молодежного предпринимательства
- Содействие молодым предпринимателям в разработке, продвижении и коммерциализации проектов в инновационной сфере, создании малых предприятий в инновационной сфере
- Содействие трудоустройству учащейся молодежи в сфере малого и среднего бизнеса

Все эти мероприятия реализуются органами исполнительной власти на различных уровнях управления: федеральном, региональном и местном.

Целевые приоритетные группы, получающие поддержку: учащаяся молодежь, субъекты малого и среднего предпринимательства, относящиеся к начинающим (в том числе молодежным).

Информационная и правовая поддержка, консультации, продвижение.

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 субсидий 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.

Для участия в подобных мероприятиях, а также возможности получить поддержку стоит обратиться в студенческие структуры конкретного учебного заведения, где вы обучаетесь, либо узнать о дополнительных центрах развития молодежного предпринимательства через региональные департаменты развития малого и среднего бизнеса.

Формы финансовой поддержки молодежного предпринимательства:

- Предоставление субсидий на возмещение затрат в инновационной сфере;
- Предоставление субсидий на возмещение затрат на приобретение основных средств и иных затрат молодых предпринимателей;
- Предоставление субсидий для возмещения затрат предпринимателей, осуществляющих деятельность по приоритетным направлениям поддержки и развития молодежного предпринимательства;

- Предоставление субсидий на возмещение затрат на приобретение основных средств;
- Предоставление субсидий на возмещение процентной ставки по кредитам;
- Предоставление субсидий на возмещение затрат по уплате первого (авансового) платежа по договорам финансовой аренды (лизинга);
- Предоставление субсидий на возмещение стоимости вознаграждения за предоставление банковской гарантии, по договорам поручительства;
- Предоставление субсидий на возмещение части затрат по договорам на присоединение энергопринимающих устройств к электрической сети, к инженерным сетям и сооружениям;
- Предоставление субсидий на возмещение части затрат на сертификацию продукции и производства, разработку промышленного образца и торговой марки, выполнение обязательных требований технических регламентов;
- Предоставление субсидий на возмещение затрат на участие в мероприятиях по продвижению продукции на отечественном и зарубежном рынках (выставках, ярмарках, конференциях);
- Предоставление поручительств по обязательствам (кредитам, займам, лизинговым операциям и т.п.) перед кредиторами, а также предоставление услуг, относящихся к финансовому посредничеству;
- Предоставление микрофинансовых услуг;
- Предоставление венчурных и посевных инвестиций субъектам молодежного предпринимательства;
- Каждая из субсидий предоставляется в денежной форме в порядке отбора заявок претендентов. Заявки подаются в различные органы власти в зависимости от региона. О том, куда подавать заявку и какие сопровождающие документы требуются, необходимо узнавать в ведомствах, ответственных за развитие предпринимательства в регионе. Но лучше всего это делать

как раз в многофункциональных центрах информационной поддержки молодых предпринимателей в вузах или профильных молодежных организациях. В большинстве регионов приоритет предоставления субсидии - предприниматели, осуществляющие деятельность в инновационной, промышленной сферах (в том числе ремесленничестве). Также вы сможете быть в приоритете, если используете труд лиц с ограниченными физическими возможностями, либо собираетесь их создать.

Предоставление поручительств по обязательствам (кредитам, займам, лизинговым операциям и т.п.) субъектов молодежного предпринимательства перед кредиторами, а также предоставление услуг, относящихся к финансовому посредничеству, осуществляется организациями, основным видом деятельности которых является предоставление поручительств.

Мероприятия имущественной поддержки:

- передача по результатам торгов на возмездной основе (в том числе на льготных условиях) во владение и (или) в пользование земельных участков, находящихся в собственности местной власти;
- проведение мониторинга реализации мероприятий по имущественной поддержке субъектов молодежного предпринимательства.

Передача по результатам торгов на возмездной основе (в том числе на льготных условиях) во владение и/или в пользование земельных участков, находящихся в собственности городов реализуется в порядке, устанавливаемом региональной исполнительной властью, совместно с Департаментами поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, Департаментами земельных ресурсов. Также властью подготавливаются земельные участки для строительства нежилых объектов недвижимости для субъектов молодежного предпринимательства, к проведению торгов по предоставлению земельных участков в аренду для размещения на территории города градостроительных объектов.

3.3 Внедрение прогрессивного европейского опыта инвестиционного планирования предпринимательской деятельности на российских молодежных предприятиях

Наиболее сложным этапом с точки зрения планирования предпринимательской деятельности на прединвестиционной стадии является стоимостная оценка затрат, под которой традиционно понимается оценка вероятной стоимости ресурсов, которые потребуются для выполнения работ, предусмотренных предпринимательским инвестиционным проектом.

Стоимостные оценки рассчитывают в течение всего предпринимательского проекта. Для того чтобы принять решение о реализации предпринимательского проекта, необходимо на начальном этапе проверить концептуальные (предпроектные) оценки его стоимости. На этом этапе используется предварительная оценка. В дальнейшем по ходу работы над проектом требуются более точные оценки. И наконец, к моменту принятия окончательного решения о реализации инвестиционного проекта необходимо провести окончательную стоимостную оценку, значение которой должно быть максимально приближено к реальной.

Вариативность стоимостных оценок по этапам планирования предпринимательского проекта в общем виде представлена на рис. 3.2.

В настоящее время существует несколько общепринятых методов расчета стоимостных оценок.

Краткая характеристика наиболее распространенных из них в мировой практике представлена на рисунке 3.3.

Важно отметить, что для некоторых отраслей промышленности существуют отдельные (специфические) системы классификации стоимостных оценок и методы их определения в целях подготовки предпринимательских проектов.



Рис.3.2. Вариативность стоимостных оценок по этапам планирования предпринимательского проекта

Рассмотрим в качестве примера Методику, рекомендуемую для международного применения No.18R-97 «Система классификации стоимостных оценок в целях подготовки проектов, организации контрактной стратегии и строительства в обрабатывающих отраслях промышленности».

Общим для этих отраслей с точки зрения формирования стоимостных оценок является использование технологических карт (PFD) и поточно-инструментальных схем (P&IDs), определяющих объемные параметры оценок.

Эти карты и схемы являются ключевыми исходными документами, характеризующими уровень определенности проекта и, таким образом, полноты и сформированности предоставляемых исходных данных.

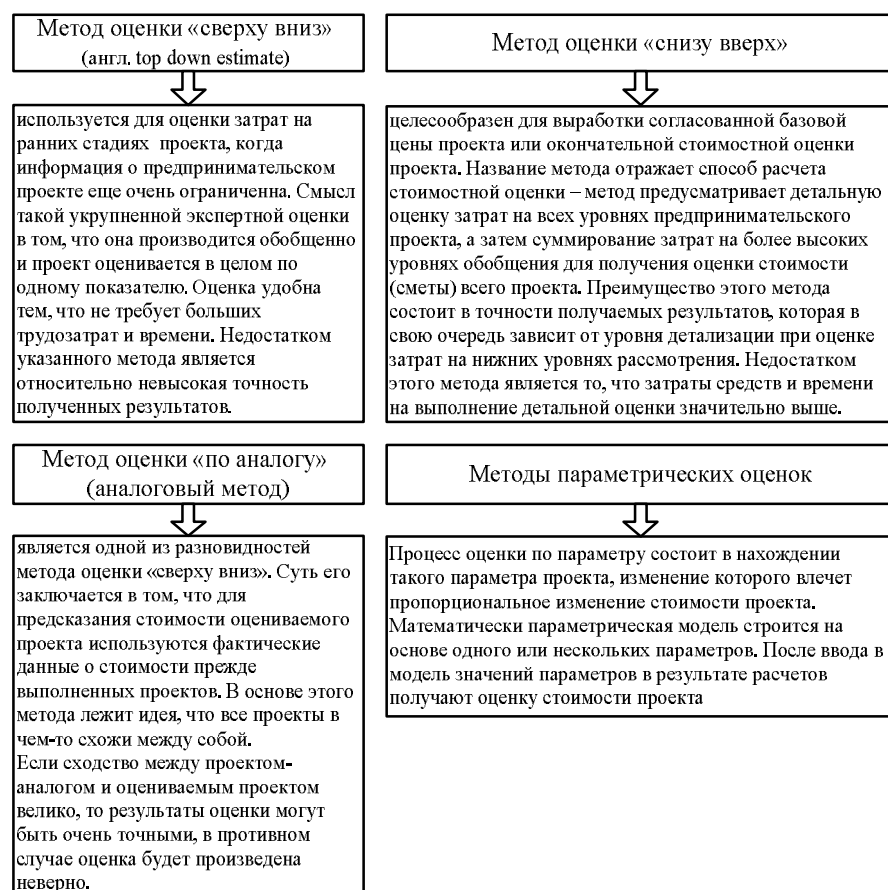


Рис.3.3. Общепринятые методы расчета стоимостных оценок

Система классификации стоимостных оценок (Система AACE (the Association for the Advancement of Cost Engineering) International – МАРСИ (Международная Ассоциация Развития Стоимостного Инжиниринга)) устанавливает основные принципы классификации проектных стоимостных оценок, применяемых для определения стоимости проекта, его согласования и финансирования.

Таблица 3.1
Классификационная система (для целей планирования) []

Класс оценки	Главный признак дифференциации оценок	Вторичные признаки дифференциации оценок			
	Уровень проработанности, определенности проекта (в % от полной готовности проекта)	Целевое назначение (Типичная цель оценки)	Методология (Типовой метод оценки)	Ожидаемый диапазон точности (Типовая вариация в верхнем (В) и нижнем (Н) диапазонах оценок [a])	Затраты труда (Уровень затрат при минимальном уровне, принятом за единицу [b])
Класс №5	0% + 2%	Перебор и оценка вариантов	Производственные функции, параметрические модели, экспертное заключение, проекты аналогии	В: +30% + + 100% Н: - 20% + -50%	1
Класс №4	1 % + 15%	Обоснование конечного варианта	Параметрические модели, построенные на данных об оборудовании	В: +20% + +50% Н: - 15% + -30%	2-4
Класс №3	10% + 40%	Определение стоимости проекта, согласование, контроль	Эскизные черновые узлы оборудования с сопряженными технологическими участками	В: +10% ++30% Н: - 10% + -20%	3-10
Класс №2	30% + 70%	Проведение тендера	Поэлементное определение стоимости на стадии рабочих чертежей	В: +5% + +20% Н: - 5% + -15%	4-20
Класс №1	50% + 100%	Доработки после тендера	Поэлементное определение стоимости на окончательной стадии разработки	В: +3% + +15% Н: - 3% + -10%	5 - 100

Система ААСЕ устанавливает стадийность формирования стоимостной оценки проекта в целом с учетом качественных параметров и может применяться в широком поле отраслей народного хозяйства с некоторыми корректировками, учитывающими специфику конкретной отрасли.

Назначение Системы ААСЕ состоит и в том, чтобы повысить степень взаимопонимания между всеми сторонами предпринимательского проекта, вовлеченными в процессы проектирования, оценки и применения стоимостных оценок в обрабатывающих отраслях промышленности.

В таблице 3.1 представлены пять классов стоимостных оценок во взаимосвязи с установленными характерными признаками.

Первичным признаком-показателем, определяющим класс стоимостной оценки, является уровень проработанности, определенности проекта (графа 1).

Следующие 4 признака-характеристики (графы 3-6) являются вторичными признаками, которые обычно коррелируются с уровнем определенности проекта.

Эти характеристики являются типичными для обрабатывающих отраслей, но могут варьировать от проекта к проекту.

Таблица 3.1 и ее нормативы представляют Систему, которая является специфичной для отраслей обрабатывающей промышленности.

При необходимости аналогичной классификации для других видов объектов следует применять дополнительные данные и документы, необходимые для обоснованной дифференциации оценок в соответствующих отраслях промышленности.

В заключение данного раздела необходимо еще раз отметить значимость правильной (адекватной) стоимостной оценки затрат, под которой традиционно понимается оценка вероятной стоимости ресурсов, которые потребуются для выполнения работ, предусмотренных конкретным предпринимательским инвестиционным проектом.

При этом важно понимать, что на разных этапах планирования точность стоимостных оценок различна. Необходимо обратить внимание на наличие более точных границ стоимостных оценок и методов их расчета для определенных отраслей. В данном разделе монографии, в качестве примера, были рассмотрены добывающие отрасли, для которых в соответствии с Методикой, рекомендуемой для международного применения No.18R-97 «Система классификации стоимостных оценок в целях подготовки проектов, организации контрактной стратегии и строительства в обрабатывающих отраслях промышленности» принято выделять пять классов точности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цивилизованное молодежное предпринимательство является одним из наиболее активных элементов рыночной экономики и способствует ее развитию, а, следовательно, повышению благосостояния населения, в связи с чем межстрановая интеграция опыта его развития и поддержки должна стать одним из направлений сотрудничества стран Европы и России.

Создание условий развития молодежного предпринимательства в России с учетом опыта реализации программ европейских стран позволит достигнуть не только экономических целей, но и реализовать социальные аспекты, в том числе в части самовыражения и творчества, которые так востребованы в современном мире.

Инвестиционное планирование начала бизнеса должно стать цивилизованным инструментом поставленных целей, должно снизить предпринимательские риски и сделать молодежное предпринимательство более привлекательным для молодых людей.

Одним из наиболее безопасных видов предпринимательской деятельности является франчайзинг, который может стать для предприимчивого молодого человека проводником в мир собственного бизнеса и реализации собственных замыслов.

Авторы желают молодым предпринимателям успеха!

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 20.12.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2018) (КонсультантПлюс www.consultant.ru).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 05.12.2017) (КонсультантПлюс www.consultant.ru).
3. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (КонсультантПлюс www.consultant.ru).
4. Методика, рекомендуемая для международного применения No.18R-97 «Система классификации стоимостных оценок в целях подготовки проектов, организации контрактной Стратегии и строительства в обрабатывающих отраслях промышленности»
5. Земан Р., Иванов В.Г., Кобелева И. В., Замбрицкая Е. С., Кантнерова Л., Гашкова С. Основы экономического анализа: учеб пособие. – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск, гос. техн. ун- та им. Г.И. Носова, 2016. – 243 с.
6. Кадровый потенциал в системе управления и анализа эффективности деятельности организации: /монография / Замбрицкая Е.С., Иванова Н.Е., Павлухина М.В. – Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск, гос. техн. ун-та им. Г.И.Носова, 2017.-57 с.
7. Завьялова, Л.В. Внутренняя инфраструктура производственно-предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : монография / Л.В. Завьялова, А.Н. Миллер. – Электрон. дан. – Омск : ОмГУ, 2013. – 182 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/61884>. – Загл. с экрана.
8. Зингер, О.А. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.А. Зингер, Е.В. Козина, И.А. Юрасов. — Электрон. дан. – Пенза : ПензГТУ,

2013. – 144 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62647>. – Загл. с экрана.

9. Чуваева, А.И. Организация предпринимательской деятельности: бизнес-план, его структура и содержание: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.И. Чуваева, А.С. Пчелинцева, Ю.Д. Алашкевич. – Электрон. дан. – Красноярск : СибГТУ, 2014. – 92 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/72963>. – Загл. с экрана.

10. Чуваева, А.И. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.И. Чуваева, А.И. Фролова. – Электрон. дан. – Красноярск : СибГТУ, 2013. – 99 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/72964>. – Загл. с экрана.

11. Проблемы реализации принципов права в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : монография – Электрон. дан. – Москва : Юстицинформ, 2016. – 340 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/86035>. – Загл. с экрана.

12. Торосян, Е.К. Основы предпринимательской деятельности. Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е.К. Торосян, Л.П. Сажнева, Ж.Н. Зарубина. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2016. – 130 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91477>. – Загл. с экрана.

13. Демиева, А.Г. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : СТАТУТ, 2016. – 112 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/92545>. – Загл. с экрана.

14. Синяева, И.М. Маркетинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. / И.М. Синяева, В.В. Земляк, В.В. Синяев. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2017. – 266 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93409>. – Загл. с экрана.

15. Шеменева, О.В. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О.В. Ше-

менева, Т.В. Харитонов. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2017. – 296 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93474>. – Загл. с экрана.

16. Самигулина, А.В. Актуальные проблемы правового регулирования отдельных видов предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : РТА, 2016. – 180 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/95036>. – Загл. с экрана.

17. Шкурко, В.Е. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: учеб. пособие [Электронный ресурс] / В.Е. Шкурко, Н.Ю. Никитина. – Электрон. дан. – Екатеринбург : УрФУ, 2016. – 172 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/98770>. – Загл. с экрана.

18. Дос Сантос Лино Маркес Коимбра Оценка эффективности предпринимательской деятельности // Социально-экономические явления и процессы. 2014. №8. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-predprinimatelskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 04.01.2018).

19. Моисеева И.И. Подходы к оценке эффективности предпринимательской деятельности // Социально-экономические явления и процессы. 2013. №9 (055). С.82-86С.82-86

20. Замбжицкая 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.

21. Замбжицкая Е.С., Харченко А.А. Человеческий капитал как структурный элемент гудвилла // Корпоративная экономика. 2015. № 1 (1). С. 37-42.

22. Замбжицкая Е.С., Харченко А.А. Сравнительный анализ существующих подходов к понятию «человеческий капитал» // Экономика и политика. 2015. № 1 (4). С. 37-40.

23. 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. № 1. С. 238-242.

24. Замбужицкая Е. С., Тихонова Е. И. Совершенствование методики оценки эффективности инновационных инвестиционных проектов// Проблемы совершенствования управления социально-экономическими и политическими процессами в современном обществе материалы научно-практической конференции. 2013. С. 214-221.

25. С.В. Оленева. Современное состояние малого бизнеса в России и проблемы его развития // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2016.Июль. Режим доступа: http://www.journal-nio.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4043%3Apubl&catid=118%3Aiul&Itemid=161 – Загл. с экрана.

26. Жерар Дельтей. Издательство: Нева. Серия: Школа бизнеса. - 2003.- 438 с.

27. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса/ Д.Н.Земляков, М. О. Макашев, Юнити-Дана, 2003.- 208с.